

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Vevey, 22. Oktober 2026

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

Übersetzung des englischen Originaltexts

Umsatz für das dritte Quartal und die ersten neun Monate 2026

Fortgesetzte Steigerung des internen Realwachstums

Philipp Navratil, CEO von Nestlé: «Wir erzielen stärkeres Wachstum, indem wir unsere Strategie im Tagesgeschäft konsequent umsetzen. Das interne Realwachstum (RIG) war in allen Zonen und global geführten Geschäftsbereichen positiv und erreichte im dritten Quartal 2,8%. Damit setzte sich die in den letzten Quartalen erzielte Verbesserung unseres Wachstums fort. Die Vereinbarung über den Verkauf unseres Mainstream-Geschäfts mit Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln ist ein weiterer Meilenstein auf unserem Weg, uns auf jene Geschäftsbereiche zu konzentrieren, in denen wir über den grössten Wettbewerbsvorteil verfügen. Angesichts des herausfordernden externen Umfelds konzentrieren wir uns weiterhin darauf, Wert zu schaffen, unsere Strategie konsequent und diszipliniert umzusetzen sowie verlässlich RIG-getragenes Wachstum zu erzielen.»

Umsatzentwicklung im Überblick

	Gruppe	Zone Nord- und Südamerika	Zone Asien, Ozeanien und Afrika	Zone Europa	Nespresso	Nestlé Waters & Premium Beverages	Übrige Geschäfte
Umsatz Q3-2026 (in Mio. CHF)	22 756	10 088	5 340	4 680	1 593	1 033	22
Umsatz Q3-2025 (in Mio. CHF)	21 641	9 473	5 008	4 622	1 534	932	72
Internes Realwachstum (RIG)	2,8%	2,4%	5,0%	1,0%	1,1%	7,3%	-18,7%
Preisanpassungen	1,1%	1,0%	1,3%	0,2%	1,4%	5,0%	0,9%
Organisches Wachstum	4,0%	3,3%	6,4%	1,2%	2,5%	12,3%	-17,8%

Finanzielle Highlights

- **Konsequente Umsetzung treibt starkes RIG; auf Kurs für das mittelfristige Ziel eines anhaltenden RIG von über 2%**
 - Organisches Wachstum von 3,7% in den ersten neun Monaten 2026, mit RIG von 1,9% und Preisanpassungen von 1,8%.
 - Im dritten Quartal 2026 organisches Wachstum von 4,0%, mit verbessertem RIG von 2,8% und Preisanpassungen von 1,1%, die sich erwartungsgemäss abschwächten.
 - Im dritten Quartal 2026 positives RIG in allen Zonen und global geführten Geschäften.

- **Starkes Wachstum in aufstrebenden Märkten; zunehmende Dynamik in Industrieländern**
 - Die aufstrebenden Märkte erzielten weiterhin starkes Wachstum, mit organischem Wachstum von 6,8% und RIG von 4,3% im dritten Quartal. Die Industrieländer entwickelten sich mit organischem Wachstum von 2,2% weiter solide.
 - In Nordamerika erholte sich das organische Wachstum, da der Absatz an den Handel (Sell-in) bei Produkten für Heimtiere dem starken Endkundenabsatz (Sell-out) entsprach und sich das RIG bei Kaffee nach den Preiserhöhungen Anfang Jahr verbesserte.
 - In Europa erholte sich das RIG nach den Auslistungen im zweiten Quartal 2026, während die Preisanpassungen im wettbewerbsintensiven Umfeld weiter nachliessen.

Operative und strategische Updates

- **Gute Fortschritte bei der Umsetzung unserer Strategie**
 - Die Priorisierung von Investitionen in Wachstumsplattformen und der Fokus auf die Umsetzung im Kerngeschäft zeigen Wirkung: weiterhin hohes einstelliges organisches Wachstum bei den Wachstumsplattformen und eine Verbesserung des Kerngeschäfts im dritten Quartal.
 - Weitere Optimierung des Portfolios durch die im September angekündigte Vereinbarung zum Verkauf des Mainstream-Geschäfts mit Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln (VMS) für USD 1,0 Milliarden.
 - Laufende Massnahmen zur Stärkung der Resilienz der Lieferkette und zur Förderung der langfristigen Geschäftsentwicklung, was sich in der aktualisierten Strategie zu Klima und Natur sowie zur Nachhaltigkeit bei Verpackungen widerspiegelt.
- **Update zum Geschäft von Nestlé in Russland**
 - Das Geschäft von Nestlé in der Russischen Föderation wird per Ende September 2026 entkonsolidiert, infolge der Unterstellung unter eine vorübergehende externe Verwaltung.
 - Keine Auswirkungen auf den Umsatz im dritten Quartal oder in den ersten neun Monaten, begrenzte finanzielle Auswirkungen auf die zugrunde liegenden Ergebnisse für 2026.

Ausblick für 2026 wird beibehalten

- Das organische Wachstum wird voraussichtlich im Bereich von 3% bis 4% liegen, das RIG wird sich aufgrund unserer fokussierten Wachstumspläne gegenüber 2025 beschleunigen.
- Für 2026 wird eine Verbesserung der zugrunde liegenden operativen Ergebnismarge (UTOP) gegenüber 2025 erwartet. Ohne allfällige Zollrückerstattungen dürfte die Marge im zweiten Halbjahr weitgehend auf dem Niveau des ersten Halbjahrs liegen.
- Der freie Cash Flow wird voraussichtlich über CHF 9 Milliarden betragen.

Verfolgen Sie heute live

9.30 Uhr MESZ [Audio-Webcast](#) für Analysten und Investoren

Mehr Details auf unserer [Website](#)

Links zu Medienmitteilungen

Medienmitteilung zum Umsatz in den ersten neun Monaten 2026 – [Englisch \(pdf\)](#)

Medienmitteilung zum Umsatz in den ersten neun Monaten 2026 – [Französisch \(pdf\)](#)

Kontakte:

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

Finanzbericht zum dritten Quartal 2026

Gruppe

Im dritten Quartal 2026 betrug der publizierte Umsatz CHF 22,8 Milliarden. Das organische Wachstum lag bei 4,0%, mit RIG von 2,8% und Preisanpassungen von 1,1%. Das RIG war in allen Zonen und global geführten Geschäftsbereichen positiv, mit besonders starken Leistungen in den aufstrebenden Märkten. Die Preisanpassungen reflektieren die Fortführung der 2025 ergriffenen Preisanpassungsmassnahmen, unterstützt durch schrittweise Preisanpassungen im Jahr 2026. Wechselkurseffekte wirkten sich mit 1,5% positiv aus.

Nach Produktkategorien wurde das Wachstum im dritten Quartal 2026 von Produkten für Heimtiere sowie von Kulinarikprodukten und Snacks angeführt. Das organische Wachstum bei Kaffee betrug 3,4%, gegenüber der hohen Vergleichsbasis des wachstumsstärksten Quartals 2025. Auf Zweijahressicht entsprach das organische Wachstum im dritten Quartal in etwa dem ersten und zweiten Quartal. In den USA erholte sich das RIG bei Kaffee schrittweise von den anfänglichen Auswirkungen der zu Jahresbeginn vorgenommenen Preiserhöhungen. Das organische Wachstum bei Produkten für Heimtiere betrug 5,3%, mit starkem RIG von 4,3%. Dies ist auf die anhaltende Dynamik im Bereich Katzen zurückzuführen. Zudem entspricht der Absatz an den Handel (Sell-in) dem starken Endkundenabsatz (Sell-out). Das organische Wachstum bei Nutrition betrug 0,3%, da die starke Entwicklung bei Medical Nutrition durch ein schwächeres Ergebnis bei Produkten für Erwachsene sowie bei Produkten für Kinder und die gesamte Familie ausgeglichen wurde. Die Auswirkungen des Rückrufs von Säuglingsnahrung auf das organische Wachstum der Gruppe im Quartal lagen bei -20 Basispunkten. Das organische Wachstum bei Kulinarikprodukten und Snacks betrug 5,0%, unterstützt durch die starke Entwicklung bei Süsswaren in den USA und die positiven Trends im US-Tiefkühlgeschäft, zusätzlich begünstigt durch die saisonale Staffelung von Bestellungen.

Nach Regionen lag das organische Wachstum im dritten Quartal 2026 in den Industrieländern bei 2,2%, mit RIG von 1,9% und Preisanpassungen von 0,3%. In den aufstrebenden Märkten betrug das organische Wachstum 6,8%, mit RIG von 4,3% und Preisanpassungen von 2,5%.

Nach Vertriebskanälen erzielte der Detailhandel im dritten Quartal 2026 ein organisches Wachstum von 3,9% und die Ausser-Haus-Kanäle 4,8%. Im Detailhandel stieg das organische Wachstum im E-Commerce um 15,3% auf 21,6% des Gesamtumsatzes der Gruppe.

Akquisitionen und Veräusserungen

Am 1. September 2026 schloss Nestlé eine Vereinbarung über den Verkauf ihres Mainstream-Geschäfts mit Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln (VMS) an Yellow Wood Partners für USD 1,0 Milliarden (CHF 0,8 Milliarden). Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt behördlicher Genehmigungen und wird voraussichtlich bis zum ersten Halbjahr 2027 abgeschlossen sein. Die Transaktion umfasst sieben etablierte Marken (*Nature's Bounty*, *Osteo Bi-Flex*, *Ester-C*, *Gard*, *Nuun*, *Puritan's Pride* und *Sisu*) sowie das dazugehörige Eigenmarken-Geschäft mit Nahrungsergänzungsmitteln in den USA sowie die damit verbundenen Produktions-, Verpackungs-, Lager- und Vertriebsprozesse. Im Jahr 2025 erwirtschaftete der Geschäftsbereich einen Umsatz von USD 1,2 Milliarden (CHF 1,0 Milliarden), überwiegend in den USA, mit Präsenz in zahlreichen weiteren Ländern, darunter Kanada und China.

Geschäftstätigkeit von Nestlé in Russland

Nach einem im September 2026 veröffentlichten russischen Präsidialerlass wurden die Aktivitäten von Nestlé in der Russischen Föderation („Russland“) vorübergehend unter externe Verwaltung gestellt. Die Gruppe bleibt rechtmässige Eigentümerin der Vermögenswerte. Da wir derzeit keine Kontrolle über die Leitung der Geschäfte in Russland haben, wird das Geschäft per Ende September 2026 von der Nestlé AG entkonsolidiert.

Auf Jahresbasis trug das Russlandgeschäft von Nestlé rund 2% zum Umsatz der Gruppe sowie 3-4% zum zugrunde liegenden operativen Ergebnis (UTOP) sowie zum freien Cash Flow der Gruppe bei. Im Zuge der Entkonsolidierung wurden Nettovermögenswerte von rund CHF 1,6 Milliarden ausgebucht. Zudem hat die Gruppe eine Belastung von rund CHF 1,4 Milliarden für kumulierte Währungsumrechnungsdifferenzen verbucht. Diese ist nicht zahlungswirksam und hat keine Auswirkungen auf das gesamte Eigenkapital der Gruppe. Insgesamt belastet die Entkonsolidierung die Nettoverschuldung der Gruppe per Ende 2026 mit rund CHF 0,9 Milliarden.

Übersicht nach operativen Segmenten

In diesem Abschnitt bezieht sich der Begriff «Wachstum» auf das organische Umsatzwachstum, sofern nicht anders angegeben.

Zone Nord- und Südamerika

Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2026

- Das organische Wachstum betrug 3,3%, mit RIG von 1,5% und Preisanpassungen von 1,8%.
- Der publizierte Umsatz lag bei CHF 28,7 Milliarden, beeinträchtigt durch Wechselkurseffekte von -3,1%.

Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2026

In der Zone Nord- und Südamerika war das Wachstum breit abgestützt, mit positivem organischem Wachstum in allen wichtigen Märkten, angeführt vom RIG. In den USA beschleunigten sich das organische Wachstum und das RIG, da die kontinuierliche Fokussierung auf die Umsetzung und gezielte Investitionen zu einer verbesserten Entwicklung führten, trotz anhaltender Schwäche in einigen Konsumsegmenten. In Lateinamerika setzte sich das vom RIG getriebene Wachstum breit über alle Märkte und Kategorien fort, unterstützt durch eine positive Marktdynamik.

- Das organische Wachstum betrug 3,3%, mit RIG von 2,4% und Preisanpassungen von 1,0%.
- In Nordamerika lag das organische Wachstum bei 2,6%, mit RIG von 1,8% und Preisanpassungen von 0,8%. In Lateinamerika belief sich das organische Wachstum auf 5,2%, mit RIG von 3,7% und Preisanpassungen von 1,5%.
- Die Beschleunigung des organischen Wachstums und des RIG in der Zone wurde von den USA und Kanada getragen, mit stärkerem RIG in den meisten Geschäftsbereichen. Lateinamerika setzte seine positive Dynamik fort. Die starken Leistungen in unseren grössten Märkten Brasilien und Mexiko trugen massgeblich zum RIG bei, während die Preisanpassungen nachliessen.

- Der Marktanteil bei Produkten für Heimtiere verbesserte sich weiter, während er bei Kaffee sowie bei Kulinarikprodukten und Snacks weitgehend stabil blieb und bei Nutrition leicht zurückging.

Wichtigste Beiträge zum Wachstum nach Produktkategorien im dritten Quartal 2026

- Kaffee (19% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum lag im niedrigen einstelligen Bereich, getragen von Preisanpassungen. In den USA verbesserte sich das RIG dank der allmählichen Erholung von den anfänglichen Auswirkungen der Preiserhöhungen bei *Starbucks* und *Nescafé* im Jahresverlauf sowie einer besseren Entwicklung bei *Coffee mate*. Ausserhalb der USA wurde das organische Wachstum von RIG im mittleren einstelligen Bereich getrieben, mit anhaltender Stärke in Märkten wie Mexiko und Brasilien.
- Produkte für Heimtiere (30% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum stieg auf einen mittleren einstelligen Wert, getragen vom RIG und einem positiven Beitrag der Preisanpassungen. In den USA beschleunigte sich das Wachstum, mit RIG im mittleren einstelligen Bereich. Kategorieentwicklung und Umsetzung verbesserten sich weiter, und der Absatz an den Handel (Sell-in) entsprach dem starken Endkundenabsatz (Sell-out). Die Geschäftsentwicklung profitierte zusätzlich vom starken Wachstum in Lateinamerika.
- Nutrition (21% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum lag im niedrigen einstelligen Bereich, getragen von Preisanpassungen. Medical Nutrition stach mit einem starken Ergebnis hervor und verzeichnete das sechste Quartal in Folge eine Beschleunigung des organischen Wachstums. Dies wurde teilweise durch Produkte für Erwachsene kompensiert: *Pure Encapsulations* entwickelte sich weiterhin stark, während andere Marken im Quartal schwächere Ergebnisse verbuchten. Die Entwicklung bei *Gerber* deutet auf eine Stabilisierung hin.
- Kulinarikprodukte und Snacks (30% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum lag im mittleren einstelligen Bereich und beschleunigte sich gegenüber dem Vorquartal, getragen vom RIG in allen Segmenten. Süsswaren verzeichneten starkes RIG, mit guter zugrunde liegender Dynamik und Marktanteilsgewinnen, unterstützt durch frühere saisonale Bestellungen. Das Wachstum bei Kulinarikprodukten profitierte von der verbesserten Entwicklung der US-amerikanischen Tiefkühlmarken *Stouffer's*, *DiGiorno* und *Hot Pockets* mit positiven Marktanteilsentwicklungen trotz des schwierigen Umfelds in dieser Kategorie.

Zone Asien, Ozeanien und Afrika

Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2026

- Das organische Wachstum lag bei 5,0%, mit RIG von 3,5% und Preisanpassungen von 1,5%.
- Der publizierte Umsatz betrug CHF 15,7 Milliarden, einschliesslich negativer Wechselkurseffekte von -5,4%.

Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2026

In Asien, Ozeanien und Afrika konnten wir unsere starke Wachstumsdynamik auch vor dem Hintergrund der schwierigeren Vergleichsbasis des Vorjahres fortsetzen. Das organische Wachstum war in den meisten Länder-Kategorie-Kombinationen stark und breit abgestützt, wobei Indien, MENA, Japan sowie Malaysia und Singapur allesamt zweistellige Wachstumsraten erzielten. Das Wachstum wurde weiterhin vom RIG getragen und spiegelte die positive Geschäftsdynamik in der gesamten Zone wider.

- In Asien, Ozeanien und Afrika betrug das organische Wachstum 6,4%, was der starken Entwicklung im zweiten Quartal entspricht. Das RIG verbesserte sich weiter auf 5,0% und erreichte damit die höchste Quartalswachstumsrate der Zone seit dem ersten Quartal 2021. Die Preisanpassungen schwächten sich auf 1,3% ab.
- In Asien, Ozeanien und Afrika (ohne Greater China) betrug das organische Wachstum 6,9%, mit RIG von 5,4% und Preisanpassungen von 1,6%. Das Wachstum war in den meisten Märkten positiv. Indien erreichte ein organisches Wachstum von 20% auf Basis eines zweistelligen Wachstums im dritten Quartal 2025 und gewann weitere Marktanteile.
- Greater China verzeichnete ein organisches Wachstum von 4,2%, mit RIG von 3,7% und Preisanpassungen von 0,5%. Das Wachstum reflektiert die niedrige Vergleichsbasis aufgrund des Abbaus der Handelsbestände im Jahr 2025 sowie die weitere Verbesserung der zugrunde liegenden Geschäftsentwicklung, aber die Marktbedingungen bleiben herausfordernd.
- Die Zone gewann insgesamt Marktanteile, mit Ausnahme von Nutrition. Produkte für Heimtiere sowie Kulinarikprodukte und Snacks verzeichneten Marktanteilsgewinne, die Entwicklung bei Kaffee verbesserte sich weiter und Nutrition war nach wie vor durch den Rückruf beeinträchtigt.

Wichtigste Beiträge zum Wachstum nach Produktkategorien im dritten Quartal 2026

- Kaffee (25% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum lag weiterhin im hohen einstelligen Bereich, angeführt vom RIG. Das Wachstum wurde von *Nescafé* über alle Formate hinweg getragen, mit zweistelligem Wachstum im Ausser-Haus-Geschäft. Bemerkenswert war auch die anhaltend starke Dynamik bei kaltem Kaffee, angetrieben durch die Expansion bei trinkfertigen Produkten, die Beschleunigung bei Flüssigkonzentraten und Angebote für löslichen Eiskaffee.
- Produkte für Heimtiere (4% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum beschleunigte sich zweistellig, angetrieben von starkem RIG. In den aufstrebenden Märkten beschleunigte sich das Wachstum, während es in den Industrieländern stabil blieb. *Pro Plan*, *ONE* und *Felix* konnten ihr starkes Wachstum fortsetzen und wir konnten unsere Führungsposition bei Nassfutter für Katzen in wichtigen Regionen weiter ausbauen, unterstützt durch weitere Investitionen in dieser Kategorie.
- Nutrition (32% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum lag im niedrigen einstelligen Bereich, bei einer weiteren Stabilisierung der Geschäftsentwicklung. Säuglings- und Babynahrung kehrte zu positivem Wachstum zurück und zeigte eine kontinuierliche Erholung in unseren Märkten, die vor allem auf den starken Beitrag von *Lactogen* zurückzuführen ist. Erfolgreiche Innovationen wie *Ascenda*, eine Spezialnahrung für Aufholwachstum, und die Einführung unserer einzigartigen 10-HMO-Formulierungen bei *illumina* unterstützen das Wachstum.
- Kulinarikprodukte und Snacks (39% des Umsatzes der Zone): Ein weiteres Quartal mit einem sehr starken Ergebnis und nahezu zweistelligem organischem Wachstum, angetrieben vom RIG. Das Wachstum war über alle wichtigen Geschäftsbereiche hinweg breit abgestützt und wurde vor allem von unseren Milliardenmarken angetrieben. *Maggi* leistete mit herzhaften Kochlösungen und Nudeln einen wichtigen Beitrag. *Milo* setzte seine starke Dynamik fort, unterstützt durch Produkterweiterungen für neue Altersgruppen und Konsumanlässe. *KitKat* profitierte von Produktneuheiten sowie Aktivitäten rund um die Formel 1 und die «Break Better»-Kampagne.

Zone Europa

Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2026

- Das organische Wachstum lag bei 2,2%, mit RIG von 0,7% und Preisanpassungen von 1,5%.
- Der publizierte Umsatz betrug CHF 13,7 Milliarden, beeinträchtigt durch Wechselkurseffekte von -2,8%.

Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2026

Die Geschäftsentwicklung in der Zone Europa war solide und die Marktanteile entwickelten sich positiv, gestützt durch disziplinierte Umsetzung. Trotz des anhaltend wettbewerbsintensiven Umfelds erholte sich das RIG vom schwächeren zweiten Quartal, angetrieben durch die anhaltende Stärke bei Produkten für Heimtiere und die Verbesserung bei Kulinarikprodukten und Snacks. Wie erwartet liessen die Preisanpassungen nach, da die Preiserhöhungen des Vorjahres nun in die Vergleichsbasis einfließen. Zudem sind sowohl Kunden als auch Wettbewerber stark darauf bedacht, den Konsumenten einen Mehrwert zu bieten.

- Das organische Wachstum betrug 1,2%, mit RIG von 1,0% und Preisanpassungen von 0,2%.
- Nach Märkten zeigte sich ein gemischtes Bild: Das RIG wurde von den nordischen Ländern, Frankreich und der Iberischen Halbinsel angetrieben. Deutschland bleibt herausfordernd, verbesserte sich jedoch auf Quartalsbasis.
- Bei Produkten für Heimtiere konnte der Marktanteil weiter ausgebaut werden und bei Kaffee sowie Kulinarikprodukten und Snacks setzte sich der positive Trend fort. Bei Nutrition ist der Marktanteil weiterhin durch den Rückruf von Säuglingsnahrung beeinträchtigt.

Wichtigste Beiträge zum Wachstum nach Produktkategorien im dritten Quartal 2026

- Kaffee (27% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum lag im niedrigen einstelligen Bereich, bedingt durch nachlassende Preisanpassungen in einem wettbewerbsintensiven Umfeld. Die Verlangsamung des organischen Wachstums in den ersten drei Quartalen 2026 ist in erster Linie auf die zunehmend höhere Vergleichsbasis zurückzuführen. Im dritten Quartal wurde das Wachstum durch starke Beiträge von trinkfertigen Produkten von *Nescafé* und portioniertem Kaffee von *Starbucks by Nespresso* unterstützt.
- Produkte für Heimtiere (30% des Umsatzes der Zone): Produkte für Heimtiere erzielten erneut ein organisches Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, angetrieben vom RIG. Nassfutter für Katzen ist weiterhin der wichtigste Wachstumsmotor, zusammen mit zweistelligem organischem Wachstum bei Therapeutika und Nahrungsergänzungsmitteln. Das Wachstum war über alle Märkte und Marken hinweg breit abgestützt, angeführt von zweistelligem organischem Wachstum bei *Felix* und *Pro Plan*, und wir erzielten erneut ein sehr starkes Ergebnis im E-Commerce.
- Nutrition (14% des Umsatzes der Zone): Das organische Wachstum ging aufgrund des europaweiten Rückrufs von Säuglingsnahrung im niedrigen einstelligen Bereich zurück. Ausserhalb der Kategorie Säuglings- und Babynahrung wurde das Wachstum durch die konstante Entwicklung im Bereich Medical Nutrition getragen, wobei *Compleat* nach seiner Markteinführung im Jahr 2025 weiterhin ein starkes Umsatzwachstum verzeichnete.
- Kulinarikprodukte und Snacks (29% des Umsatzes der Zone): Der Rückgang des organischen Wachstums verbesserte sich auf einen niedrigen einstelligen Wert. Das Marktumfeld bleibt in mehreren Märkten schwierig und das sehr warme Wetter belastete die Nachfrage nach

Süsswaren zusätzlich. Dennoch verbesserte sich das Wachstum bei *Maggi* und *Nestlé Confectionery* und blieb bei *KitKat* positiv.

Nespresso

Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2026

- Das organische Wachstum betrug 3,7%, mit RIG von 1,5% und Preisanpassungen von 2,2%.
- Der publizierte Umsatz betrug CHF 4,7 Milliarden, beeinflusst durch negative Wechselkurseffekte von -3,0%.

Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2026

Nespresso erzielte im dritten Quartal ein solides organisches Wachstum gegenüber einer starken Vergleichsbasis im Vorjahr. Markenkampagnen, saisonale Editionen und Zubehör erfreuen sich grosser Beliebtheit bei den Konsumenten und unterstützen die Gewinnung neuer Mitglieder. Das Umsatzwachstum im Jahr 2026 wurde durch nachlassende Preisanpassungen und eine gewisse Zurückhaltung der Konsumenten beeinträchtigt. Trotzdem entwickelt sich das Absatzvolumen bei Kapseln positiv, unterstützt durch eine Verbesserung in Europa.

- Das organische Wachstum betrug 2,5%, mit RIG von 1,1%. Die Preisanpassungen lagen bei 1,4% und liessen im Vergleich zum Vorquartal nach, da die Vergleichsbasis zunehmend die Preiserhöhungen des Vorjahres berücksichtigt.
- Nach Regionen betrachtet wurde die Entwicklung von Nordamerika angeführt, mit mittlerem einstelligem Wachstum in den USA und hohem einstelligem Wachstum in Kanada. In Europa sowie in Asien, Ozeanien und Afrika blieb das Wachstum unverändert.
- Aufgeschlüsselt nach Systemen bleibt *Vertuo* der wichtigste Wachstumstreiber und verbuchte sowohl beim organischen Wachstum als auch beim RIG ein hohes einstelliges Ergebnis. Das Wachstum wurde durch die *Vertuo World*-Kampagne mit Dua Lipa und die erfolgreiche Markteinführung der neuen *Vertuo Up*-Maschine unterstützt, was dazu beitrug, die Akzeptanz bei den Konsumenten weltweit zu steigern.
- Nach Vertriebskanälen wuchs das Ausser-Haus-Geschäft in allen Regionen im mittleren einstelligen Bereich, angetrieben durch höheren Kundenkonsum, Wachstum im HORECA-Kanal und Innovationen, die eine Beschleunigung der Maschinenplatzierungen ermöglichten.
- In Nordamerika sowie in Asien, Ozeanien und Afrika wurden weitere Marktanteilsgewinne erzielt, während Europa aufgrund der anhaltenden Wettbewerbsintensität in wichtigen Märkten weiterhin unter Druck steht.
- Saisonale Editionen und Zubehör erfreuen sich weiterhin grosser Beliebtheit bei den Konsumenten, unterstützen die Gewinnung neuer Mitglieder und stärken die Positionierung von *Nespresso* als Premium-Lifestyle-Marke.
- Nespresso erneuerte im dritten Quartal seine B Corp-Zertifizierung nach den neuen Standards von B Lab.

Nestlé Waters & Premium Beverages

Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2026

- Das organische Wachstum lag bei 7,5%, mit RIG von 3,5% und Preisanpassungen von 4,0%.

- Der publizierte Umsatz betrug CHF 2,8 Milliarden, beeinflusst durch negative Wechselkurseffekte von -4,6%.

Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2026

Nestlé Waters & Premium Beverages setzte seine Beschleunigung fort, erzielte zweistelliges organisches Wachstum und gewann weltweit Marktanteile hinzu. Das Wachstum wurde durch eine starke Entwicklung der Kategorie und eine robuste Nachfrage nach unseren internationalen Marken und Innovationen bei Premium-Getränken getragen, unterstützt durch günstige Wetterbedingungen in Europa.

- Das organische Wachstum betrug 12,3%, angetrieben durch RIG von 7,3% und Preisanpassungen von 5,0%.
- Das Wachstum war über alle Märkte hinweg breit abgestützt, angeführt von Nordamerika, mit einer Beschleunigung in Europa sowie in Asien, Ozeanien und Afrika. Das Wachstum in Europa profitierte von günstigen Wetterbedingungen.
- Die internationalen Marken entwickelten sich weiterhin sehr gut und verzeichneten zweistelliges Wachstum. Die Plattformen *Sanpellegrino* und *Maison Perrier* trugen massgeblich zu diesem Wachstum bei, was auf die internationale Expansion von *Maison Perrier* und die erfolgreiche Einführung innovativer Premium-Getränke zurückzuführen ist. Dazu zählten *Sanpellegrino CIAO!* und *ZERO* sowie *Maison Perrier French Kiss*.
- Nach Vertriebskanälen verbuchten der Detailhandel und das Ausser-Haus-Geschäft zweistelliges Wachstum, das von einer starken Dynamik in der Kategorie während der Hochsaison und günstigen Wetterbedingungen in Europa profitierte.
- Weltweite Marktanteilgewinne, mit einem starken Beitrag wichtiger internationaler Marken.

Ergebnisse nach Produktkategorien

Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2026

	Gruppe	Kaffee	Produkte für Heimtiere	Nutrition	Kulinarik Produkte und Snacks	Waters & Premium Beverages
Umsatz Q3-2026 (in Mio. CHF)	22 756	6 155	4 659	4 440	6 469	1 033
Umsatz Q3-2025 (in Mio. CHF)	21 641	5 976	4 354	4 350	6 029	932
Internes Realwachstum (RIG)	2,8%	1,3%	4,3%	-1,1%	5,4%	7,3%
Preisanpassungen	1,1%	2,0%	1,0%	1,4%	-0,4%	5,0%
Organisches Wachstum	4,0%	3,4%	5,3%	0,3%	5,0%	12,3%

Kaffee verzeichnete im dritten Quartal 2026 organisches Wachstum von 3,4%, angetrieben durch weiter nachlassende Preisanpassungen von 2,0%, sowie durch RIG von 1,3%. Das Wachstum war über die Regionen hinweg breit abgestützt, angeführt von der Entwicklung von *Nescafé* und *Starbucks*. Bei Kaffeeweissern verbesserte sich die Entwicklung im dritten Quartal, angetrieben durch höheres RIG bei *Coffee Mate*, mit starken Beiträgen von *Starbucks* und *Natural Bliss*.

Bei **Produkten für Heimtiere** lag das organische Wachstum im dritten Quartal 2026 bei 5,3%, mit RIG von 4,3%. Die Geschäftsentwicklung war in allen Regionen stark. Das Wachstum wurde durch die anhaltend starke Entwicklung im Bereich Katzen getragen. Zudem entspricht der Absatz an den Handel (Sell-in) dem starken Endkundenabsatz (Sell-out). Der Bereich Hunde entwickelte sich schwach, was teilweise auf die Auswirkungen des wärmeren Wetters auf den Konsum zurückzuführen ist. Das Wachstum bei Therapeutika beschleunigte sich dank gezielter Investitionen. Unsere grössten Marken, darunter *Pro Plan* und *ONE*, verzeichneten weiterhin ein starkes Umsatzwachstum.

Bei **Nutrition** lag das organische Wachstum im dritten Quartal 2026 bei 0,3%, mit RIG von -1,1% und Preisanpassungen von 1,4%. Das negative RIG ist auf die schwächere Entwicklung bei Produkten für Kinder und Familien sowie bei Säuglings- und Babynahrung zurückzuführen. Die Auswirkungen des Rückrufs von Säuglingsnahrung liessen weiter nach und die Entwicklung in dieser Kategorie verbesserte sich im Laufe des Quartals. Medical Nutrition verzeichnete erneut ein starkes Quartal, während sich das Wachstum bei Nutrition-Produkten für Erwachsene verlangsamte. *Pure Encapsulations* entwickelt sich weiterhin hervorragend und verzeichnete ein kontinuierliches zweistelliges Umsatzwachstum.

Kulinarikprodukte und Snacks verbuchten ein organisches Wachstum von 5,0%, angetrieben durch das RIG. Das Wachstum war über alle Segmente hinweg breit abgestützt und wurde von Süsswaren und Kochlösungen sowie der starken Dynamik in Nord- und Südamerika sowie in Asien, Ozeanien und Afrika getragen, die durch die saisonale Staffelung von Bestellungen unterstützt wurde. Das Wachstum wurde weiterhin durch unsere weltweit führenden Milliardenmarken *Maggi*, *Milo* und *KitKat* angetrieben.

Anhang

Ergebnis der ersten neun Monate

	Gruppe	Zone Nord- und Südamerika	Zone Asien, Ozeanien und Afrika	Zone Europa	Nespresso	Nestlé Waters & Premium Beverages	Übrige Geschäfte
Umsatz 9M-2026 (in Mio. CHF)	65 865	28 735	15 706	13 724	4 740	2 814	146
Umsatz 9M-2025 (in Mio. CHF)	65 869	28 693	15 782	13 716	4 706	2 753	219
Internes Realwachstum (RIG)	1,9%	1,5%	3,5%	0,7%	1,5%	3,5%	2,3%
Preisanpassungen	1,8%	1,8%	1,5%	1,5%	2,2%	4,0%	-0,4%
Organisches Wachstum	3,7%	3,3%	5,0%	2,2%	3,7%	7,5%	2,0%
Netto-M&A	-0,1%	0,0%	-0,2%	0,8%	0,1%	-0,7%	-31,3%
Wechselkurseffekte	-3,7%	-3,1%	-5,4%	-2,8%	-3,0%	-4,6%	-4,1%
Publiziertes Umsatzwachstum	0,0%	0,1%	-0,6%	0,2%	0,7%	2,2%	-33,4%

	Gruppe	Kaffee	Produkte für Heimtiere	Nutrition	Kulinarik- produkte und Snacks	Waters & Premium Beverages
Umsatz 9M-2026 (in Mio. CHF)	65 865	18 281	13 591	12 779	18 400	2 814
Umsatz 9M-2025 (in Mio. CHF)	65 869	17 992	13 583	13 432	18 106	2 756
Internes Realwachstum (RIG)	1,9%	2,4%	2,6%	-1,2%	3,1%	3,5%
Preisanpassungen	1,8%	3,8%	0,9%	0,5%	1,0%	4,0%
Organisches Wachstum	3,7%	6,1%	3,5%	-0,7%	4,2%	7,5%