

Verfolgen Sie heute live

14:00 CEST [Audio-Webcast für Investoren](#) (auf Englisch)

Mehr Details: <https://www.nestle.com/media/mediaeventscalendar/allevnts/2019-half-year-results>

Nestlé veröffentlicht Resultate für das erste Halbjahr 2019

- Organisches Wachstum von 3,6%, mit anhaltend starkem internem Realwachstum (RIG) von 2,6% und Preisanpassungen von 1,0%, mit deutlichen Wachstumssteigerungen in den USA und in Brasilien.
- Der publizierte Umsatz stieg um 3,5% auf CHF 45,5 Milliarden (6M-2018: CHF 43,9 Milliarden). Nettozukäufe erhöhten den Umsatz um 1,1%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 1,2%.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge erreichte 17,1%, ein Anstieg um 100 Basispunkte. Die operative Ergebnismarge stieg um 90 Basispunkte auf 15,5%.
- Der zugrunde liegende Gewinn je Aktie stieg zu konstanten Wechselkursen um 15,7% und auf publizierter Basis um 14,6% auf CHF 2.13. Der publizierte Gewinn je Aktie verminderte sich um 12,3% auf CHF 1.68, was einem ausserordentlichen Ertrag aus der Veräusserung des US-Süsswarengeschäfts im Vorjahr zuzuschreiben ist.
- Der freie Cash Flow erhöhte sich um 40,4% auf CHF 4,1 Milliarden.
- Das Portfoliomanagement ist vollständig auf Kurs. Der Abschluss des Verkaufs von Nestlé Skin Health zu einem vereinbarten Preis von CHF 10,2 Milliarden wird für die zweite Jahreshälfte 2019 erwartet. Die Prüfung strategischer Optionen für *Herta* Charcuterie ist im Gang und wird voraussichtlich Ende 2019 abgeschlossen sein.
- Nestlé bestätigt den Ausblick auf das Gesamtjahr 2019. Wir erwarten ein organisches Umsatzwachstum um die 3,5% und eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge für das Gesamtjahr von 17,5% oder höher. Es wird erwartet, dass sich sowohl der zugrunde liegende Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch die Kapitaleffizienz erhöhen werden.

Mark Schneider, Nestlé CEO:

«Unsere Ergebnisse für das erste Halbjahr zeigen, dass wir auf gutem Weg sind, die für 2020 gesteckten Ziele zu erreichen. Disziplinierte Strategieumsetzung und ein hohes Innovationstempo haben uns geholfen, das organische Wachstum und die Profitabilität weiter zu steigern. Das Wachstum war breit abgestützt, wobei die USA, unser grösster Markt, einen besonders hohen Zuwachs auswies. Höhere Investitionen in unsere Marken und in Innovationen machen sich eindeutig bezahlt. Das zeigt sich ganz besonders in der starken Dynamik bei den Produkten für Heimtiere sowie im Kaffeegeschäft, das zu mittleren einstelligen Wachstumsraten zurückgekehrt ist. Die Einführung von Starbucks war ein grosser Erfolg. Wir werden diese einzigartige Marktgelegenheit optimal nutzen und Starbucks-Produkte in weiteren Ländern einführen sowie zusätzliche Innovationen lancieren. Mit aktivem Portfoliomanagement werden wir die strategische Ausrichtung von Nestlé weiter schärfen und unser Unternehmen auf Geschäftsfelder mit attraktiven Wachstumsaussichten fokussieren. Unser Wertschöpfungsmodell liefert die erwarteten Ergebnisse und unterstützt nachhaltig profitables Wachstum.»

Resultate der Gruppe

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 6M-2019 (in Mio. CHF)	45 456	15 666	9 231	10 725	4 003	5 831
Umsatz 6M-2018 (in Mio. CHF)	43 920	14 153	9 303	10 634	3 967	5 863
Internes Realwachstum	2,6%	2,0%	3,7%	2,5%	-3,3%	6,7%
Preisanpassungen	1,0%	1,9%	-1,3%	0,8%	4,7%	0,7%
Organisches Wachstum	3,6%	3,9%	2,4%	3,3%	1,4%	7,4%
Netto M&A	1,1%	6,4%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-6,5%
Wechselkurseffekte	-1,2%	0,5%	-3,1%	-2,3%	-0,3%	-1,4%
Publiziertes Umsatzwachstum	3,5%	10,8%	-0,8%	0,9%	0,9%	-0,5%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 6M-2019	17,1%	19,2%	18,8%	23,1%	11,8%	19,6%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 6M-2018*	16,1%	18,8%	18,7%	22,7%	10,0%	16,4%

* Die Zahlen 2018 wurden angepasst, um eine Änderung der Zuweisungsmethode zu berücksichtigen, wodurch manche zentrale Marketing- und Verwaltungskosten, die zuvor unter den nicht zugeteilten Posten verbucht worden waren, den operativen Segmenten zugewiesen wurden. Damit wird die Beanspruchung zentraler Dienste durch Zonen und Global geführte Geschäfte besser reflektiert.

Umsatz

Das organische Wachstum erreichte 3,6%. Das interne Realwachstum betrug 2,6% und liegt damit weiterhin am oberen Ende der Lebensmittel- und Getränkebranche. Preisanpassungen trugen 1,0% bei, wobei sich die Dynamik infolge des deflationären Drucks in Europa und der schwachen Preisgestaltung in Brasilien im zweiten Quartal etwas verlangsamte. Unter Weglassung der sich in einer strategischen Überprüfung befindlichen Geschäfte, betrug das organische Wachstum 3,4%. Brasilien und die USA trugen am meisten zur Wachstumsbeschleunigung gegenüber dem Vorjahr bei. AOA verbuchte ein solides Wachstum trotz rückläufiger Umsätze in Pakistan und der abgeschwächten Entwicklung einiger Kategorien in China. Das organische Wachstum betrug in den Industrieländern 2,4%, dank einer deutlichen Beschleunigung des internen Realwachstums im zweiten Quartal. In den aufstrebenden Märkten lag das Wachstum bei 5,3%.

Alle Produktkategorien verzeichneten ein positives Wachstum. Die grössten Beiträge leisteten die *Purina*-Produkte für Heimtiere, Kaffee und Säuglingsnahrung. Kaffee kehrte im zweiten Quartal zu mittleren einstelligen Wachstumsraten zurück. Die Dynamik von *Nespresso* und *Nescafé* verbesserte sich in allen Zonen. Die Lancierung von Starbucks-Produkten in vierzehn Märkten stiess auf eine starke Nachfrage und weitere Märkte folgen in der zweiten Jahreshälfte.

Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 1,1%. Mit dem Erwerb der Starbucks-Lizenz und dem Zukauf von Atrium Innovations wurden die Veräusserungen, insbesondere von Gerber Life Insurance, mehr als kompensiert. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um 1,2%. Der Umsatz stieg um 3,5% auf CHF 45,5 Milliarden.

Zugrunde liegendes operatives Ergebnis

Das zugrunde liegende operative Ergebnis stieg um 10,1% auf CHF 7,8 Milliarden. Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge erhöhte sich zu konstanten Wechselkursen und auf einer publizierten Basis um 100 Basispunkte auf 17,1%. Die Klassifizierung von Nestlé Skin Health als ein zur Veräusserung gehaltener Vermögenswert trug 20 Basispunkte zur zugrunde liegenden operativen Ergebnismarge der Gruppe bei.

Preisanpassungen, strukturelle Kosteneinsparungen, Effizienzgewinne und ein verbesserter Produktmix unterstützten die Margenausweitung. Preisanpassungen machten den Anstieg der Einkaufspreise im ersten Halbjahr mehr als wett. Die Ausgaben für direktes Konsumentenmarketing nahmen zu konstanten Wechselkursen um 5,1% zu.

Die Restrukturierungsausgaben und sonstige Nettoaufwendungen betrugen CHF 0,7 Milliarden. Das operative Ergebnis stieg um 10,4% auf CHF 7,1 Milliarden. Die operative Ergebnismarge erhöhte sich um 90 Basispunkte auf 15,5%.

Nettofinanzaufwand und Ertragssteuern

Der Nettofinanzaufwand nahm um 45,7% auf CHF 504 Millionen zu, hauptsächlich bedingt durch die höhere Nettoverschuldung.

Der Steuersatz der Gruppe nahm um 110 Basispunkte auf 27,5% zu. Der Basissteuersatz der Gruppe sank um 280 Basispunkte auf 21,4%. Die Abnahme war hauptsächlich der geografischen Ausrichtung und dem Geschäftsmix zuzuschreiben.

Reingewinn und Gewinn je Aktie

Der Reingewinn reduzierte sich um 14,6% auf CHF 5,0 Milliarden, und der Gewinn je Aktie verminderte sich um 12,3% auf CHF 1.68. Der Reingewinn des ersten Halbjahres 2018 enthielt einen ausserordentlichen Ertrag aus der Veräusserung des US-Süsswarengeschäfts.

Der zugrunde liegende Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen stieg um 15,7% und auf publizierter Basis um 14,6% auf CHF 2.13. Die Gewinnzunahme resultierte hauptsächlich aus einer verbesserten operativen Leistung und niedrigeren Steuern. Das Aktienrückkaufprogramm von Nestlé trug – abzüglich des Finanzierungsaufwands – 1,9% zur Zunahme des zugrunde liegenden Gewinns je Aktie bei.

Cash Flow

Der freie Cash Flow stieg um 40,4% auf CHF 4,1 Milliarden an. Diese Zunahme war dem höheren operativen Ergebnis und einigen Einmaleffekten zuzuschreiben.

Aktienrückkaufprogramm

Die Gruppe kaufte im ersten Halbjahr 2019 eigene Aktien im Wert von CHF 4,2 Milliarden zurück. Bis zum 30. Juni 2019 waren 73% (CHF 14,5 Milliarden) des 2017 angekündigten Aktienrückkaufprogramms von CHF 20 Milliarden umgesetzt. Nestlé beabsichtigt, das aktuelle Programm bis Ende Dezember 2019 abzuschliessen.

Nettoverschuldung

Die Nettoverschuldung betrug am 30. Juni 2019 CHF 38,3 Milliarden, gegenüber CHF 30,3 Milliarden am 31. Dezember 2018. Der Anstieg ist hauptsächlich auf die Dividendenzahlung von CHF 7,2 Milliarden und auf die Aktienrückkäufe in der Höhe von CHF 4,2 Milliarden zurückzuführen, welche durch den starken freien Cash Flow in der Höhe von CHF 4,1 Milliarden teilweise ausgeglichen wurden.

Strategische Entwicklungen

Im Mai gab Nestlé die Umstellung des Vertriebsmodells für das US-Pizza- und Speiseeisgeschäft von der direkten Belieferung von Läden auf ein Distributionsmodell mit Tiefkühlagern bekannt. Die Umstellung wird im zweiten Halbjahr 2019 beginnen und soll im zweiten Quartal 2020 abgeschlossen sein.

Zone Nord- und Südamerika (AMS)

- 3,9% organisches Wachstum: 2,0% internes Realwachstum; 1,9% Preisanpassungen.
- Das organische Wachstum in Nordamerika war positiv, wozu das interne Realwachstum und Preisanpassungen gleichermaßen beitrugen.
- Lateinamerika wies ein organisches Wachstum im mittleren einstelligen Bereich aus, mit positivem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 40 Basispunkte auf 19,2%.

	Umsatz 6M-2019	Umsatz 6M-2018	RIG	Preisanpas- sungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Zone AMS	CHF 15,7 Mrd.	CHF 14,2 Mrd.	2,0%	1,9%	3,9%	CHF 3,0 Mrd.	CHF 2,7 Mrd.	19,2%	18,8%

Das organische Wachstum stieg auf 3,9%, unterstützt von einem höheren internen Realwachstum von 2,0% infolge einer Beschleunigung in Nord- und Lateinamerika. Die Preisanpassungen waren mit 1,9% ebenfalls positiv, wobei die USA den grössten Beitrag leisteten. Die Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 6,4%, was grossenteils auf den Erwerb der Starbucks-Lizenz zurückzuführen ist. Wechselkurseffekte erhöhten ihn um 0,5%. Der publizierte Umsatz der Zone AMS stieg um 10,8% auf CHF 15,7 Milliarden.

Der gute Umsatzanstieg in Nordamerika setzte sich im ersten Halbjahr fort. Die deutliche Beschleunigung im zweiten Quartal sorgte beim organischen Wachstum für das stärkste Quartal seit acht Jahren. Den grössten Wachstumsbeitrag leisteten die *Purina*-Produkte für Heimtiere, denen die weiterhin starke Dynamik im E-Commerce und bei den Premiummarken wie *Purina Pro Plan*, *Purina ONE* und dem Katzenstreu *Tidy Cats* zugutekam. Der Veterinärbereich wuchs zweistellig, wofür neue Produkteinführungen mit probiotischen Zusatzstoffen wie *Purina Calming Care* für Hunde verantwortlich waren. Die Produktkategorie Getränke, zu der Starbucks, *Coffee mate* und *Nescafé* gehören, verzeichnete ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich. Das Wachstum des Tiefkühlgeschäfts war dank der Marken *Hot Pockets* und *Stouffers* positiv, das U.S. Pizza- und Speiseeisgeschäft wies im zweiten Quartal eine starke Dynamik auf.

Lateinamerika verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum mit positiven Wachstumsbeiträgen der meisten Märkte und Kategorien. Brasilien verzeichnete ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich, unterstützt durch die starke Geschäftsentwicklung in den Bereichen ungekühlte Milchprodukte, Säuglingsnahrung, Professional und *KitKat*. Das Wachstum im zweiten Quartal profitierte von der vorteilhaften Vergleichsbasis infolge des Lkw-Fahrer-Streiks im Mai 2018. Mexiko wies ein mittleres einstelliges Wachstum aus mit einer kräftigen Nachfrage nach *Nescafé* und Süswaren. Die *Purina*-Produkte für Heimtiere wuchsen in Lateinamerika zweistellig.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone verbesserte sich um 40 Basispunkte. Preisanpassungen, Portfolio Management und tiefere strukturelle Kosten haben dazu beigetragen. Sie machten die höheren Rohstoffkosten mehr als wett.

Zone Europa, Naher Osten und Nordafrika (EMENA)

- 2,4% organisches Wachstum: 3,7% internes Realwachstum; -1,3% Preisanpassungen.
- Westeuropa wies ein starkes internes Realwachstum aus, das teilweise durch negative Preisanpassungen neutralisiert wurde.
- Zentral- und Osteuropa behielten ein mittleres einstelliges organisches Wachstum bei, hauptsächlich durch internes Realwachstum getrieben. Die Preisanpassungen waren ebenfalls positiv.
- Der Nahe Osten und Nordafrika verzeichneten weiterhin ein mittleres einstelliges organisches Wachstum. Das interne Realwachstum und die Preisanpassungen waren positiv.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 10 Basispunkte auf 18,8%.

	Umsatz 6M-2019	Umsatz 6M-2018	RIG	Preisanpas- sungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Zone EMENA	CHF 9,2 Mrd.	CHF 9,3 Mrd.	3,7%	-1,3%	2,4%	CHF 1,7 Mrd.	CHF 1,7 Mrd.	18,8%	18,7%

Das organische Wachstum betrug 2,4% mit einem starken internen Realwachstum von 3,7%. Die Preisanpassungen sanken um 1,3%, da sich die deflationären Preistrends im Lebensmittel- und Einzelhandelssektor in den meisten Märkten Westeuropas fortsetzten. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,1%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 3,1%. Der publizierte Umsatz der Zone EMENA ging um 0,8% auf CHF 9,2 Milliarden zurück.

Die Zone EMENA wies ein kräftiges internes Realwachstum aus. Dafür waren die guten Ergebnisse in West- und Osteuropa verantwortlich, vor allem im zweiten Quartal. Der negative Preistrend hielt an, hauptsächlich wegen des weiterhin deflationären Umfelds in Westeuropa. Die Kategorien *Purina*-Produkte für Heimtiere sowie Säuglingsnahrung waren in der gesamten Zone die Wachstumstreiber. *Felix*, *Purina ONE* und *Tails.com* gehörten bei den Heimtierprodukten zu den wichtigsten Wachstumsplattformen. Kaffee war im ersten Halbjahr leicht negativ, kehrte aber im zweiten Quartal zu positiven Wachstumsraten zurück. Die Dynamik im Süßwarengeschäft beschleunigte sich, was sich am zweistelligen Wachstum von *KitKat* zeigt. Vegetarische Nahrungsmittelprodukte verbuchten in Westeuropa ein kräftiges zweistelliges Wachstum. Der pflanzliche *Garden Gourmet Incredible Burger* wurde im zweiten Quartal in neun Märkten eingeführt.

Der Anstieg der zugrunde liegenden operativen Ergebnismarge um 10 Basispunkte in der Zone wurde von strukturellen Kosteneinsparungen und einem vorteilhaften Produktemix unterstützt. Die Marketing- und kommerziellen Investitionen wurden zugunsten der Markenentwicklung und der Innovation erhöht.

Zone Asien, Ozeanien und Subsahara-Afrika (AOA)

- 3,3% organisches Wachstum: 2,5% internes Realwachstum; 0,8% Preisanpassungen.
- China wies ein niedriges einstelliges organisches Wachstum aus, mit positivem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Südostasien verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, das durch kräftiges internes Realwachstum und positive Preisanpassungen unterstützt wurde.
- Südasien verbuchte ein niedriges einstelliges Wachstum. Internes Realwachstum und Preisanpassungen waren positiv.
- Subsahara-Afrika verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, zu dem das interne Realwachstum und Preisanpassungen gleichermaßen beitrugen.

- Japan und Ozeanien wiesen ein positives organisches Wachstum aus, mit einem starken internen Realwachstum, aber negativen Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 40 Basispunkte auf 23,1%.

	Umsatz 6M-2019	Umsatz 6M-2018	RIG	Preisanpas- sungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Zone AOA	CHF 10,7 Mrd.	CHF 10,6 Mrd.	2,5%	0,8%	3,3%	CHF 2,5 Mrd.	CHF 2,4 Mrd.	23,1%	22,7%

Das organische Wachstum betrug 3,3%, bei einem internen Realwachstum von 2,5% und Preisanpassungen von 0,8%. Nettozukäufe schmälerten den Umsatz um 0,1%. Wechselkurseffekte verringerten ihn um 2,3%. Der publizierte Umsatz der Zone AOA stieg um 0,9% auf CHF 10,7 Milliarden.

Die Zone AOA erwirtschaftete im ersten Halbjahr ein solides Wachstum, trotz eines Umsatzrückgangs in Pakistan als Folge herausfordernder Handelsbedingungen. China verzeichnete in einigen Kategorien eine abgeschwächte Entwicklung, verbuchte aber ein gutes Wachstum bei den kulinarischen Produkten und beim Speiseeis. Südostasien verzeichnete ein kräftiges Wachstum mit einem zweistelligen Zuwachs in Indonesien und Vietnam. *Bear Brand* sowie die trinkfertigen Produkte von *Nescafé* und *Milo* wuchsen zweistellig. Südasien ohne Pakistan verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum mit starken Zuwächsen bei *NAN*, *Maggi* und *KitKat*. Subsahara-Afrika setzte das mittlere einstellige Wachstum fort. Japan und Ozeanien kehrten aufgrund einer positiven internen Realwachstumsdynamik im zweiten Quartal zum Wachstum zurück.

Die *Purina*-Produkte für Heimtiere wuchsen zweistellig, während die Säuglingsnahrung auf breiter Basis im mittleren einstelligen Bereich zulegen. Die Starbucks-Produkte erfreuten sich in den Startmärkten (Japan, Südkorea, Hong Kong und Taiwan) einer kräftigen Nachfrage.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone stieg um 40 Basispunkte, unterstützt durch Preisanpassungen, strukturelle Kosteneinsparungen und einen vorteilhaften Produktmix. Die Marketinginvestitionen wurden erhöht, um Innovation und Markenentwicklung zu unterstützen.

Nestlé Waters

- 1,4% organisches Wachstum: -3,3% internes Realwachstum; 4,7% Preisanpassungen.
- Nordamerika verzeichnete ein positives organisches Wachstum. Die starken Preisanpassungen wurden durch das negative interne Realwachstum teilweise ausgeglichen.
- In Europa war das organische Wachstum negativ. Die leichten Preisanpassungen wurden durch das negative interne Realwachstum vollständig neutralisiert.
- Die aufstrebenden Märkte verzeichneten ein hohes einstelliges organisches Wachstum, mit starken Preisanpassungen und einem positiven internen Realwachstum.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 180 Basispunkte auf 11,8%.

	Umsatz 6M-2019	Umsatz 6M-2018	RIG	Preisanpas- sungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2018	Marg e 6M- 2019	Marge 6M-2018
Nestlé Waters	CHF 4,0 Mrd.	CHF 4,0 Mrd.	-3,3%	4,7%	1,4%	CHF 0,5 Mrd.	CHF 0,4 Mrd.	11,8%	10,0%

Das organische Wachstum betrug im ersten Halbjahr 1,4%. Das interne Realwachstum verminderte sich um 3,3%, als Folge der Preiserhöhungen in den USA und dem verlangsamten Wachstum in Europa. Die Preisanpassungen beliefen sich auf 4,7%. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,2%. Wechselkurseffekte verringerten ihn um 0,3%. Der publizierte Umsatz von Nestlé Waters stieg um 0,9% auf CHF 4,0 Milliarden.

In Nordamerika wurde das Wachstum durch Preiserhöhungen unterstützt, die 2018 im Zuge der Kosteninflation bei Verpackungen und im Vertrieb vorgenommen wurden. Die Premiummarken *S.Pellegrino*, *Perrier* und *Acqua Panna* verbuchten dank erfolgreicher Innovationen wie *S.Pellegrino Essenza* und *Perrier & Juice* ein hohes einstelliges Wachstum. Das Direct-to-Consumer-Geschäft *ReadyRefresh* verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum und profitierte von einer neuen Onlineplattform sowie einer verbesserten Strategieumsetzung. *Poland Spring* steuerte ebenfalls positives Wachstum bei. Zu den neuen Produkten gehört *Poland Spring ORIGIN*, ein Premium-Quellwasser, das in eine Flasche mit 100% recyceltem PET abgefüllt wird. *Nestlé Pure Life* verzeichnete infolge des Preiswettbewerbs im preisgünstigen Segment ein negatives Wachstum.

In Europa war die Umsatzentwicklung negativ. Das Wachstum verlangsamte sich im zweiten Quartal infolge des ungünstigen Wetters, vor allem in Nordeuropa. Die aufstrebenden Märkte wiesen ein hohes einstelliges Wachstum auf, unterstützt durch eine kräftige Dynamik in Asien, der Türkei und in Ägypten. *Nestlé Pure Life* trug wesentlich zum Wachstum in den aufstrebenden Märkten bei, wo neue Varianten von kohlesäurehaltigen und aromatisierten Wasser eingeführt wurden.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 180 Basispunkte. Preisanpassungen und strukturelle Kosteneinsparungen unterstützten die Margenexpansion. Dadurch wurden ein weiterer Anstieg der PET- und Vertriebskosten sowie höhere Marketinginvestitionen mehr als wettgemacht.

Übrige Geschäfte

- 7,4% organisches Wachstum: 6,7% internes Realwachstum; 0,7% Preisanpassungen.
- Nespresso verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit einer sehr starken Dynamik in Nord- und Südamerika.
- Nestlé Health Science behielt das mittlere einstellige organische Wachstum bei, das hauptsächlich vom internen Realwachstum getragen wurde.
- Nestlé Skin Health verzeichnete ein zweistelliges organisches Wachstum mit einem starken internen Realwachstum.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 320 Basispunkte auf 19,6%.

	Umsatz 6M-2019	Umsatz 6M-2018	RIG	Preisanpas- sungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Übrige Geschäfte	CHF 5,8 Mrd.	CHF 5,9 Mrd.	6,7%	0,7%	7,4%	CHF 1,1 Mrd.	CHF 1,0 Mrd.	19,6%	16,4%

Das organische Wachstum von 7,4% wurde von einem starken internen Realwachstum von 6,7% unterstützt. Die Preisanpassungen betragen 0,7%. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 6,5%. Dies war vor allem auf die Veräusserung von Gerber Life Insurance zurückzuführen, das den Beitrag von Atrium Innovations neutralisierte. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 1,4%. Der publizierte Umsatz der Übrigen Geschäfte sank um 0,5% auf CHF 5,8 Milliarden.

Nespresso setzte das mittlere einstellige organische Wachstum fort. Nordamerika und die aufstrebenden Märkte wuchsen zweistellig. Europa wies ebenfalls ein positives Wachstum aus mit einer starken Nachfrage nach dem *Vertuo*-System und den *Limited Editions* von Nespresso.

Nestlé Health Science verzeichnete auf der Basis der starken Umsatzentwicklung im Bereich Medical Nutrition und der geografischen Expansion in die aufstrebenden Märkte ein mittleres einstelliges Wachstum. Innovationen verliehen zusätzliche Wachstumsimpulse mit einer starken Nachfrage für die zuletzt lancierten *Dr. Formulated CBD* Produkte ohne THC (Tetrahydrocannabinol). Die Produkte tragen ein Zertifikat, das betätigt, dass sie frei sind von gentechnisch veränderten Organismen. Nestlé Skin Health verzeichnete im ersten und zweiten Quartal ein zweistelliges Wachstum.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Übrigen Geschäfte stieg um 320 Basispunkte. Dies war das Ergebnis von breit abgestützten Verbesserungen bei allen Geschäften, insbesondere bei Nestlé Skin Health.

Beitrag unserer Geschäftstätigkeit zum Gemeinwohl

Gemeinsame Wertschöpfung ist das Grundprinzip unseres geschäftlichen Handelns. Wir sind überzeugt, dass unser Unternehmen langfristig Erfolg haben wird, wenn wir gleichzeitig Mehrwert für unsere Aktionäre und für die Gesellschaft schaffen. Nestlé Health Science illustriert deutlich diese im ganzen Unternehmen verwurzelte Haltung.

Führungsposition in der Ernährungswissenschaft. Nestlé Health Science verfügt über ein grosses Portfolio an wissenschaftsbasierter Medizinalnahrung sowie eine breite Palette an Produkten in den Bereichen Verbrauchergesundheit und gesundheitsunterstützende Ernährung. Die Geschäftseinheit stellt jährlich über eine Milliarde gesundheitsunterstützende Angebote für Konsumenten, Patienten und Gesundheitsanbieter her. Nestlé Health Science hat sich zum Ziel gesetzt, beim Gesundheitsmanagement in Bereichen wie gesundes Altern, Stoffwechsel, Allergien und Pädiatrie eine entscheidende Rolle zu spielen.

Unterstützung für Ernährung und Wohlbefinden bei Krebspatienten. Die Unterstützung von Krebspatienten gehört zu jenen Bereichen, bei denen Nestlé Health Science einen entscheidenden Beitrag leisten kann. Dank der Fortschritte in der Wissenschaft steigt die Anzahl erfolgreich behandelter Krebserkrankungen. Allerdings leiden bis zu 80% der Krebspatienten im Verlaufe ihrer Krankheit an Gewichtsverlust und Mangelerscheinungen. Diese Erscheinungen verlangsamen die Genesung und beeinträchtigen die Wirksamkeit der Behandlungen. Um diese Probleme anzugehen, bietet Nestlé Health Science bereits 400 000 Krebspatienten weltweit Ernährungshilfen an. Mit der Unterstützung von Gesundheitsfachleuten und in Zusammenarbeit mit Partnern entwickelte Nestlé Health Science die virtuelle Plattform COPES™ (Cancer Oriented Personalized Eating & Emotional Support), um die Ernährung und das Wohlbefinden der Patienten zu verbessern. Die Plattform wurde erstmals im April in den USA einer Gruppe von Krebspatienten zur Verfügung gestellt und Nestlé Health Science strebt eine möglichst breite Einführung an. Die einzigartige Plattform gibt Krebspatienten unter ärztlicher Überwachung Zugang zu gesamtheitlichen Anleitungen für Ernährung und Wohlbefinden, ganz unabhängig von unseren Produkteangeboten. Die Plattform bietet folgende Vorteile:

- **Patienten** fällen aktive und informierte Entscheide in Bezug auf ihre persönlichen Ernährungsbedürfnisse und ihr Wohlbefinden. Sie erhalten individuelle Unterstützung von Ernährungsfachleuten, die auf Krebsheilkunde spezialisiert sind. Rezepte und Menüpläne werden auf die Symptome der Patienten abgestimmt.
- **Das medizinische Personal** kann die Patienten über den Klinikaufenthalt hinaus real-time weiterbetreuen. Die Fachleute können die Behandlung auf die Symptome und Nebenwirkungen abstimmen.

- **Krankenversicherungen und Zahlungspflichtige** profitieren von den besseren Resultaten infolge einer strikteren Befolgung der Behandlung sowie von einem verkürzten Krankenhausaufenthalt und einer verbesserten Lebensqualität für die Patienten.

Vorreiter für Ernährungsprodukte und -dienstleistungen der nächsten Generation. Für Nestlé Health Science geht wirksame Krebsbehandlung über das Angebot von Produkten hinaus. Im Zentrum stehen wirksame und gemeinschaftlich entwickelte Angebote für Patienten, wenn diese sie am meisten benötigen. COPES™ vertieft die Zusammenarbeit. Dies ist ein zentraler Aspekt, um Ernährungsprodukte und -dienstleistungen der nächsten Generation zu entwickeln, die noch wirksamer und kostengünstiger sind.

Ausschreibung des Revisionsmandats von Nestlé

Nach einem umfassenden Auswahlprozess unter Aufsicht des Audit Committee entschloss sich der Verwaltungsrat, den Aktionären an der nächsten Generalversammlung, EY als Hauptrevisor für das Geschäftsjahr 2020 vorzuschlagen.

Ausblick

Nestlé bestätigt den Ausblick auf das Gesamtjahr 2019. Wir erwarten ein organisches Umsatzwachstum um die 3,5% und eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge von 17,5% oder höher. Es wird erwartet, dass sich sowohl der zugrunde liegende Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch die Kapitaleffizienz erhöhen werden.

Kontakte	Medien	Christoph Meier	Tel.: +41 21 924 22 00
	Investoren	Luca Borlini	Tel.: +41 21 924 38 20

Anhang

Übersicht über den Umsatz und das zugrunde liegende operative Ergebnis nach operativem Segment im ersten Halbjahr

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 6M-2019 (in Mio. CHF)	45 456	15 666	9 231	10 725	4 003	5 831
Umsatz 6M-2018 (in Mio. CHF)	43 920	14 153	9 303	10 634	3 967	5 863
Internes Realwachstum	2,6%	2,0%	3,7%	2,5%	-3,3%	6,7%
Preisanpassungen	1,0%	1,9%	-1,3%	0,8%	4,7%	0,7%
Organisches Wachstum	3,6%	3,9%	2,4%	3,3%	1,4%	7,4%
Netto M&A	1,1%	6,4%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-6,5%
Wechselkurseffekte	-1,2%	0,5%	-3,1%	-2,3%	-0,3%	-1,4%
Publiziertes Umsatzwachstum	3,5%	10,8%	-0,8%	0,9%	0,9%	-0,5%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2019 (in Mio. CHF)	7 733	3 009	1 733	2 482	472	1 144
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2018 (in Mio. CHF)*	7 063	2 667	1 738	2 419	398	960
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 6M-2019	17,1%	19,2%	18,8%	23,1%	11,8%	19,6%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 6M-2018*	16,1%	18,8%	18,7%	22,7%	10,0%	16,4%

Übersicht über den Umsatz und das zugrunde liegende operative Ergebnis nach Produkt im ersten Halbjahr

	Gruppe	Getränke in flüssiger und Pulverform	Wasserprodukte	Milchprodukte und Speiseeis	Nutrition-Produkte und Health Science	Fertiggerichte und Produkte für die Küche	Süßwaren	Produkte für Heimtiere
Umsatz 6M-2019 (in Mio. CHF)	45 456	11 367	3 786	6 539	7 822	5 938	3 450	6 554
Umsatz 6M-2018 (in Mio. CHF)	43 920	10 265	3 729	6 385	7 912	5 819	3 634	6 176
Internes Realwachstum	2,6%	2,2%	-3,0%	1,4%	5,2%	2,6%	3,3%	4,2%
Preisanpassungen	1,0%	0,5%	5,0%	1,6%	0,7%	-0,2%	-0,8%	1,9%
Organisches Wachstum	3,6%	2,7%	2,0%	3,0%	5,9%	2,4%	2,5%	6,1%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2019 (in Mio. CHF)	7 773	2 619	433	1 236	1 800	1 025	408	1 319
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 6M-2018 (in Mio. CHF)*	7 063	2 385	352	1 121	1 589	1 002	443	1 290
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 6M-2019	17,1%	23,0%	11,4%	18,9%	23,0%	17,3%	11,8%	20,1%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 6M-2018*	16,1%	23,2%	9,4%	17,6%	20,1%	17,2%	12,2%	20,9%

* Die Zahlen 2018 wurden angepasst, um eine Änderung der Zuweisungsmethode zu berücksichtigen, wodurch manche zentrale Marketing- und Verwaltungskosten, die zuvor unter den nicht zugeteilten Posten verbucht worden waren, den operativen Segmenten zugewiesen wurden. Damit wird die Beanspruchung zentraler Dienste durch Zonen und Global geführte Geschäfte besser reflektiert.

Diese Medienmitteilung ist auch auf [Englisch \(pdf\)](#) und [Französisch \(pdf\)](#) verfügbar.

Heute veröffentlichter Bericht

[2019 Halbjahresbericht \(pdf\)](#)

In anderen Sprachversionen verfügbar auf [Publications](#)