

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Vevey, 17. Oktober 2024

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

Übersetzung des englischen Originaltexts

Verfolgen Sie heute live

09.30 CEST [Audio-Webcast](#) für Investoren

Mehr Details auf unserer [Website](#)

Nestlé veröffentlicht Umsatz für die ersten neun Monate 2024

- Das organische Wachstum betrug in den ersten neun Monaten 2,0%, mit positivem internem Realwachstum (RIG).
 - Das interne Realwachstum lag bei 0,5%, in einem Umfeld mit nachlassender Konsumentennachfrage und Massnahmen zum Abbau von Lagerbeständen bei Kunden.
 - Die Preisanpassungen lagen bei 1,6%, eine Mässigung nach den beispiellosen Anstiegen der beiden Vorjahre.
- Der publizierte Umsatz betrug CHF 67,1 Milliarden (9M-2023: CHF 68,8 Milliarden), was einem Rückgang von 2,4% entspricht. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 4,1% und die Nettoveräusserungen hatten eine negative Auswirkung von 0,3%.
- Es wurden Änderungen in der Unternehmensstruktur sowie Wechsel in der Konzernleitung bekanntgegeben, um die Leistung und den strategischen Wandel der Gruppe voranzutreiben (siehe separate Medienmitteilung).
- **Aktualisierung des Ausblicks für das Gesamtjahr 2024:** Es wird ein organisches Umsatzwachstum von etwa 2% und eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge von etwa 17,0% erwartet. Der zugrunde liegende Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen wird voraussichtlich weitgehend unverändert sein.

Laurent Freixe, CEO von Nestlé, kommentierte: *«Unser organisches Umsatzwachstum wurde von einem positiven internen Realwachstum angetrieben. Die Konsumentennachfrage hat in den letzten Monaten nachgelassen, und wir erwarten, dass dieses Umfeld verhalten bleiben wird. In Anbetracht dessen und unserer weiteren Massnahmen zum Abbau von Lagerbeständen bei Kunden im vierten Quartal, haben wir unseren Ausblick für das Gesamtjahr aktualisiert. Wir erwarten nun ein organisches Umsatzwachstum von etwa 2%, was dem Niveau der ersten neun Monate entspricht.*

Nestlé ist bestens positioniert, um unsere Branche anzuführen. Wir sind global aufgestellt und verfügen über ein breites Portfolio weltbekannter Marken und innovativer Produkte, die die Menschen jeden Tag und in jeder Lebensphase ansprechen. Auf dieser starken Grundlage aufbauend werden wir uns noch mehr auf die Konsumenten und Kunden

konzentrieren und unsere Produktkategorien stärken, um die Leistung zu steigern und Marktanteile zu gewinnen. Wir werden die digitale Transformation unseres Unternehmens weiter vorantreiben, um unsere Agilität und Effizienz zu erhöhen. Damit unsere Marken führend sein können, müssen wir investieren. Die benötigten Ressourcen werden wir durch Effizienzsteigerungen und Wachstumsimpulse generieren. Eine disziplinierte Umsetzung in unseren Märkten wird diesen „Virtuous Circle“ von Nestlé vorantreiben, um langfristig profitables Wachstum zu erzielen. Mit unseren herausragenden Mitarbeitenden können wir das umsetzen.

Die heute bekanntgegebenen Veränderungen des Unternehmens ermöglichen eine einheitliche, vereinfachte und fokussierte Umsetzung. Ich freue mich darauf, bei unserem Capital Markets Day im November näher auf unsere Pläne einzugehen.»

	Gruppe	Zone Nord-amerika	Zone Europa	Zone AOA	Zone Latein-amerika	Zone Greater China	Nestlé Health Science	Nespresso	Übrige Geschäfte
Umsatz 9M-2024 (in Mio. CHF)	67 148	18 524	13 900	12 542	8 913	3 550	4 915	4 586	218
Umsatz 9M-2023 (in Mio. CHF)	68 829	19 027	14 144	13 223	9 139	3 624	4 850	4 617	205
Internes Realwachstum (RIG)	0,5%	-0,9%	0,8%	0,8%	-0,7%	3,9%	3,0%	1,3%	8,6%
Preisanpassungen	1,6%	0,6%	2,5%	2,8%	2,5%	-1,5%	0,8%	0,5%	1,3%
Organisches Wachstum	2,0%	-0,3%	3,3%	3,6%	1,9%	2,5%	3,8%	1,8%	9,8%
Netto M&A	-0,3%	0,0%	-2,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	0,2%	0,0%
Wechselkurseffekte	-4,1%	-2,3%	-2,9%	-8,7%	-4,2%	-4,7%	-3,0%	-2,6%	-3,3%
Publiziertes Umsatzwachstum	-2,4%	-2,6%	-1,8%	-5,2%	-2,3%	-2,0%	1,3%	-0,7%	6,6%

Umsatz der Gruppe

Das organische Wachstum betrug in den ersten neun Monaten 2,0%, fast gleichauf mit den 2,1% in der ersten Jahreshälfte. Das interne Realwachstum lag bei 0,5%, beeinträchtigt durch verhaltene Konsumentennachfrage sowie die Zurückhaltung der Konsumenten hinsichtlich globaler Marken im Zusammenhang mit geopolitischen Spannungen. Zudem wurde das interne Realwachstum im dritten Quartal durch Massnahmen zum Abbau von Lagerbeständen bei Kunden, vor allem in Nord- und Südamerika, um etwa 60 Basispunkte geschmälert. Die Preisanpassungen lagen bei 1,6%, eine andauernde Normalisierung nach den beispiellosen Anstiegen der beiden Vorjahre. Im dritten Quartal wurden auf gestiegene Inputkosten zurückzuführende Preisanpassungen bei Süsswaren und Kaffee teilweise durch die Auswirkungen von Sonderaktionen bei Heimtier- und Milchprodukten ausgeglichen. Nach Regionen wurde das organische Wachstum von den aufstrebenden Märkten und Europa getragen, die den leichten Rückgang in Nordamerika mehr als ausglich. In den Industrieländern betrug das organische Wachstum 1,1%, mit positiven Preisanpassungen und einem positiven internen Realwachstum. In den aufstrebenden Märkten betrug das organische Wachstum 3,5%, angeführt von Preisanpassungen und mit einem positiven internen Realwachstum.

Organisches Wachstum nach Produktkategorien:

- Kaffee leistete mit einem Wachstum im mittleren einstelligen Bereich den grössten Beitrag, unterstützt durch die drei führenden Kaffeemarken *Nescafé*, *Starbucks* und *Nespresso*.
- Purina-Produkte für Heimtiere erzielten ein niedriges einstelliges Wachstum, angetrieben durch die anhaltende Dynamik bei den wissenschaftsbasierten Premiummarken *Purina ProPlan*, *Purina ONE* und *Fancy Feast*.
- Der Umsatz mit Süswaren wuchs im mittleren einstelligen Bereich, angeführt von *KitKat* und wichtigen lokalen Marken.
- Nestlé Health Science verzeichnete ein niedriges einstelliges Wachstum. Die Wiederherstellung ist auf Kurs, mit einem zweistelligen Wachstum im dritten Quartal.
- Wasserprodukte verbuchten ein mittleres einstelliges Wachstum, gestützt durch die anhaltende Dynamik bei *S.Pellegrino* und der Erholung bei *Perrier*.
- Der Umsatz mit Säuglings- und Babynahrung wuchs im niedrigen einstelligen Bereich, unterstützt durch die anhaltende Dynamik bei *NAN*, *Lactogen* und Produkten mit Humanen Milch-Oligosacchariden (HMOs).
- Milchprodukte verzeichneten ein negatives Wachstum, da der Rückgang bei Kaffeeweisern und ungekühlten Milchprodukten das Wachstum bei erschwinglichen Milchprodukten und Milchprodukten für den Kulinarikbereich mehr als aufhob.
- Kulinarikprodukte verzeichneten ein negatives Wachstum, das auf den Rückgang im Tiefkühlgeschäft in Nordamerika zurückzuführen ist, während das Wachstum bei *Maggi* robust war.

Nach Verkaufskanälen betrug das organische Wachstum im Einzelhandelsgeschäft 1,9%. Das organische Wachstum der Ausser-Haus-Kanäle betrug 3,4%. Der Umsatz im E-Commerce wuchs organisch um 9,7% und erreichte 18,5% des Gesamtumsatzes der Gruppe.

Die Nettoveräusserungen verringerten den Umsatz um 0,3%, was hauptsächlich auf die im Jahr 2023 erfolgte Gründung eines Joint Venture mit PAI Partners für das Tiefkühlpizza-Geschäft von Nestlé in Europa zurückzuführen ist. Der Einfluss der Wechselkurse auf den Umsatz war mit -4,1% negativ. Der publizierte Umsatz sank um 2,4% auf CHF 67,1 Milliarden.

Zone Nordamerika

- 9M-2024: -0,3% organisches Wachstum: -0,9% internes Realwachstum; 0,6% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2024	Umsatz 9M-2023	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Net M&A	Wechselkurs effekte	Publiziertes Wachstum
Zone Nordamerika	CHF 18,5 Mrd.	CHF 19,0 Mrd.	-0,9%	0,6%	-0,3%	0,0%	-2,3%	-2,6%

Das organische Wachstum betrug -0,3%. Das interne Realwachstum lag bei -0,9%, verblieb allerdings im dritten Quartal im positiven Bereich, unterstützt durch das starke Wachstum im E-Commerce und in den Spezialkanälen. Wie bereits hervorgehoben,

wurde das interne Realwachstum im zweiten und dritten Quartal durch die Rotation der Lagerbestände der Kunden im Zusammenhang mit Sonderaktionen im Einzelhandel beeinflusst, was das Wachstum im dritten Quartal um etwa 100 Basispunkte schmälerte. Die Preisanpassungen betragen 0,6% und waren im dritten Quartal negativ, wobei Sonderaktionen wieder das Vor-Corona-Niveau erreichten. Wechselkurse belasteten den Umsatz mit 2,3%. Der publizierte Umsatz ging um 2,6% auf CHF 18,5 Milliarden zurück. Die Zone erzielte Marktanteilsgewinne bei Tierfutter und Kaffee und musste bei Tiefkühlpizza und Kaffeeweisern Verluste hinnehmen.

Nach Produktkategorien leisteten Purina-Produkte für Heimtiere mit einem Zuwachs im niedrigen einstelligen Bereich den grössten Wachstumsbeitrag, angeführt von *Purina Pro Plan*, *Fancy Feast* und *Friskies*. Der Umsatz im Süsswarengeschäft wuchs im mittleren einstelligen Bereich, unterstützt durch *Tollhouse*-Backprodukte. Wasserprodukte verzeichneten ein niedriges einstelliges Wachstum, angetrieben von der anhaltenden Dynamik bei *S.Pellegrino* und der Einführung von *Maison Perrier*. Das Wachstum in der Getränkekategorie fiel positiv aus, wobei die anhaltende Dynamik bei *Starbucks* und *Nescafé* den Umsatzrückgang bei *Coffee mate* ausglich. Säuglings- und Babynahrung verzeichnete einen Umsatzrückgang, der auf eine Verlangsamung in der Kategorie *Gerber*-Babynahrung zurückzuführen war, die das robuste Wachstum bei *Nido*-Wachstumsmilch mehr als aufhob. Das Tiefkühlgeschäft verbuchte ein negatives Wachstum, da die Kategorie weiterhin einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt ist, insbesondere bei Pizza.

Zone Europa

- 9M-2024: 3,3% organisches Wachstum; 0,8% internes Realwachstum; 2,5% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2024	Umsatz 9M-2023	RIG	Preis- an- passungen	Organisches Wachstum	Net M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Zone Europa	CHF 13,9 Mrd.	CHF 14,1 Mrd.	0,8%	2,5%	3,3%	-2,2%	-2,9%	-1,8%

Das organische Wachstum betrug 3,3%. Das interne Realwachstum lag bei 0,8% und drehte im dritten Quartal leicht ins Minus, was auf die verhaltene Konsumnachfrage und vorübergehende Auslistungen im Einzelhandel zurückzuführen ist. Die Preisanpassungen lagen bei 2,5%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 2,9% und die Nettoveräusserungen belasteten den Umsatz mit 2,2%. Der publizierte Umsatz sank um 1,8% auf CHF 13,9 Milliarden. Die Zone erzielte Marktanteilsgewinne bei Tierfutter und portioniertem Kaffee, während sie bei Süsswaren und Wasserprodukten Marktanteile einbüsste.

Nach Produktkategorien leisteten Purina-Produkte für Heimtiere mit einem Zuwachs im mittleren einstelligen Bereich den grössten Wachstumsbeitrag, angetrieben von den Premiummarken *Purina ONE*, *Gourmet* und *Pro Plan*. Kaffee verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von löslichem *Nescafé*-Kaffee und *Starbucks*-

Produkten. Süßwaren verbuchten ein mittleres einstelliges Wachstum, das durch die anhaltende Dynamik bei *KitKat* und wichtigen lokalen Marken beflügelt wurde. Der Umsatz mit Wasserprodukten wuchs im niedrigen einstelligen Bereich, angetrieben durch den Relaunch von *Perrier*. Nestlé Professional erzielte ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von Getränkelösungen. Säuglings- und Babynahrung verzeichnete ein leicht negatives Wachstum, was auf eine Verlangsamung der Kategorie zurückzuführen ist. Kulinarikprodukte verbuchten ein leicht negatives Wachstum.

Zone Asien, Ozeanien und Afrika (AOA)

- 9M-2024: 3,6% organisches Wachstum; 0,8% internes Realwachstum; 2,8% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2024	Umsatz 9M-2023	RIG	Preis- an- passungen	Organisches Wachstum	Net M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Zone AOA	CHF 12,5 Mrd.	CHF 13,2 Mrd.	0,8%	2,8%	3,6%	0,0%	-8,7%	-5,2%

Das organische Wachstum betrug 3,6%. Das interne Realwachstum lag bei 0,8%, was die anhaltende Zurückhaltung der Konsumenten gegenüber globalen Marken im Zusammenhang mit geopolitischen Spannungen widerspiegelt. Die Preisanpassungen lagen bei 2,8%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 8,7%. Der publizierte Umsatz sank um 5,2% auf CHF 12,5 Milliarden. Die Regionen mit den wichtigsten Wachstumsbeiträgen waren Zentral- und Westafrika, die Philippinen und Thailand. Die Zone erzielte Marktanteilsgewinne bei Süßwaren, mit Verlusten bei Milch- und Kulinarikprodukten.

Nach Produktkategorien verzeichnete Kaffee ein mittleres einstelliges Wachstum, angetrieben von *Nescafé*, insbesondere von trinkfertigen Angeboten. Kulinarikprodukte verbuchten ein hohes einstelliges Wachstum, angetrieben durch die starke Umsatzdynamik und Innovationen bei *Maggi*-Kochhilfen. Der Umsatz mit Säuglings- und Babynahrung stieg im mittleren einstelligen Bereich, mit anhaltender Dynamik bei *NAN* und *S-26* sowie bei dem erschwinglichen Sortiment von *Lactogen*. Der Umsatz von Nestlé Professional wuchs im hohen einstelligen Bereich über die meisten Regionen und Kategorien hinweg, unterstützt durch die Neukundengewinnung. Süßwaren verzeichneten ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich, wobei die anhaltende Dynamik bei *KitKat* durch die Einführung neuer Produkte unterstützt wurde. Purina-Produkte für Heimtiere erzielten ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, angeführt von *Felix* und *Purina One*. Milchprodukte verbuchten ein leicht positives Wachstum.

Zone Lateinamerika

- 9M-2024: 1,9% organisches Wachstum: -0,7% internes Realwachstum; 2,5% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2024	Umsatz 9M-2023	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Net M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Zone Lateinamerika	CHF 8,9 Mrd.	CHF 9,1 Mrd.	-0,7%	2,5%	1,9%	0,0%	-4,2%	-2,3%

Das organische Wachstum betrug 1,9%. Das interne Realwachstum lag bei -0,7% und drehte im dritten Quartal weiter ins Minus, was auf die verhaltene Konsumentennachfrage und den Abbau von Lagerbeständen bei Kunden zurückzuführen ist. Die Preisanpassungen lagen bei 2,5%. Wechselkurse belasteten den Umsatz mit 4,2%. Der publizierte Umsatz sank um 2,3% auf CHF 8,9 Milliarden. Das Wachstum in der Zone wurde durch die robuste Umsatzdynamik in Brasilien und Mexiko getragen, die teilweise durch eine schwächere Entwicklung in anderen Märkten ausgeglichen wurde. Die Zone erzielte Marktanteilsgewinne bei Schokolade, portioniertem Kaffee und Kulinarikprodukten, mit Verlusten bei Milchprodukten und löslichem Kaffee.

Nach Produktkategorien wuchs der Umsatz mit Süswaren im mittleren einstelligen Bereich, angetrieben von wichtigen lokalen Marken, insbesondere *Garoto* sowie *KitKat*. Nestlé Professional erzielte ein anhaltend zweistelliges Wachstum, unterstützt durch die kontinuierliche Neukundengewinnung. Kulinarikprodukte verbuchten ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich, angetrieben von *Maggi*. Kaffee verzeichnete ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich, angeführt von *Nescafé*, mit einem starken Wachstum bei *Nescafé Dolce Gusto*. Das Wachstum bei Purina-Produkte für Heimtiere war flach, unterstützt von *Felix* und *Friskies*. Säuglings- und Babynahrung und Milchprodukte verbuchten ein negatives Wachstum, wobei die robuste Nachfrage nach NAN-Säuglingsnahrung durch den Umsatzrückgang bei *Nido* mehr als aufgehoben wurde.

Zone Greater China

- 9M-2024: 2,5% organisches Wachstum: 3,9% internes Realwachstum; -1,5% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2024	Umsatz 9M-2023	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Net M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Zone Greater China	CHF 3,6 Mrd.	CHF 3,6 Mrd.	3,9%	-1,5%	2,5%	0,2%	-4,7%	-2,0%

Das organische Wachstum betrug 2,5%. Das interne Realwachstum lag bei 3,9% und stieg im dritten Quartal höher, unterstützt durch die Einführung neuer Produkte und die verstärkte Dynamik bei Säuglings- und Babynahrung. Die Preisanpassungen lagen bei -1,5%, was die niedrige Inflation in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie widerspiegelte. Wechselkurse belasteten den Umsatz mit 4,7%. Der publizierte Umsatz sank um 2,0% auf CHF 3,6 Milliarden. Die Zone erzielte Marktanteilsgewinne bei

löslichem Kaffee, Säuglings- und Babynahrung und Süswaren, während sie bei Kulinarik- und Milchprodukten Verluste verbuchte.

Nach Produktkategorien leistete Säuglings- und Babynahrung mit einem Plus im mittleren einstelligen Bereich den grössten Wachstumsbeitrag, angetrieben von *NAN* und höheren Umsätzen bei *illum*. Kaffee verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum, angeführt von trinkfertigen und löslichen Produkten von *Nescafé*. Der Umsatz mit Süswaren wuchs im mittleren einstelligen Bereich, angetrieben von *Shark Wafer* und *KitKat*. Nestlé Professional und Kulinarikprodukte verbuchten ein positives Wachstum, wobei in den Ausser-Haus-Kanälen eine Verlangsamung zu verzeichnen war. Der Umsatz mit Purina-Produkten für Heimtiere wuchs weiterhin zweistellig, basierend auf der Einführung neuer Produkte und der anhaltenden Dynamik im E-Commerce bei *Purina Pro Plan* und *Friskies*. Milchprodukte verzeichneten ein negatives Wachstum, was auf die starke Marktabschwächung in den milchbasierten Kategorien zurückzuführen ist.

Nestlé Health Science

- 9M-2024: 3,8% organisches Wachstum: 3,0% internes Realwachstum; 0,8% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2024	Umsatz 9M-2023	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Net M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Nestlé Health Science	CHF 4,9 Mrd.	CHF 4,9 Mrd.	3,0%	0,8%	3,8%	0,5%	-3,0%	1,3%

Das organische Wachstum betrug 3,8%, wobei es im dritten Quartal zweistellig war. Das interne Realwachstum lag bei 3,0% und beschleunigte im dritten Quartal stark, was auf die zunehmende Produktverfügbarkeit zurückzuführen ist. Die Nettozukäufe erhöhten den Umsatz um 0,5%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 3,0%. Der publizierte Umsatz sank um 1,3% auf CHF 4,9 Milliarden. Nach Regionen verzeichnete Nordamerika ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich. Europa erzielte ein hohes einstelliges Wachstum, während die anderen Regionen zusammengenommen ein positives Wachstum auswiesen.

Das Wachstum bei Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln blieb in den ersten neun Monaten weitgehend flach, während es im dritten Quartal zweistellig ausfiel. Die Wiederherstellung ist auf Kurs und das Geschäft beginnt, Marktanteile zurückzugewinnen. Aktive Ernährung verzeichnete ein niedriges einstelliges Wachstum, mit einem starken Umsatzbeitrag von *Orgain*. Medical Nutrition verbuchte ein nahezu zweistelliges Wachstum mit anhaltenden MarktanteilsGewinnen. Das Wachstum wurde durch eine starke Umsatzdynamik bei medizinischen Produkten für Erwachsene, insbesondere bei *Peptamen*, *Resource* und *VitaFlo*, getragen. Der Umsatz mit Magen-Darm-Produkten wuchs weiterhin zweistellig.

Nespresso

- 9M-2024: 1,8% organisches Wachstum: 1,3% internes Realwachstum; 0,5% Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2024	Umsatz 9M-2023	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Net M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Nespresso	CHF 4,6 Mrd.	CHF 4,6 Mrd.	1,3%	0,5%	1,8%	0,2%	-2,6%	-0,7%

Das organische Wachstum betrug 1,8%. Das interne Realwachstum lag bei 1,3%. Die Preisanpassungen lagen bei 0,5%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 2,6%. Der publizierte Umsatz sank um 0,7% auf CHF 4,6 Milliarden. Nach Regionen stieg der Umsatz in Nordamerika im mittleren einstelligen Bereich, mit Marktanteilsgewinnen. Europa verzeichnete ein leicht negatives Wachstum in einem weiterhin wettbewerbsintensiven Marktumfeld.

Das Wachstum wurde vom *Vertuo*-System angetrieben, mit anhaltend breit abgestützter Umsatzdynamik. Die Ausser-Haus- Kanäle verbuchten weiterhin ein robustes Wachstum, angetrieben durch die weitere Annahme des *Momento*-Systems.

Ausblick

Aktualisierung des Ausblicks für das Gesamtjahr 2024: Angesichts des Konsumumfelds und weiterer Massnahmen zum Abbau von Lagerbeständen bei Kunden im vierten Quartal wurde der Ausblick für das Gesamtjahr aktualisiert. Das organische Umsatzwachstum wird den ersten neun Monaten entsprechend voraussichtlich etwa 2% betragen. Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge wird voraussichtlich bei etwa 17,0% liegen. Der zugrunde liegende Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen wird voraussichtlich weitgehend unverändert sein.

Kontakte:

Medien	Christoph Meier	Tel.: +41 21 924 2200	mediarelations@nestle.com
Investoren	David Hancock	Tel.: +41 21 924 3509	ir@nestle.com

Anhang

Umsatz in den ersten neun Monaten – Übersicht nach operativen Segmenten

	Gruppe	Zone Nord-amerika	Zone Europa	Zone AOA	Zone Latein-amerika	Zone Greater China	Nestlé Health Science	Nespresso	Übrige Geschäfte
Umsatz 9M-2024 (in Mio. CHF)	67 148	18 524	13 900	12 542	8 913	3 550	4 915	4 586	218
Umsatz 9M-2023 (in Mio. CHF)	68 829	19 027	14 144	13 223	9 139	3 624	4 850	4 617	205
Internes Realwachstum (RIG)	0,5%	-0,9%	0,8%	0,8%	-0,7%	3,9%	3,0%	1,3%	8,6%
Preisanpassungen	1,6%	0,6%	2,5%	2,8%	2,5%	-1,5%	0,8%	0,5%	1,3%
Organisches Wachstum	2,0%	-0,3%	3,3%	3,6%	1,9%	2,5%	3,8%	1,8%	9,8%
Netto M&A	-0,3%	0,0%	-2,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	0,2%	0,0%
Wechselkurseffekte	-4,1%	-2,3%	-2,9%	-8,7%	-4,2%	-4,7%	-3,0%	-2,6%	-3,3%
Publiziertes Umsatzwachstum	-2,4%	-2,6%	-1,8%	-5,2%	-2,3%	-2,0%	1,3%	-0,7%	6,6%

Umsatz in den ersten neun Monaten – Übersicht nach Produkten

	Gruppe	Getränke in flüssiger und Pulverform	Wasserprodukte	Milchprodukte und Speiseeis	Nutrition-Produkte und Health Science	Fertiggerichte und Kulinarikprodukte	Süsswaren	Produkte für Heimtiere
Umsatz 9M-2024 (in Mio. CHF)	67 148	17 952	2 474	7 648	11 313	7 826	5 920	14 015
Umsatz 9M-2023 (in Mio. CHF)	68 829	18 257	2 606	8 100	11 470	8 649	5 735	14 012
Internes Realwachstum (RIG)	0,5%	1,3%	-0,8%	-0,8%	0,8%	-2,2%	0,7%	1,8%
Preisanpassungen	1,6%	1,7%	3,7%	0,1%	1,3%	0,5%	5,1%	1,2%
Organisches Wachstum	2,0%	3,0%	3,0%	-0,7%	2,1%	-1,6%	5,8%	3,0%