



Good food, Good life

# Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Vevey, 19. Oktober 2022

[EN](#) | [FR](#)

Übersetzung des englischen Originaltexts

## Verfolgen Sie heute live

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

Mehr Details auf unserer [Website](#)

## Nestlé veröffentlicht Umsatz für die ersten neun Monate 2022

- Organisches Wachstum von 8,5%, mit Preisanpassungen von 7,5%, was die erhebliche Kosteninflation widerspiegelt. Das interne Realwachstum (RIG) war mit 1,0% robust. Das organische Wachstum war über die meisten Regionen und Kategorien breit abgestützt.
- Der publizierte Umsatz stieg um 9,2% auf CHF 69,1 Milliarden (9M-2021: CHF 63,3 Milliarden). Nettozukäufe hatten eine positive Auswirkung von 1,2%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 0,6%.
- Das Portfoliomanagement ist auf Kurs. Im dritten Quartal schloss Nestlé Health Science den Erwerb von Puravida in Brasilien und The Better Health Company in Neuseeland ab.
- **Aktualisierung des Ausblicks für das Gesamtjahr 2022:** Wir erwarten nun ein organisches Umsatzwachstum um 8% sowie eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge um 17,0%. Sowohl beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch bei der Kapitaleffizienz gehen wir von Steigerungen aus.

**Mark Schneider, Nestlé CEO:** *«Wir haben ein starkes organisches Wachstum erzielt und die Preise inflationsbedingt in verantwortungsvoller Weise weiter angepasst. Das schwierige wirtschaftliche Umfeld bereitet vielen Menschen Sorgen und beeinträchtigt ihre Kaufkraft. Deshalb legen wir Wert darauf, unsere Produkte erschwinglich und zugänglich zu halten, und behalten zugleich die Interessen all unserer Stakeholder im Blick. Unser internes Realwachstum hat sich trotz der hohen Vergleichsbasis und anhaltender Engpässe in den Lieferketten als robust erwiesen, die Nachfrageelastizität war begrenzt. Gleichzeitig investieren wir weiterhin in Forschung und Entwicklung, Marketing und unsere Nachhaltigkeitsinitiativen, wie etwa in den kürzlich lancierten Nescafé Plan 2030. Wir vertrauen weiter auf die Stärke unserer Marken, auf unsere operative Umsetzung und auf die zugrunde liegende Dynamik unserer Produktkategorien. Damit sind wir gut aufgestellt, um zukünftiges Wachstum zu erzielen.»*

	Gruppe	Zone Nord-amerika	Zone Europa	Zone AOA	Zone Lateinamerika	Zone Greater China	Nespresso	Nestlé Health Science	Übrige Geschäfte
Umsatz 9M-2022 (in Mio. CHF)	69 132	19 093	13 968	13 899	8 648	3 843	4 674	4 811	196
Umsatz 9M-2021 (in Mio. CHF)*	63 294	17 173	13 736	13 343	7 416	3 585	4 654	3 237	150
Internes Realwachstum (RIG)**	1,0%	0,1%	1,5%	1,1%	2,5%	2,1%	-1,9%	1,9%	28,0%
Preisanpassungen**	7,5%	11,1%	5,7%	7,0%	10,5%	2,6%	4,9%	2,6%	3,0%
Organisches Wachstum**	8,5%	11,2%	7,1%	8,1%	12,9%	4,7%	3,0%	4,5%	31,0%
Netto M&A**	1,2%	-4,8%	2,0%	-0,1%	0,1%	0,0%	-0,1%	42,5%	0,0%
Wechselkurseffekte**	-0,6%	4,8%	-7,5%	-3,9%	3,6%	2,4%	-2,5%	1,6%	0,2%
Publiziertes Umsatzwachstum	9,2%	11,2%	1,7%	4,2%	16,6%	7,2%	0,4%	48,6%	31,2%

\*Die Zahlen 2021 wurden angepasst als Folge der Schaffung von Zone Nordamerika (NA) und Zone Greater China (GC) per 1. Januar 2022. Zone AOA umfasst den Nahen Osten und Nordafrika (MENA), die bislang zur Zone EMENA gehörten.

\*\*In den Zahlen zu internem Realwachstum (RIG), Preisanpassungen und organischem Wachstum ist die Region Russland nicht enthalten, was in den Zeilen M&A und Wechselkurseffekte entsprechend angepasst wurde.

## Umsatz der Gruppe

Das organische Wachstum betrug 8,5% und erreichte im dritten Quartal 9,3%. Die Preisanpassungen beliefen sich auf 7,5%, was die erhebliche Kosteninflation widerspiegelt. Das interne Realwachstum war nach der hohen Vergleichsbasis 2021 und anhaltenden Lieferkettenproblemen bei begrenzter Nachfrageelastizität robust und betrug 1,0%.

Die Industrieländer verzeichneten ein organisches Wachstum von 7,4%, hauptsächlich angetrieben von Preisanpassungen und leicht positivem internem Realwachstum. Das organische Wachstum von 10,2% in den Schwellenländern wurde getragen von Preisanpassungen und internem Realwachstum.

Nach Produktkategorien leisteten Purina-Produkte für Heimtiere den grössten Beitrag zum organischen Wachstum, mit anhaltender Dynamik bei den wissenschaftsbasierten und Premiummarken *Purina Pro Plan*, *Purina ONE* und *Fancy Feast* sowie Veterinärprodukten. Der Umsatz bei Kaffee wuchs im hohen einstelligen Bereich, mit positiven Umsatzentwicklungen bei *Nescafé*, *Starbucks* und *Nespresso*. Das Wachstum bei Säuglings- und Babynahrung lag im zweistelligen Bereich, mit breit abgestützten Wachstumsbeiträgen aller Regionen. Süsswaren verzeichneten ein zweistelliges Wachstum, bedingt durch die besonders starken Zuwächse bei *KitKat* und saisonalen Produkten. Wasserprodukte verbuchten trotz Lieferkettenproblemen ein zweistelliges Wachstum, was den Premiummarken *S.Pellegrino*, *Acqua Panna* und *Perrier* zu verdanken war. Milchprodukte erzielten ein mittleres einstelliges Wachstum, mit einer anhaltenden Dynamik bei Kaffeeweisern und einer Erholung bei Backprodukten für zu Hause. Kakao- und Malzgetränke verzeichneten ein hohes einstelliges Wachstum, das bei *Milo* sowie trinkfertigen Produkten von *Nesquik* besonders stark ausfiel. Nach der hohen Vergleichsbasis 2021 verbuchten Fertiggerichte und Kulinarikprodukte ein niedriges einstelliges Wachstum, mit anhaltend starker Nachfrage nach *Maggi*. Die Umsätze bei vegetarischen und pflanzenbasierten Produkten wuchsen weiterhin im

zweistelligen Bereich, angeführt von *Garden Gourmet*. Das Wachstum von Nestlé Health Science lag im mittleren einstelligen Bereich und wurde von Medical Nutrition und Produkten für gesundes Altern angetrieben.

Bei den Verkaufskanälen blieb das organische Umsatzwachstum im Einzelhandel mit 7,3% robust. Innerhalb des Einzelhandels verzeichnete E-Commerce ein Umsatzwachstum von 8,4%, aufbauend auf dem Zuwachs von 17,2% in den ersten neun Monaten 2021. Das organische Wachstum in den Ausser-Haus-Kanälen erreichte 26,1%, wobei der Umsatz das Niveau von 2019 übertraf.

Die Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 1,2%, was vor allem mit dem Erwerb der Kernmarken von The Bountiful Company sowie Orgain zusammenhing. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 0,6%. Der publizierte Umsatz stieg um 9,2% auf CHF 69,1 Milliarden.

### Portfoliomanagement

Am 1. April 2022 schloss Nestlé Health Science den Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an Orgain ab, einem führenden Anbieter von pflanzenbasierter Ernährung. Orgain ergänzt das bestehende Portfolio von Nestlé Health Science an Ernährungsprodukten, die ein gesünderes Leben ermöglichen. Die Transaktion dürfte das organische Wachstum von Nestlé leicht steigern, die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Gruppe 2022 hingegen leicht verwässern. Die Vereinbarung beinhaltet die Option für Nestlé Health Science, Orgain 2024 vollständig zu übernehmen.

Am 1. September 2022 schloss Nestlé Health Science den Erwerb von Puravida ab, einer brasilianischen Premiummarke für Ernährung und gesunden Lebensstil. Durch den Kauf will Nestlé Health Science sein Portfolio im Bereich Consumer Health in Lateinamerika erweitern.

Am 1. September 2022 schloss Nestlé Health Science den Erwerb von The Better Health Company ab. Der Kauf beinhaltet die Marke GO Healthy, die führende Marke für Nahrungsergänzungsmittel in Neuseeland, und New Zealand Health Manufacturing, eine in Auckland ansässige Produktionsstätte für Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel. Die Akquisition erweitert das Portfolio von Nestlé Health Science an Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln in AOA.

### Zone Nordamerika

- 11,2% organisches Wachstum: 0,1% internes Realwachstum; 11,1% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2022	Umsatz 9M-2021	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone Nordamerika	CHF 19,1 Mrd.	CHF 17,2 Mrd.	0,1%	11,1%	11,2%	-4,8%	4,8%	11,2%

Das organische Wachstum betrug 11,2%, mit Preisanpassungen von 11,1%. Das interne Realwachstum betrug nach der hohen Vergleichsbasis 2021 und Lieferkettenproblemen 0,1%. Nettoveräusserungen reduzierten den Umsatz um 4,8%, was hauptsächlich auf die Veräusserung der Marken von Nestlé Waters Nordamerika zurückzuführen ist. Wechselkurseffekte hatten eine positive Auswirkung von 4,8% auf den Umsatz. Der publizierte Umsatz der Zone Nordamerika stieg um 11,2% auf CHF 19,1 Milliarden.

Die Zone Nordamerika verzeichnete ein zweistelliges organisches Wachstum, das Preisanpassungen, der starken Dynamik im E-Commerce und der weiteren Erholung der Ausser-Haus-Kanäle zu verdanken war. Nestlé gewann Marktanteile in der Zone, angeführt von Tiernahrung sowie portioniertem und löslichem Kaffee.

Nach Produktkategorien leisteten Purina-Produkte für Heimtiere den grössten Wachstumsbeitrag, mit einer starken Dynamik über die Kanäle hinweg, insbesondere im E-Commerce und in Tierfachgeschäften. *Purina Pro Plan*, einschliesslich Veterinärprodukte, *Purina ONE* und *Fancy Feast* verzeichneten ein starkes zweistelliges Wachstum, unterstützt durch Innovationen. Die Ausser-Haus-Produkte von Nestlé Professional und Starbucks verbuchten ein starkes zweistelliges Wachstum. Der Umsatz der Kategorie Getränke, darunter Starbucks Produkte für zu Hause, *Coffee mate* und *Nescafé*, wuchs fast zweistellig. Säuglings- und Babynahrung verzeichnete aufgrund der anhaltenden Lieferkettenprobleme auf dem Markt eine starke Nachfrage. Babynahrung verbuchte ein robustes Wachstum, das auf Neueinführungen gesunder Snacks und pflanzlichen Angeboten beruhte. Der Umsatz bei Premium-Wasserprodukten stieg im zweistelligen Bereich, angetrieben von *S.Pellegrino* und *Essentia*. Tiefkühlprodukte verbuchten ein niedriges einstelliges Wachstum, nach der hohen Vergleichsbasis 2021. Sowohl Tiefkühlpizza als auch Tiefkühlgerichte verzeichneten positive Umsatzentwicklungen. Produkte auf Milchbasis, darunter *Carnation* und *Nido*, wuchsen ebenfalls zweistellig mit Marktanteilsgewinnen. Trinkfertige Produkte von *Nesquik* in den USA und *KitKat* in Kanada verzeichneten ein zweistelliges Wachstum, das durch Produktlancierungen unterstützt wurde.

## Zone Europa

- 7,1% organisches Wachstum: 1,5% internes Realwachstum; 5,7% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2022	Umsatz 9M-2021	RIG	Preis- anpassungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone Europa*	CHF 14,0 Mrd.	CHF 13,7 Mrd.	1,5%	5,7%	7,1%	2,0%	-7,5%	1,7%

\* In den Zahlen zu internem Realwachstum (RIG), Preisanpassungen und organischem Wachstum ist die Region Russland nicht enthalten, was in den Zeilen M&A und Wechselkurseffekte entsprechend angepasst wurde.

Das organische Wachstum betrug 7,1%, mit Preisanpassungen von 5,7%. Das interne Realwachstum war infolge der hohen Vergleichsbasis 2021 und Lieferkettenproblemen robust und betrug 1,5%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 7,5%,

bedingt durch die Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro. Der publizierte Umsatz der Zone Europa stieg um 1,7% auf CHF 14,0 Milliarden.

In einem schwierigen Wirtschaftsumfeld verbuchte die Zone Europa ein organisches Wachstum im hohen einstelligen Bereich. Gestützt wurde das Wachstum durch Preisanpassungen, die anhaltende Dynamik der Ausser-Haus-Kanäle und Innovationen. Die Zone verzeichnete Marktanteilsgewinne bei Kaffee, Säuglings- und Babynahrung und pflanzenbasierten Produkten.

Nach Produktkategorien waren Purina-Produkte für Heimtiere der wichtigste Wachstumsmotor, mit den Premiummarken *Gourmet*, *Purina ONE* und *Purina Pro Plan* an der Spitze. Der Umsatz von Nestlé Professional wuchs im starken zweistelligen Bereich, angeführt von Getränken. Wasserprodukte verzeichneten ein zweistelliges Wachstum, mit starken Beiträgen von internationalen und lokalen Marken. Der Umsatz mit Baby- und Säuglingsnahrung stieg zweistellig, was auf der starken Dynamik bei Produkten mit Humanen Milch-Oligosacchariden (HMO) beruhte. Süßwaren verbuchten ein mittleres einstelliges Wachstum, mit einer starken Nachfrage nach *KitKat* und saisonalen Angeboten. Im dritten Quartal wurde unser veganes *KitKat V* in 15 europäischen Ländern eingeführt. Bei Kaffee lag das Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich, angeführt von löslichem Kaffee von *Nescafé* und anhaltend starken Umsatzentwicklungen bei *Starbucks by Nespresso*. Kulinarikprodukte verzeichneten einen Umsatzrückgang, der durch das negative Wachstum bei Pizza und Nudeln beeinflusst wurde. Die pflanzenbasierten Produkte von *Garden Gourmet* setzten ihr zweistelliges Wachstum fort, was auf die Einführung neuer Produkte zurückzuführen war.

### Zone Asien, Ozeanien und Afrika (AOA)

- 8,1% organisches Wachstum: 1,1% internes Realwachstum; 7,0% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2022	Umsatz 9M-2021	RIG	Preis- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone AOA	CHF 13,9 Mrd.	CHF 13,3 Mrd.	1,1%	7,0%	8,1%	-0,1%	-3,9%	4,2%

Das organische Wachstum betrug 8,1%, mit Preisanpassungen von 7,0% und einem internen Realwachstum von 1,1%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 3,9%. Der publizierte Umsatz der Zone AOA stieg um 4,2% auf CHF 13,9 Milliarden.

Die Zone AOA erreichte ein organisches Wachstum im hohen einstelligen Bereich, das durch Preisanpassungen, die Optimierung des Portfolios und die weitere Erholung der Ausser-Haus-Kanäle angetrieben wurde. Die Zone verzeichnete Gewinne von Marktanteilen bei Kulinarikprodukten, trinkfertigem und portioniertem Kaffee sowie bei Säuglings- und Babynahrung.

Südostasien verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von *Nescafé*, *Maggi* und *KitKat*, insbesondere in Malaysia. Südasiens verzeichnete zweistelliges

Wachstum, mit Marktanteilsgewinnen und anhaltender Dynamik bei *Maggi*, *KitKat* und *Nescafé*. Im dritten Quartal führte Nestlé Indien unter der Marke *Gerber* ein Premium-Zerealiensortiment für Kleinkinder ein. Das Umsatzwachstum im Nahen Osten und in Afrika fiel fast zweistellig aus, was der starken Dynamik bei erschwinglichen Angeboten bei *Maggi*, *Milo* und Säuglings- und Babynahrung zu verdanken war. Japan verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von trinkfertigem *Nescafé* und Purina-Produkten für Heimtiere. Der Umsatz in Südkorea wuchs zweistellig, angetrieben durch Produkte von Starbucks und die erhöhte Nachfrage nach *KitKat*. Ozeanien wies ein hohes einstelliges Wachstum aus, wobei sich *Nescafé* und *Maggi* besonders stark entwickelten. Süsswaren verzeichneten ebenfalls ein starkes Wachstum, das durch die Einführung eines neuen *KitKat*-Sortiments mit *Milo*-Füllung unterstützt wurde.

Nach Produktkategorien leisteten Kulinarikprodukte den grössten Wachstumsbeitrag, der durch den zweistelligen Zuwachs bei *Maggi*, insbesondere bei Kulinarikprodukten und Nudeln, angeführt wurde. Kaffee verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum mit anhaltend starker Nachfrage nach *Nescafé* und Starbucks Produkten. Die Zone lancierte in ausgewählten Märkten trinkfertige Produkte von Starbucks. Das Umsatzwachstum von Nestlé Professional lag in allen Regionen und Kategorien im starken zweistelligen Bereich. Säuglings- und Babynahrung erreichte ein hohes einstelliges Wachstum, mit einer weiteren Erholung im dritten Quartal. Kakao- und Malzgetränke verzeichneten ein hohes einstelliges Wachstum. Der Umsatz bei Süsswaren wuchs im zweistelligen Bereich, angeführt von *KitKat*. Purina-Produkte für Heimtiere verbuchten ein hohes einstelliges Wachstum, mit anhaltender Dynamik bei *Purina ONE*, *Felix* und *Purina Pro Plan*.

## Zone Lateinamerika

- 12,9% organisches Wachstum: 2,5% internes Realwachstum; 10,5% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2022	Umsatz 9M-2021	RIG	Preis- an- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone Lateinamerika	CHF 8,6 Mrd.	CHF 7,4 Mrd.	2,5%	10,5%	12,9%	0,1%	3,6%	16,6%

Das organische Wachstum betrug 12,9%, mit Preisanpassungen von 10,5%. Das interne Realwachstum war mit 2,5 % robust, nach einem hohen einstelligen Wachstum im Jahr 2021. Wechselkurseffekte hatten eine positive Auswirkung von 3,6 %. Der publizierte Umsatz der Zone Lateinamerika stieg um 16,6% auf CHF 8,6 Milliarden.

Die Zone Lateinamerika verbuchte weiterhin ein zweistelliges organisches Wachstum, mit über Kategorien und Regionen breit abgestützten Beiträgen. Das Wachstum wurde durch Preisanpassungen, die starke operative Umsetzung und die anhaltende Dynamik der Ausser-Haus-Kanäle unterstützt. Die Zone verzeichnete Marktanteilsgewinne bei Säuglings- und Babynahrung, Tiernahrung und Kaffeeweissern.

Der Umsatz in Brasilien wuchs zweistellig infolge einer starken Nachfrage nach Süsswaren, Säuglings- und Babynahrung sowie Kakao- und Malzgetränken. Mexiko verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum, mit starken Zuwächsen bei Purina Produkten für Heimtiere, *Nescafé* und *Carnation*. Im Juli eröffnete Nestlé eine neue *Nescafé* Fabrik in Veracruz, Mexiko, um die starke Konsumentennachfrage in der Zone zu befriedigen. Der Umsatz in Chile wuchs im hohen einstelligen Bereich, angeführt von Süsswaren und Purina-Produkten für Heimtiere. Kolumbien und die Region Plata verzeichneten weiterhin ein starkes zweistelliges Wachstum, das durch Volumenwachstum gestützt wurde.

Nach Produktkategorien leisteten Süsswaren den grössten Wachstumsbeitrag, was auf die starke Nachfrage nach *KitKat* und wichtigen lokalen Marken zurückzuführen war. Der Umsatz bei Purina Produkten für Heimtiere wuchs im zweistelligen Bereich, angeführt von *Dog Chow*, *Cat Chow* und *Purina Pro Plan*. Kaffee verzeichnete ein breit abgestütztes zweistelliges Wachstum, das durch löslichen Kaffee von *Nescafé*, durch *Nescafé Dolce Gusto* und die fortlaufende Einführung von Starbucks Produkten angetrieben wurde. Milchprodukte verbuchten ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von angereicherter Milch und Backprodukten für zu Hause. Säuglings- und Babynahrung verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum, das durch eine robuste Nachfrage nach *Nido* und funktionellen Produkten von *NAN* gestützt wurde. Das Umsatzwachstum von Nestlé Professional lag im hohen zweistelligen Bereich, mit Marktanteilsgewinnen und einem Umsatz, der deutlich über dem Niveau vor der Pandemie lag.

## Zone Greater China

- 4,7% organisches Wachstum: 2,1% internes Realwachstum; 2,6% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2022	Umsatz 9M-2021	RIG	Preis- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone Greater China	CHF 3,8 Mrd.	CHF 3,6 Mrd.	2,1%	2,6%	4,7%	0,0%	2,4%	7,2%

Das organische Wachstum betrug 4,7%, mit Preisanpassungen von 2,6% und einem internen Realwachstum von 2,1%. Wechselkurseffekte hatten eine positive Auswirkung von 2,4%. Der publizierte Umsatz in der Zone Greater China stieg um 7,2% auf CHF 3,8 Milliarden.

Die Zone Greater China wies trotz COVID-19-bedingter Bewegungseinschränkungen ein mittleres einstelliges organisches Wachstum aus. Das Wachstum wurde durch die starke operative Umsetzung, die Dynamik im E-Commerce und kontinuierliche Innovationen gestützt.

Nach Produktkategorien verzeichnete Säuglings- und Babynahrung ein zweistelliges Wachstum, mit einer Verbesserung bei den Marktanteilen von *NAN* und *illum*. Kaffee verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, angeführt von löslichem Kaffee von

Nescafé und Starbucks Produkten. Bei den Süswaren verzeichneten *Hsu Fu Chi* und *Shark Wafer* jeweils ein hohes einstelliges Wachstum. Kulinarikprodukte verbuchten ein mittleres einstelliges Wachstum, das durch den verstärkten Vertrieb in Lower-Tier-Städten unterstützt wurde. Der Umsatz bei Purina-Produkten für Heimtiere wuchs im hohen einstelligen Bereich, angeführt von *Mon Petit*, *Fancy Feast* und dem kürzlich eingeführten *Dentalife*. Nestlé Professional wies einen Umsatzrückgang im mittleren einstelligen Bereich aus, der die Beschränkungen für die Ausser-Haus-Kanäle widerspiegelte.

## Nespresso

- 3,0% organisches Wachstum: -1,9% internes Realwachstum; 4,9% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2022	Umsatz 9M-2021	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Nespresso*	CHF 4,7 Mrd.	CHF 4,7 Mrd.	-1,9%	4,9%	3,0%	-0,1%	-2,5%	0,4%

\* In den Zahlen zu internem Realwachstum (RIG), Preisanpassungen und organischem Wachstum ist die Region Russland nicht enthalten, was in den Zeilen M&A und Wechselkurseffekte entsprechend angepasst wurde.

Das organische Wachstum betrug 3,0%, mit Preisanpassungen von 4,9%. Das interne Realwachstum betrug -1,9% nach einem starken zweistelligen Wachstum 2021 während der Pandemie. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 2,5%. Der publizierte Umsatz von Nespresso stieg um 0,4% auf CHF 4,7 Milliarden.

Nespresso verzeichnete ein niedriges einstelliges organisches Wachstum, nach einem zweistelligen Zuwachs 2021, wobei der Konsum über dem Niveau vor der Pandemie lag. Das *Vertuo*-System hat weiter an Dynamik gewonnen, mit breit abgestützten Wachstumsbeiträgen aller Regionen. Im dritten Quartal lancierte Nespresso in mehreren europäischen Märkten *Vertuo Pop*, eine neue kompakte Maschine, die mit recycelten Materialien hergestellt wird. Das Wachstum wurde auch durch die weitere Erholung in den Ausser-Haus-Kanälen unterstützt, insbesondere durch die kontinuierliche Erweiterung des *Momento*-Systems und die verbesserte Umsatzentwicklung im Bürosegment.

Nach Regionen wuchs Nordamerika zweistellig mit anhaltenden Marktanteilsgewinnen. Europa verzeichnete einen Umsatzrückgang. Andere Regionen erzielten zusammengenommen ein hohes einstelliges Wachstum.



## Nestlé Health Science

- 4,5% organisches Wachstum: 1,9% internes Realwachstum; 2,6% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2022	Umsatz 9M-2021	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Nestlé Health Science*	CHF 4,8 Mrd.	CHF 3,2 Mrd.	1,9%	2,6%	4,5%	42,5%	1,6%	48,6%

\* In den Zahlen zu internem Realwachstum (RIG), Preisanpassungen und organischem Wachstum ist die Region Russland nicht enthalten, was in den Zeilen M&A und Wechselkurseffekte entsprechend angepasst wurde.

Das organische Wachstum betrug 4,5%, nach einem zweistelligen Wachstum in den Jahren 2020 und 2021 während der Pandemie. Die Preisanpassungen beliefen sich auf 2,6%, das interne Realwachstum auf 1,9%. Die Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 42,5%, was vor allem mit dem Erwerb der Kernmarken von The Bountiful Company sowie Orgain zusammenhing. Wechselkurseffekte steigerten den Umsatz um 1,6%. Der publizierte Umsatz von Nestlé Health Science stieg um 48,6% auf CHF 4,8 Milliarden.

Nestlé Health Science verbuchte Marktanteilsgewinne. Das Wachstum wurde gestützt von Preisanpassungen, Innovationen und geographischer Expansion.

Consumer Care verzeichnete ein niedriges einstelliges Wachstum. Produkte für gesundes Altern wuchsen zweistellig, angetrieben von *Boost* und *Nutren*. Das Wachstum bei Vitaminen, Mineralien und Nahrungsergänzungsmitteln war nach der hohen Vergleichsbasis, insbesondere bei Produkten zur Stärkung des Immunsystems während der Pandemie, nahezu unverändert. *Vital Proteins* verzeichnete ein zweistelliges Wachstum dank neuer Produkteinführungen und einer weiteren geografischen Expansion. *Pure Encapsulations*, ein Super-Premium-Angebot, das von medizinischen Fachleuten empfohlen wird, verbuchte zweistelliges Wachstum. Der Umsatz von Orgain, dem kürzlich erworbenen Unternehmen für pflanzenbasierte Ernährung, wuchs im hohen zweistelligen Bereich. Das Wachstum basierte auf der Ausweitung des Vertriebs und auf Innovationen, insbesondere beim proteinhaltigen Bio-Ernährungssortiment für Kinder.

Medical Nutrition verzeichnete ein zweistelliges Wachstum, mit starker Umsatzentwicklung bei den Kinder- und Allergieprodukten *Althéra*, *Alfaré* und *Alfamino*. *Zenpep* verbuchte ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich mit Marktanteilsgewinnen. *Palforzia*, die Behandlung gegen Erdnussallergie, verzeichnete eine weitere Annahme durch die Patienten.

Nach Regionen stieg der Umsatz in Nordamerika im mittleren einstelligen Bereich. Europa verzeichnete positives Wachstum. Andere Regionen verbuchten zusammengenommen ein zweistelliges Wachstum.

## **Beitrag unserer Geschäftstätigkeit zum Gemeinwohl: Reduktion der Treibhausgasemissionen im Kaffeeanbau und Verbesserung des Auskommens der Kaffeebauern**

Nestlé ist auf Kurs, die absoluten Treibhausgasemissionen in der Lieferkette schrittweise zu reduzieren und bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Zu diesem Zweck unterstützt das Unternehmen den Übergang zu einem regenerativen Nahrungssystem. Mit dem **Nescafé Plan 2030** setzt Nestlé diese Ziele nun bei seiner grössten Kaffeemarke um.

Der *Nescafé Plan 2030* ist eine integrierte Strategie zur Reduktion der Treibhausgasemissionen im Kaffeeanbau und zur gleichzeitigen Einkommensverbesserung bei den Kaffeebauern durch die Einführung von regenerativer Landwirtschaft. Der Plan baut auf der Nachhaltigkeitsarbeit von *Nescafé* der letzten zehn Jahre auf. Die Marke wird bis 2030 über eine Milliarde Schweizer Franken in den Plan investieren. Diese Investitionen stammen unter anderem aus den Mitteln, welche Nestlé für die Unterstützung regenerativer Landwirtschaft vorgesehen hat.

*Nescafé* wird den Kaffeebauern den Übergang zu einer regenerativen Landwirtschaft durch die Bereitstellung von Schulungen, finanzieller Unterstützung und ertragreichen Kaffeepflanzensetzlingen ermöglichen. Zu den geförderten regenerativen Praktiken gehören:

- Das Pflanzen von Deckfrüchten
- Optimierung der Düngung, einschliesslich des Einsatzes organischer Düngemittel
- verstärkte Nutzung von Agroforstwirtschaft und Zwischenfruchtanbau sowie
- Beschneiden oder Ersetzen bestehender Bäume durch krankheits- und klimaresistente Arten.

*Nescafé* wird die Wirksamkeit verschiedener regenerativer landwirtschaftlicher Praktiken testen und auswerten. Die Priorität liegt dabei auf den sieben Ländern, aus denen *Nescafé* 90% seines Kaffees bezieht: Brasilien, Vietnam, Mexiko, Kolumbien, Côte d'Ivoire, Indonesien und Honduras. Im Einklang mit den Nestlé-Beschaffungszielen für die wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffe, beabsichtigt *Nescafé*, bis 2025 20% und bis 2030 50% ihres Kaffees aus regenerativem Anbau zu beziehen.

Regenerative Landwirtschaft verbessert die Gesundheit und Fruchtbarkeit der Böden. Ein gesunder Boden speichert mehr Wasser und bindet mehr Kohlenstoff aus der Atmosphäre. Dies wird *Nescafé* dabei helfen, seine Treibhausgasemissionen bis 2030 um 50% zu reduzieren, im Einklang mit der Verpflichtung der Nestlé-Gruppe.

*Nescafé* wird gleichzeitig dazu beitragen, das Einkommen der Bauern zu erhöhen, welche auf regenerative Landwirtschaft umstellen. Das Unternehmen wird in ausgewählten Ländern finanzielle Pilotprojekte unternehmen, um den jeweils besten

und auf die lokalen Bedingungen abgestimmten Ansatz zu testen. Zu den möglichen Massnahmen zählen: bedingte Bargeldanreize für die Einführung regenerativer landwirtschaftlicher Praktiken, Einkommensschutz durch Wetterversicherungen und besserer Zugang zu Krediten für die Bauern.

*Nescafé* wird die Fortschritte und Ergebnisse seiner Programme vor Ort im Rahmen seiner Monitoring- und Evaluierungspartnerschaft mit der Rainforest Alliance auswerten. Zudem arbeitet das Unternehmen zusammen mit dem Sustainable Food Lab und anderen an den Themen Einkommensbewertung für die Kaffeebauern, Strategie und Fortschrittsverfolgung.

Mit diesem umfassenden Plan will *Nescafé* dazu beitragen, den Kaffeeanbau weltweit nachhaltiger zu gestalten.

## **Ausblick**

**Aktualisierung des Ausblicks für das Gesamtjahr 2022:** Wir erwarten nun eine organisches Umsatzwachstum um 8% sowie eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge um 17,0%. Sowohl beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch bei der Kapitaleffizienz erwarten wir dieses Jahr Steigerungen.

---

## **Kontakte:**

Medien	Christoph Meier	Tel.: +41 21 924 2200	<a href="mailto:mediarelations@nestle.com">mediarelations@nestle.com</a>
Investoren	Luca Borlini	Tel.: +41 21 924 3509	<a href="mailto:ir@nestle.com">ir@nestle.com</a>

## Anhang

### Übersicht über den Umsatz nach operativen Segmenten in den ersten neun Monaten 2022

	Gruppe	Zone Nord-amerika	Zone Europa	Zone AOA	Zone Latein-amerika	Zone Greater China	Nespresso	Nestlé Health Science	Übrige Geschäfte
Umsatz 9M-2022 (in Mio. CHF)	69 132	19 093	13 968	13 899	8 648	3 843	4 674	4 811	196
Umsatz 9M-2021 (in Mio. CHF)*	63 294	17 173	13 736	13 343	7 416	3 585	4 654	3 237	150
Internes Realwachstum (RIG)**	1,0%	0,1%	1,5%	1,1%	2,5%	2,1%	-1,9%	1,9%	28,0%
Preisanpassungen**	7,5%	11,1%	5,7%	7,0%	10,5%	2,6%	4,9%	2,6%	3,0%
Organisches Wachstum**	8,5%	11,2%	7,1%	8,1%	12,9%	4,7%	3,0%	4,5%	31,0%
Netto M&A**	1,2%	-4,8%	2,0%	-0,1%	0,1%	0,0%	-0,1%	42,5%	0,0%
Wechselkurseffekte**	-0,6%	4,8%	-7,5%	-3,9%	3,6%	2,4%	-2,5%	1,6%	0,2%
Publiziertes Umsatzwachstum	9,2%	11,2%	1,7%	4,2%	16,6%	7,2%	0,4%	48,6%	31,2%

\* Die Zahlen 2021 wurden angepasst als Folge der Schaffung von Zone Nordamerika (NA) und Zone Greater China (GC) per 1. Januar 2022. Zone AOA umfasst den Nahen Osten und Nordafrika (MENA), die bislang zur Zone EMENA gehörten.

\*\* In den Zahlen zu internem Realwachstum (RIG), Preisanpassungen und organischem Wachstum ist die Region Russland nicht enthalten, was in den Zeilen M&A und Wechselkurseffekte entsprechend angepasst wurde.

### Übersicht über den Umsatz nach Produkten in den ersten neun Monaten 2022

	Gruppe	Getränke in flüssiger und Pulverform	Wasserprodukte	Milchprodukte und Speiseeis	Nutrition-Produkte und Health Science	Fertiggerichte und Kulinarikprodukte	Süsswaren	Produkte für Heimtiere
Umsatz 9M-2022 (in Mio. CHF)	69 132	18 461	2 776	8 267	11 625	9 152	5 640	13 211
Umsatz 9M-2021 (in Mio. CHF)	63 294	17 499	3 230	7 837	9 363	8 873	5 132	11 360
Internes Realwachstum (RIG)**	1,0%	0,7%	6,0%	-3,6%	3,7%	-6,3%	6,4%	4,8%
Preisanpassungen**	7,5%	7,3%	9,1%	8,5%	4,8%	8,9%	4,4%	9,6%
Organisches Wachstum**	8,5%	8,0%	15,1%	4,8%	8,5%	2,6%	10,7%	14,4%

\*\* In den Zahlen zu internem Realwachstum (RIG), Preisanpassungen und organischem Wachstum ist die Region Russland nicht enthalten, was in den Zeilen M&A und Wechselkurseffekte entsprechend angepasst wurde.