
Medienmitteilung

Übersetzung des englischen Originaltexts

Vevey, 13. Februar 2020



Verfolgen Sie heute live

09:00 CET [Webcast der Pressekonferenz](#)

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

Mehr Details: www.nestle.com/media/mediaeventscalendar/allevents/2019-full-year-results

Nestlé veröffentlicht Resultate für das Gesamtjahr 2019

- Organisches Wachstum von 3,5%, mit internem Realwachstum (RIG) von 2,9% und Preisanpassungen von 0,6%. Das Wachstum wurde unterstützt durch eine starke Dynamik in den USA und bei *Purina* PetCare weltweit.
- Der publizierte Umsatz stieg um 1,2% auf CHF 92,6 Milliarden (2018: CHF 91,4 Milliarden). Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,8%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 1,5%.
- Nestlé hat ein Jahr früher als in ihrem mittelfristigen Plan vorgesehen eine Profitabilität im Zielbereich für das Jahr 2020 erreicht. Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 60 Basispunkte auf 17,6%. Die operative Ergebnismarge sank um 30 Basispunkte auf 14,8% aufgrund gestiegener Restrukturierungs- und damit verbundener Kosten.
- Der zugrunde liegende Gewinn je Aktie stieg zu konstanten Wechselkursen um 11,1% und auf publizierter Basis um 9,8% auf CHF 4.41. Der publizierte Gewinn je Aktie nahm um 28,0% auf CHF 4.30 zu.
- Der freie Cash Flow erhöhte sich um 10,9% auf CHF 11,9 Milliarden.
- Der Verwaltungsrat beantragt eine Erhöhung der Dividende um 25 Rappen auf CHF 2.70 je Aktie, um 25 aufeinanderfolgende Jahre mit Dividendenerhöhungen anzuerkennen. Insgesamt flossen 2019 CHF 16,9 Milliarden in Form einer Kombination aus Dividende und Aktienrückkäufen an die Aktionäre zurück. Ende 2019 schloss Nestlé das im Juli 2017 lancierte Aktienrückkaufprogramm in Höhe von CHF 20 Milliarden ab. Im Januar 2020 startete ein neues Aktienrückkaufprogramm in Höhe von bis zu CHF 20 Milliarden.
- Nestlé veräusserte im 2019 Nestlé Skin Health und gab den Verkauf ihres US-Speiseeisgeschäfts für USD 4,0 Milliarden an Froneri bekannt (Transaktion am 31. Januar 2020 abgeschlossen). Nestlé vereinbarte zudem, eine 60%-Beteiligung von Herta Charcuterie (Aufschnitt und Fleischwaren) an Casa Tarradellas zu veräussern. Die Portfoliotransformation der letzten drei Jahre entspricht 12% des Umsatzes von 2017.
- Ausblick 2020: weitere Steigerung beim organischen Umsatzwachstum, für 2021/2022 anhaltende Beschleunigung in Richtung eines nachhaltigen mittleren einstelligen Wachstums erwartet. Zugrunde liegende operative Ergebnismarge mit kontinuierlicher Verbesserung. Steigerungen sowohl beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch bei der Kapitaleffizienz erwartet. Es ist heute noch zu früh, die finanziellen Auswirkungen des Ausbruchs des Coronavirus zu beziffern.

Mark Schneider, Nestlé CEO, sagte: «Wir erzielten 2019 klare Fortschritte. Die wichtigsten Betriebs- und Finanzkennzahlen haben sich das zweite Jahr in Folge deutlich verbessert. Dank der starken Dynamik in den USA und bei den Purina Heimtierprodukten weltweit beschleunigte sich das organische Wachstum. Die Profitabilität verbesserte sich erneut und erreichte ein Jahr früher als geplant unsere Zielspanne. Der Cash Flow war stark; der zugrunde liegende Gewinn pro Aktie und die Rendite für die Aktionäre erreichten ein Rekordniveau. Mit weiteren entschlossenen Massnahmen werden wir uns den Geschäftsbereichen annehmen, die unter den Erwartungen liegen. Für 2020 erwarten wir eine kontinuierliche Verbesserung des organischen Umsatzwachstums.

Die Weiterentwicklung unseres Portfolios ist 2019 deutlich vorangeschritten. Wir setzten mehr um als wir angekündigt hatten und haben noch mehr vor. Wir reagieren prompt auf die raschen Veränderungen in der Branche und bei den Vorlieben der Verbraucher, mit dem Ziel, unser Portfolio auf stärkeres Wachstum auszurichten.

Nestlé wird den Fokus weiterhin auf schnelle Innovation legen. Die Einführung unserer Premium-Starbucks-Produkte beispielsweise war ein voller Erfolg. Wir sind sehr zufrieden mit der Geschwindigkeit der Produkteinführung und der positiven Resonanz der Verbraucher. Der rasche Ausbau unseres neuen Angebots an pflanzlichen Lebensmitteln und Getränken zeigt, wie stark das Unternehmen heute auf Geschwindigkeit ausgerichtet ist. Wir kommen schneller mit «must-have» Produkten auf den Markt.

Unsere Aktionäre können sich auf einen nachhaltigen und steigenden Kapitalrückfluss verlassen, auch in turbulenten Zeiten. Ein wesentlicher Treiber ist dabei unsere nachhaltige Dividendenpraxis. Wir sind stolz darauf, unseren Aktionärinnen und Aktionären heute die 25. Erhöhung der jährlichen Dividende in Folge vorzuschlagen.

Bei der Nachhaltigkeit haben wir unsere führende Rolle bekräftigt. Unsere Gesellschaft schaut verstärkt auf Unternehmen, wenn es um Lösungen für die grossen Umweltprobleme geht, mit denen wir heute konfrontiert sind. Darüber hinaus haben wir mit wesentlichen Neuerungen unser Arbeitsumfeld noch diverser und integrativer ausgestaltet. Dazu gehört unsere verbesserte Richtlinie zur Elternzeit. Sie unterstreicht unseren weltweiten Status als Wunscharbeitgeber.

Der Ausbruch des Coronavirus hat in den vergangenen Wochen von unserem Team in China ausserordentliche Anstrengungen abverlangt. Wir haben uns darauf konzentriert, die Sicherheit unserer Mitarbeitenden und ihrer Familien zu gewährleisten und in all unseren Einrichtungen Schutzvorkehrungen zu treffen. Wir arbeiten mit den chinesischen Behörden im Rahmen ihrer Massnahmen zur Eindämmung der Epidemie zusammen. Dabei stützen wir uns auf unsere grosse Erfahrung und unser Fachwissen vor Ort. Unsere Gedanken sind bei jenen Menschen, die von diesem Gesundheitsnotstand internationalen Ausmasses direkt betroffen sind. Wir bekunden unsere Solidarität mit dem chinesischen Volk und unternehmen grossen Anstrengungen, um den Zugang zu unseren hochwertigen Lebensmitteln und Getränken für die schwächsten der Gesellschaft – für Kinder und ältere Menschen - aufrechtzuerhalten. Die Region «Greater China» ist mit rund 8% des weltweiten Umsatzes unser zweitwichtigster Markt. Es ist heute noch zu früh, die finanziellen Auswirkungen dieser Epidemie zu beziffern.»

Resultate der Gruppe

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 2019 (in Mio. CHF)	92 568	33 154	18 834	21 602	7 821	11 157
Umsatz 2018 (in Mio. CHF)	91 439	30 975	18 932	21 331	7 878	12 323
Internes Realwachstum (RIG)	2,9%	2,6%	4,2%	2,5%	-1,9%	5,8%
Preisanpassungen	0,6%	1,3%	-1,5%	0,7%	2,1%	0,6%
Organisches Wachstum	3,5%	3,9%	2,7%	3,2%	0,2%	6,4%
Netto M&A	-0,8%	3,5%	-0,2%	-0,1%	-0,1%	-14,1%
Wechselkurseffekte	-1,5%	-0,4%	-3,0%	-1,8%	-0,9%	-1,7%
Publiziertes Umsatzwachstum	1,2%	7,0%	-0,5%	1,3%	-0,8%	-9,4%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 2019	17,6%	21,1%	18,9%	22,7%	11,8%	18,7%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 2018*	17,0%	21,0%	18,7%	22,7%	11,0%	16,5%

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

Umsatz

Das organische Wachstum erreichte 2019 3,5% in vollem Einklang mit unserem Ausblick. Das interne Realwachstum (RIG) beschleunigte sich für das Gesamtjahr auf 2,9%, den höchsten Stand in den letzten sechs Jahren. Das Wachstum wurde insbesondere durch Innovation und Portfoliomanagement unterstützt. Die Preisanpassungen leisteten einen Beitrag von 0,6% und kehrten im vierten Quartal in den positiven Bereich zurück.

Das starke Wachstum in den USA und Brasilien sowie eine bessere Dynamik in Westeuropa trugen zu einer Beschleunigung des organischen Wachstums gegenüber dem Vorjahr bei. Unsere Zone AOA verbuchte ein solides Wachstum trotz der schwächeren Entwicklung einiger Kategorien in China und Pakistan. Das organische Wachstum erhöhte sich in den Industrieländern auf 2,6% und blieb in den aufstrebenden Märkten mit 4,7% weitgehend unverändert.

Alle Produktkategorien verzeichneten ein positives organisches Wachstum. Die grössten Beiträge leisteten die *Purina* Produkte für Heimtiere mit den Premiummarken *Purina Pro Plan* und *Purina ONE*. Kaffee verzeichnete eine gute Dynamik, unterstützt durch die hohe Nachfrage nach Starbucks-Produkten, die bislang in über 40 Ländern eingeführt wurden. Insgesamt generierten Starbucks-Produkte im Jahr 2019 einen zusätzlichen Umsatz von über CHF 300 Millionen. Nestlé Health Science erzielte gute Fortschritte auf der Basis der starken Umsatzentwicklung bei Medical Nutrition und Atrium-Produkten. Die Wasser-Sparte entwickelte sich verhalten, was den Preisdruck im Mainstream-Segment und die schwache Nachfrage in Europa widerspiegelte. Vegetarische und pflanzliche Lebensmittel, einschliesslich des *Sweet Earth Awesome Burger* und des *Garden Gourmet Incredible Burger*, erzielten ein starkes zweistelliges organisches Wachstum und einen Umsatz von nahezu CHF 200 Millionen.

Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,8%, in erster Linie aufgrund der Veräusserung von Nestlé Skin Health und Gerber Life Insurance. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um 1,5%. Der publizierte Umsatz stieg um 1,2% auf CHF 92,6 Milliarden.

Zugrunde liegendes operatives Ergebnis

Das zugrunde liegende operative Ergebnis stieg um 4,8% auf CHF 16,3 Milliarden. Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge erhöhte sich zu konstanten Wechselkursen und auf publizierter Basis um 60 Basispunkte auf 17,6%.

Die Margenausweitung wurde durch strukturelle Kosteneinsparungen, Portfoliomanagement, Preisanpassungen und einen besseren Produktmix gestützt, welche den Anstieg der Einkaufspreise mehr als wettmachten. Die Ausgaben für direktes Konsumentenmarketing nahmen zu konstanten Wechselkursen um 3,4% zu.

Restrukturierungsausgaben und sonstige Nettoaufwendungen nahmen um CHF 854 Millionen auf CHF 2,6 Milliarden zu. Grund dafür waren hauptsächlich höhere Wertbeeinträchtigungen von Sachanlagen im Zusammenhang mit dem Yinlu-Geschäft. Entsprechend verringerte sich das operative Ergebnis um 0,8% auf CHF 13,7 Milliarden und die operative Ergebnismarge sank auf publizierter Basis um 30 Basispunkte auf 14,8%.

Nettofinanzaufwand und Ertragssteuern

Der Nettofinanzaufwand nahm um 33,5% auf CHF 1,0 Milliarden zu, hauptsächlich bedingt durch die höhere durchschnittliche Nettoverschuldung im Jahresverlauf.

Der publizierte Steuersatz der Gruppe sank um 550 Basispunkte auf 21,0% aufgrund von Sondereinflüssen inklusive des Verkaufs von Nestlé Skin Health. Der zugrunde liegende Steuersatz der Gruppe sank hauptsächlich aufgrund der Entwicklung der geografischen Ausrichtung und des Geschäftsmix um 220 Basispunkte auf 21,6%.

Reingewinn und Gewinn je Aktie

Der Reingewinn erhöhte sich um 24,4% auf CHF 12,6 Milliarden, und der Gewinn je Aktie stieg um 28,0% auf CHF 4.30. Der Reingewinn enthielt einen ausserordentlichen Ertrag aus der Veräusserung von Nestlé Skin Health.

Der zugrunde liegende Gewinn je Aktie stieg zu konstanten Wechselkursen um 11,1% und auf publizierter Basis um 9,8% auf CHF 4.41. Die Gewinnzunahme resultierte hauptsächlich aus einer verbesserten operativen Leistung. 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 10,9% auf CHF 11,9 Milliarden an. Diese Zunahme ist dem höheren operativen Ergebnis und der besseren Kapitaldisziplin zuzuschreiben. Es wird erwartet, dass der Cash Flow bei rund 12% des Umsatzes verbleibt, bei einem gegen null tendierenden Umlaufvermögen.

Dividende

An der ordentlichen Generalversammlung am 23. April 2020 wird der Verwaltungsrat eine Dividende von CHF 2.70 pro Aktie vorschlagen, eine Erhöhung um 25 Rappen. Bei einer Annahme wird dies die 25. Erhöhung der jährlichen Dividende in Folge sein. Das Unternehmen hat seine Dividende in Schweizer Franken in den letzten 60 Jahren immer entweder beibehalten oder erhöht. Nestlé ist bestrebt, an der langjährigen Praxis der alljährlichen Dividendenerhöhung in Schweizer Franken festzuhalten.

Der letzte Handelstag, der zum Erhalt der Dividende berechtigt, ist der 24. April 2020. Die Nettodividende wird ab dem 29. April 2020 ausbezahlt.

Stimmberechtigt sind Aktionäre, die am 16. April 2020 um 12.00 Uhr mittags (MESZ) im Aktienregister mit Stimmrecht eingetragen sind.

Aktienrückkaufprogramm

Die Gruppe kaufte im Laufe des Jahres 2019 eigene Aktien im Wert von CHF 9,7 Milliarden zurück. Am 30. Dezember 2019 schloss Nestlé das im Juli 2017 lancierte Aktienrückkaufprogramm in Höhe von CHF 20 Milliarden zu einem durchschnittlichen Kurs je Aktie von CHF 88.82 ab. Am gleichen Tag kündigte Nestlé an, ein neues Aktienrückkaufprogramm in Höhe von bis zu CHF 20 Milliarden zu starten. Die Aktienrückkäufe im Rahmen dieses Programms sind über einen Zeitraum von drei Jahren vorgesehen und begannen am 3. Januar 2020. Falls während dieses Zeitraums ausserordentliche Dividendenausschüttungen oder bedeutende Zukäufe getätigt werden, wird die Höhe des Aktienrückkaufs entsprechend verringert.

Nettoverschuldung

Die Nettoverschuldung verringerte sich per 31. Dezember 2019 auf CHF 27,1 Milliarden, gegenüber CHF 30,3 Milliarden per Ende 2018. Der Rückgang der Nettoverschuldung spiegelte grösstenteils die kräftige Generierung von freiem Cash Flow und einen Nettozufluss aus Zukäufen und Veräusserungen wider, hauptsächlich aus dem Verkauf von Nestlé Skin Health. Dies machte die CHF 16,9 Milliarden, die durch Dividenden und Aktienrückkäufe an die Aktionäre zurückflossen, mehr als wett.

Gesamtkapitalrendite

Die Gesamtkapitalrendite der Gruppe stieg um 20 Basispunkte auf 12,3%. Dieser Anstieg war auf eine verbesserte operative Leistung und eine disziplinierte Kapitalallokation zurückzuführen. Die Gesamtkapitalrendite wird im Laufe der Zeit gegen 15% tendieren, unter Berücksichtigung der Auswirkung künftiger mittelgrosser Zukäufe.

Portfoliomanagement

Nestlé schloss im 2019 Zukäufe und Veräusserungen mit einem Gesamtwert von rund CHF 10,4 Milliarden ab. Die wichtigste Transaktion war die Veräusserung von Nestlé Skin Health für CHF 10,2 Milliarden.

Im Dezember 2019 wurde vereinbart, dass das US-Speiseeisgeschäft von Nestlé für USD 4,0 Milliarden an das mit PAI Partners eingegangene Speiseeis-Joint-Venture Froneri verkauft wird. Die Transaktion wurde am 31. Januar 2020 abgeschlossen.

Nestlé vereinbarte zudem, eine 60%-Beteiligung von Herta Charcuterie (Aufschnitt und Fleischwaren) an Casa Tarradellas zu verkaufen und ein neues Joint Venture für Herta mit Beteiligungen von 40% beziehungsweise 60% zu gründen. Das Gesamtgeschäft wurde mit EUR 690 Millionen bewertet. Es wird erwartet, dass die Transaktion im ersten Halbjahr 2020 abgeschlossen wird.

Strategische Entwicklungen

Im Mai 2019 gab Nestlé die Umstellung des Vertriebsmodells für das US-Pizza- und Speiseeisgeschäft von der direkten Belieferung der Läden auf ein Distributionsmodell mit Tiefkühlagern bekannt. Die Umstellung wurde Ende 2019 erfolgreich abgeschlossen, sechs Monate früher als geplant.

Im Oktober 2019 gab Nestlé bekannt, das Geschäft von Nestlé Waters per 1. Januar 2020 in die drei geografischen Zonen der Gruppe zu integrieren. Dieser Schritt wird dem Unternehmen ermöglichen, aus seiner starken lokalen Expertise Nutzen zu ziehen, besser auf sich rasch ändernde Konsumentenpräferenzen einzugehen, das profitable Wachstum zu beschleunigen und Synergien zu schaffen. Nestlé wird weitere Massnahmen ergreifen, um das profitable Wachstum von Waters zu optimieren und leistungsschwächere Segmente dieses Geschäfts anzugehen.

Zone Nord- und Südamerika (AMS)

- 3,9% organisches Wachstum: 2,6% internes Realwachstum; 1,3% Preisanpassungen.
- Nordamerika wies ein mittleres einstelliges organisches Wachstum aus, mit positivem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Lateinamerika verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, mit positivem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 10 Basispunkte auf 21,1%.

	Umsatz 2019	Umsatz 2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2018	Marge 2019	Marge 2018
Zone AMS	CHF 33,2 Mrd.	CHF 31,0 Mrd.	2,6%	1,3%	3,9%	CHF 7,0 Mrd.	CHF 6,5 Mrd.	21,1%	21,0%

Das organische Wachstum stieg auf 3,9%, unterstützt von einem höheren internen Realwachstum von 2,6%. Die Preisanpassungen verbesserten sich auf 1,3%, mit positiven Beiträgen sowohl von Nord- als auch von Lateinamerika. Die Nettuzukäufe steigerten den Umsatz um 3,5%, was grösstenteils auf den Erwerb der Starbucks-Lizenz zurückzuführen ist. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um 0,4%. Der publizierte Umsatz der Zone AMS stieg um 7,0% auf CHF 33,2 Milliarden.

Nordamerika verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum. Das interne Realwachstum war stark und erreichte den höchsten Stand der letzten zehn Jahre, durch den Nachschub an erfolgreichen Innovationen und eine starke Nachfrage nach Premiumprodukten über die Kategorien hinweg. Die grössten Beiträge zum organischen Wachstum leisteten *Purina* Produkte für Heimtiere sowie Getränke. *Purina* Produkte für Heimtiere verzeichneten eine starke Umsatzentwicklung im E-Commerce, bei Premiummarken wie *Purina Pro Plan* und *Purina ONE* sowie im Veterinärbereich. Katzenstreu *Tidy Cats* verzeichnete ein zweistelliges Wachstum. Die Produktkategorie Getränke verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, das auf einer kräftigen Nachfrage nach Starbucks-, *Coffee mate*- und *Nescafé*-Produkten beruhte. *Gerber* Babynahrung kehrte nach Innovationen im Bio-Sortiment und im Bereich gesunder Snacks zu positivem Wachstum zurück. Die Umstellung des Vertriebsmodells für das US-Pizza- und -Speiseeisgeschäft von der direkten Belieferung der Läden auf ein Distributionsmodell mit Tiefkühlagern wurde erfolgreich und früher als geplant abgeschlossen. Das Speiseeisgeschäft entwickelte sich dank Produkteinführungen bei *Häagen-Dazs*, *Outshine* und *Drumstick* gut. Das Tiefkühlgeschäft wies ein niedriges einstelliges Wachstum aus, unterstützt durch das Pizzageschäft, *Hot Pockets* und *Stouffer's*.

Lateinamerika verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum mit positiven Wachstumsbeiträgen über alle Kategorien hinweg. Brasilien erzielte ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, unterstützt durch einen höheren Umsatz in den Bereichen Milchprodukte, Säuglingsnahrung, *KitKat* und *Nescafé*. Mexiko wies ein mittleres einstelliges Wachstum aus mit einer weiterhin robusten Nachfrage nach *Nescafé*. Der Umsatz in Chile

war aufgrund eines schwierigen Handelsumfelds im vierten Quartal rückläufig. Lateinamerika verzeichnete ein zweistelliges Wachstum bei *Purina* Produkten für Heimtiere und ein starkes Wachstum im mittleren einstelligen Bereich bei Milchprodukten und Kaffee.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone verbesserte sich um 10 Basispunkte. Preisanpassungen und strukturelle Kosteneinsparungen machten höhere Rohstoffkosten und Sonderkosten infolge der Umstellung des Vertriebsmodells für das US-Pizza- und -Speiseeisgeschäft mehr als wett. Die Marketing- und kommerziellen Investitionen wurden zugunsten der Markenentwicklung und der Innovation erhöht.

Zone Europa, Naher Osten und Nordafrika (EMENA)

- 2,7% organisches Wachstum: 4,2% internes Realwachstum; -1,5% Preisanpassungen.
- Westeuropa wies ein starkes internes Realwachstum und ein positives organisches Wachstum aus. Die Preisanpassungen waren negativ.
- Zentral- und Osteuropa behielten ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit starkem internem Realwachstum bei. Die Preisanpassungen waren leicht negativ.
- Der Nahe Osten und Nordafrika verzeichneten ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, basierend auf starkem internem Realwachstum und einer flachen Entwicklung bei den Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 20 Basispunkte auf 18,9%.

	Umsatz 2019	Umsatz 2018	RIG	Preis- passungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2018	Marge 2019	Marge 2018
Zone EMENA	CHF 18,8 Mrd.	CHF 18,9 Mrd.	4,2%	-1,5%	2,7%	CHF 3,6 Mrd.	CHF 3,5 Mrd.	18,9%	18,7%

Das organische Wachstum betrug 2,7%, mit einem starken internen Realwachstum von 4,2%, das sowohl durch das Volumen als auch den Produktmix gestützt wurde. Das interne Realwachstum machte negative Preisanpassungen von 1,5%, hauptsächlich im Zusammenhang mit den Kaffeepreisen, mehr als wett. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,2%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 3,0%. Der publizierte Umsatz der Zone EMENA ging um 0,5% auf CHF 18,8 Milliarden zurück.

Die Zone EMENA wies das beste interne Realwachstum der letzten fünf Jahre aus. In einem Umfeld mit geringem Wachstum erzielte Nestlé breit abgestützte Marktanteilsgewinne über Kategorien und Regionen hinweg. Jede Teilregion verzeichnete ein positives organisches Wachstum, das sich sowohl in Westeuropa als auch in Osteuropa, insbesondere in Russland, beschleunigte. Nach Kategorie leisteten *Purina* Produkte für Heimtiere den grössten Wachstumsbeitrag, unterstützt durch *Felix*, *Purina ONE* und *Tails.com*. Säuglingsnahrung verbuchte ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich. Dies wurde unterstützt durch einen starken Zuwachs in Osteuropa sowie im Nahen Osten und Nordafrika. Innovationen trugen zum Wachstum bei, vor allem HMO-Säuglingsnahrung (Human Milk Oligosaccharides). Kaffee verzeichnete ein positives Wachstum mit einem mittleren einstelligen internen Realwachstum, zu dem die Einführung von Starbucks-Produkten in 28 Ländern beitrug. Das Süswarengeschäft behielt seine gute Dynamik aufrecht, bei starkem Wachstum von *KitKat*. Vegetarische und pflanzliche Angebote verbuchten ein zweistelliges Wachstum, unterstützt durch die Erweiterung des *Garden Gourmet*-Sortiments mit Neuerungen wie dem Incredible Burger und Incredible Hack.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone stieg um 20 Basispunkte. Dieser Anstieg spiegelt primär strukturelle Kosteneinsparungen, operative Effizienzgewinne und den Produktmix wider. Die Marketing- und kommerziellen Investitionen wurden zugunsten der Markenentwicklung und der Innovation erhöht.

Zone Asien, Ozeanien und Subsahara-Afrika (AOA)

- 3,2% organisches Wachstum: 2,5% internes Realwachstum; 0,7% Preisanpassungen.
- China verbuchte ein leicht positives organisches Wachstum, mit einer flachen Entwicklung beim internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Südostasien und Südasien verzeichneten ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit einem starken internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Subsahara-Afrika erzielte ein hohes einstelliges organisches Wachstum mit einem starken internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Japan und Ozeanien wiesen ein organisches Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich aus, da ein starkes internes Realwachstum negative Preisanpassungen mehr als ausglich.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge betrug unverändert 22,7%.

	Umsatz 2019	Umsatz 2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2018	Marge 2019	Marge 2018
Zone AOA	CHF 21,6 Mrd.	CHF 21,3 Mrd.	2,5%	0,7%	3,2%	CHF 4,9 Mrd.	CHF 4,8 Mrd.	22,7%	22,7%

Das organische Wachstum betrug 3,2%, bei einem internen Realwachstum von 2,5% und Preisanpassungen von 0,7%. Nettozukäufe schmälerten den Umsatz geringfügig um 0,1%. Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 1,8%. Der publizierte Umsatz der Zone AOA stieg um 1,3% auf CHF 21,6 Milliarden.

Die Zone AOA erwirtschaftete ein solides Wachstum, trotz einer schwächeren Dynamik in China und eines Umsatzrückgangs in Pakistan als Folge schwieriger Handelsbedingungen.

China wies ein leicht positives Wachstum aus, dem der Zeitpunkt des chinesischen Neujahrs im vierten Quartal zugute kam. Kulinarische Produkte, Kaffee und Speiseeis entwickelten sich gut. Die Säuglingsnahrung in China verzeichnete eine Verlangsamung auf ein leicht positives Wachstum, da die starke Wachstumsdynamik für *illum* grösstenteils durch einen Rückgang der S-26-Serie neutralisiert wurde. Bei *Yinlu*-Erdnussmilch und -Reisbrei setzte sich der Umsatzrückgang fort.

Südostasien wies ein gutes Wachstum aus, mit einer starken Dynamik in Indonesien und Vietnam. *Bear Brand* sowie die trinkfertigen Produkte von *Milo* und *Nescafé* wuchsen zweistellig. Südasien verbuchte ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, angetrieben durch einen kräftigen Zuwachs in Indien. *Maggi*, *NAN* und *Nescafé* entwickelten sich gut, unterstützt durch Innovationen und die Expansion des Vertriebs. Das Wachstum von Subsahara-Afrika beschleunigte sich auf einen mittleren einstelligen Wert, wozu Säuglingsnahrung, *Maggi* und *Nescafé* beitrugen. Japan und Ozeanien hielten das niedrige einstellige Wachstum mit einer starken Nachfrage nach *Purina* Produkten für Heimtiere und dem neu eingeführten Starbucks-Sortiment aufrecht.

Unter den Produktkategorien leisteten die kulinarischen Produkte, die Säuglingsnahrung und *Purina* Produkte für Heimtiere den grössten Beitrag zum Wachstum der Zone. Die Säuglingsnahrung verzeichnete weiterhin ein mittleres einstelliges Wachstum, mit einer guten Dynamik in allen Märkten mit Ausnahme der S-26-Serie in China.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone blieb unverändert. Strukturelle Kosteneinsparungen, Preisanpassungen und ein vorteilhafter Produktmix machten höhere Rohstoffkosten wett. Die Marketinginvestitionen wurden erhöht, um Innovation und Markenentwicklung zu unterstützen.

Nestlé Waters

- 0,2% organisches Wachstum: -1,9% internes Realwachstum; 2,1% Preisanpassungen.
- Nordamerika verzeichnete ein leicht positives organisches Wachstum. Die positiven Preisanpassungen wurden mehrheitlich durch negatives internes Realwachstum ausgeglichen.
- Europa wies ein negatives organisches Wachstum aus, hauptsächlich aufgrund des niedrigeren internen Realwachstums. Die Preisanpassungen sanken geringfügig.
- Die aufstrebenden Märkte verzeichneten ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, mit starken Preisanpassungen und einem positiven internen Realwachstum.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 80 Basispunkte auf 11,8%.

	Umsatz 2019	Umsatz 2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2018	Marge 2019	Marge 2018
Nestlé Waters	CHF 7,8 Mrd.	CHF 7,9 Mrd.	-1,9%	2,1%	0,2%	CHF 0,9 Mrd.	CHF 0,9 Mrd.	11,8%	11,0%

Das organische Wachstum betrug 0,2%, wobei die Preisanpassungen um 2,1% stiegen und das interne Realwachstum um 1,9% sank. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,1%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 0,9%. Der publizierte Umsatz von Nestlé Waters sank um 0,8% auf CHF 7,8 Milliarden.

Nordamerika verzeichnete ein leicht positives organisches Wachstum. Internationale Premiummarken erzielten ein zweistelliges Wachstum mit einer kräftigen Nachfrage nach *S.Pellegrino* und *Perrier* bei kohlenstoffhaltigem Wasser und *Acqua Panna* bei stillem Wasser. Das Direct-to-Consumer-Geschäft *ReadyRefresh* verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum und profitierte dabei von Preisanpassungen und der Bereitstellung einer neuen Online-Plattform. Das Mainstream-Segment, insbesondere die Multipack-Formate und *Nestlé Pure Life*, waren weiterhin mit Herausforderungen konfrontiert.

Europa verzeichnete ein negatives Wachstum mit einem schwachen zweiten Halbjahr. Die aufstrebenden Märkte wiesen ein mittleres einstelliges Wachstum aus.

Per 1. Januar 2020 wird Nestlé Waters als Teil der drei geografischen Zonen der Gruppe geführt und ausgewiesen.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg um 80 Basispunkte. Strukturelle Kosteneinsparungen und Preisanpassungen unterstützten die Margenerhöhung. Sie machten gestiegene PET-Verpackungskosten und höhere Marketinginvestitionen mehr als wett.

Übrige Geschäfte

- 6,4% organisches Wachstum: 5,8% internes Realwachstum; 0,6% Preisanpassungen.
- Nespresso verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, unterstützt durch das interne Realwachstum. Die Preisanpassungen waren positiv.

- Nestlé Health Science erreichte ein hohes einstelliges Wachstum, das ausschliesslich vom internen Realwachstum getragen wurde.
- Nestlé Skin Health verzeichnete ein hohes einstelliges organisches Wachstum in den neun Monaten der Konsolidierung.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Übrigen Geschäfte stieg um 220 Basispunkte auf 18,7%.

	Umsatz 2019	Umsatz 2018	RIG	Preis- passungen	Organisches Wachstum	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2019	Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2018	Marge 2019	Marge 2018
Übrige Geschäfte	CHF 11,2 Mrd.	CHF 12,3 Mrd.	5,8%	0,6%	6,4%	CHF 2,1 Mrd.	CHF 2,0 Mrd.	18,7%	16,5%

Das organische Wachstum von 6,4% wurde von einem starken internen Realwachstum von 5,8% und von Preis Anpassungen von 0,6% unterstützt. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 14,1% aufgrund der Veräusserung von Nestlé Skin Health. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 1,7%. Der publizierte Umsatz der Übrigen Geschäfte sank um 9,4% auf CHF 11,2 Milliarden.

Nespresso setzte das mittlere einstellige organische Wachstum fort, mit positivem Wachstum in allen Regionen. Nordamerika wies ein starkes zweistelliges Wachstum aus, welches das Marktwachstum übertraf. Das *Vertuo*-System leistete den grössten Wachstumsbeitrag, da es weltweit weiterhin an Boden gewann. Die Ausser-Haus-Verpflegung verzeichnete ebenfalls eine gute Dynamik, insbesondere in Frankreich und den USA.

Nestlé Health Science verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum, das von einem starken Zuwachs bei Medical Nutrition und Atrium-Produkten in Consumer Care angetrieben wurde. Dies spiegelte den Nachschub erfolgreicher Innovationen und ein kräftiges Wachstum im E-Commerce-Kanal wider. Im September expandierte Nestlé Health Science in den Bereich personalisierte Ernährung. Die Expansion erfolgte mit dem Kauf von Persona, einem führenden Anbieter im Geschäft mit personalisierten Vitaminen.

Nestlé Skin Health verzeichnete in den neun Monaten der Konsolidierung bis September ein hohes einstelliges Wachstum.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Übrigen Geschäfte stieg um 220 Basispunkte. Dies war das Ergebnis von breit abgestützten Verbesserungen bei allen Geschäften.

Beitrag unserer Geschäftstätigkeit zum Gemeinwohl: Gestaltung der «New Plastics Economy»

Verpackungen und Kunststoff spielen eine Schlüsselrolle, wenn es darum geht, Lebensmittelabfälle zu vermeiden sowie Nahrungsmittelqualität und -sicherheit zu gewährleisten. Doch Kunststoffabfälle, die in die Umwelt gelangen, sind zu einem erheblichen Umweltproblem geworden.

Nestlé verfolgt das Ziel, dass ihre Verpackungen bis 2025 zu 100% recyclingfähig oder wiederverwendbar sind. Im gleichen Zeitraum will Nestlé den Einsatz von Neuplastik um ein Drittel reduzieren. Dies wird erreicht, indem ein Markt für lebensmittelverträgliche recycelte Kunststoffe geschaffen, Verpackungsinnovation gefördert und mit anderen zusammen die Kreislaufwirtschaft vorangetrieben wird.

Einen Markt für lebensmittelverträgliche recycelte Kunststoffe schaffen. Recycelte Kunststoffe für den direkten Kontakt mit Nahrungsmitteln sicher zu machen, ist eine enorme Herausforderung für unsere Industrie. Für PET ist das technisch machbar und wirtschaftlich tragbar, für andere Kunststoffarten aber noch nicht. Nestlé führt die Umstellung auf recycelte Kunststoffe, die für den direkten Kontakt mit Nahrungsmitteln und Getränken zugelassen sind, an. Das Unternehmen hat sich verpflichtet, zwischen heute und 2025 bis zu zwei Millionen metrische Tonnen an lebensmittelverträglichen recycelten Kunststoffen zu beziehen. Um einen Markt zu schaffen, stellt Nestlé für den genannten Zeitraum über CHF 1,5 Milliarden bereit, um einen Mehrpreis für diese Materialien zu zahlen. Diese Kosten werden durch Steigerungen der operationellen Effizienz ausgeglichen, um die Initiative erfolgsneutral zu halten.

Verpackungsinnovation fördern. 2019 hat Nestlé das Institute of Packaging Sciences eröffnet, um die Entwicklung sicherer, funktioneller und umweltfreundlicher Verpackungen zu beschleunigen. Das Unternehmen will schneller innovative Verpackungslösungen entwickeln. Nestlé prüft alle Optionen wie Mehrweg- und Nachfüllsysteme, neue Materialien sowie vereinfachte und recycelte Verpackungsmaterialien. Um die firmeneigene Forschung mit externen Entwicklungen zu ergänzen, lancierte Nestlé einen Venture Fund über CHF 250 Millionen zur Förderung nachhaltiger Verpackungen. Dieser investiert in Start-ups, die auf innovative Verpackungslösungen und Recyclingtechnologien spezialisiert sind.

Diese Initiativen sind Teil der umfassenderen Nachhaltigkeitsagenda von Nestlé. Sie leisten einen Beitrag zum Ziel des Unternehmens, bis 2050 seine Netto-Treibhausgasemissionen auf null zu senken. Als Teil dieser Verpflichtungen und zur Erhöhung der Transparenz wird Nestlé weitere Initiativen starten und regelmässig über ihre Fortschritte informieren.

Nomination für den Verwaltungsrat

Nestlé hat heute auch bekannt gegeben, dass das Unternehmen Hanne Jimenez de Mora für die Wahl in den Verwaltungsrat vorschlägt (siehe separate Medienmitteilung).

Ausblick

Ausblick 2020: Nestlé erwartet eine erneute Steigerung des organischen Umsatzwachstums. Das Unternehmen rechnet für 2021/2022 mit einer weiteren Beschleunigung des organischen Umsatzwachstums in Richtung eines nachhaltigen mittleren einstelligen Wachstums. Es wird erwartet, dass sich die zugrunde liegende operative Ergebnismarge kontinuierlich verbessert. Die Restrukturierungskosten¹ für 2020 werden auf rund CHF 500 Millionen veranschlagt. Steigerungen sind sowohl beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch bei der Kapitaleffizienz zu erwarten. Es ist heute noch zu früh, die finanziellen Auswirkungen des Ausbruchs des Coronavirus zu beziffern.

¹ Ohne Wertbeeinträchtigung der Sachanlagen, Rechtsstreitigkeiten und belastender Verträge

Anhang

Umsatz und zugrunde liegendes operatives Ergebnis – Übersicht nach operativen Segmenten

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 2019 (in Mio. CHF)	92 568	33 154	18 834	21 602	7 821	11 157
Umsatz 2018 (in Mio. CHF)	91 439	30 975	18 932	21 331	7 878	12 323
Internes Realwachstum (RIG)	2,9%	2,6%	4,2%	2,5%	-1,9%	5,8%
Preisanpassungen	0,6%	1,3%	-1,5%	0,7%	2,1%	0,6%
Organisches Wachstum	3,5%	3,9%	2,7%	3,2%	0,2%	6,4%
Netto M&A	-0,8%	3,5%	-0,2%	-0,1%	-0,1%	-14,1%
Wechselkurseffekte	-1,5%	-0,4%	-3,0%	-1,8%	-0,9%	-1,7%
Publiziertes Umsatzwachstum	1,2%	7,0%	-0,5%	1,3%	-0,8%	-9,4%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2019 (in Mio. CHF)	16 260	6 998	3 567	4 908	922	2 089
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2018 (in Mio. CHF)*	15 521	6 496	3 545	4 834	865	2 036
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 2019	17,6%	21,1%	18,9%	22,7%	11,8%	18,7%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 2018*	17,0%	21,0%	18,7%	22,7%	11,0%	16,5%

Umsatz und zugrunde liegendes operatives Ergebnis – Übersicht nach Produkten

	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 2019 (in Mio. CHF)	92 568	23 221	7 391	13 268	14 990	12 188	7 888	13 622
Umsatz 2018 (in Mio. CHF)	91 439	21 620	7 409	13 217	16 188	12 065	8 123	12 817
Internes Realwachstum (RIG)	2,9%	2,9%	-1,6%	1,7%	4,2%	2,5%	3,2%	5,3%
Preisanpassungen	0,6%	-0,1%	2,3%	1,6%	0,7%	0,0%	-1,3%	1,7%
Organisches Wachstum	3,5%	2,8%	0,7%	3,3%	4,9%	2,5%	1,9%	7,0%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2019 (in Mio. CHF)	16 260	5 197	846	2 706	3 314	2 170	1 332	2 919
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis 2018 (in Mio. CHF)*	15 521	4 879	775	2 506	3 306	2 161	1 391	2 758
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 2019	17,6%	22,4%	11,4%	20,4%	22,1%	17,8%	16,9%	21,4%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge 2018*	17,0%	22,6%	10,5%	19,0%	20,4%	17,9%	17,1%	21,5%

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

Heute veröffentlichte Berichte

[Finanzielle Berichterstattung 2019 \(pdf\)](#)

[Bericht zur Corporate Governance](#) (auf Englisch)

Versionen in anderen Sprachen verfügbar unter [Publications](#)