
Medienmitteilung

Übersetzung des englischen Originaltextes

Vevey, 15. April 2014



Verfolgen Sie heute live

08:30 CET [Audio-Webcast für Investoren](#) (auf Englisch)

Mehr Details: <http://www.nestle.com/Media/MediaEventsCalendar/AllEvents/2014-first-quarter-sales>

.....

Nestlé-Umsatz im ersten Quartal: 4,2% organisches Wachstum, Ausblick auf das Gesamtjahr bestätigt

- Umsatz von CHF 20,8 Milliarden, 4,2% organisches Wachstum, 2,6% internes Realwachstum
- 0,6% Wachstum in Industrieländern, 8,5% in aufstrebenden Märkten
- Ausblick auf das Gesamtjahr unverändert: organisches Wachstum um 5% und Verbesserungen der Margen, des nachhaltigen Gewinns je Aktie bei konstanten Wechselkursen sowie der Kapitaleffizienz

Paul Bulcke, Nestlé CEO: „Unser organisches Wachstum in den ersten Monaten des Jahres entsprach den Erwartungen und war eher von Volumen als von Preisen getrieben. Dieses Wachstum in schwierigen Marktbedingungen wurde von der fortlaufenden Einführung neuer Produkte zusammen mit einer guten Umsetzung gestützt. Wir werden das Innovationstempo aufrechterhalten und unsere Markenunterstützung weiter verstärken. Wir bestätigen unseren Ausblick auf das Gesamtjahr: Die Leistung wird in der zweiten Jahreshälfte stärker ausfallen und den Markt übertreffen, mit einem organischen Wachstum um 5% sowie Verbesserungen der Margen, des nachhaltigen Gewinns je Aktie bei konstanten Wechselkursen und der Kapitaleffizienz. Wir erwarten, dass die fortgesetzte Aufwertung des Schweizer Frankens einen negativen Einfluss auf unseren berichteten Umsatz haben wird.“

Geschäftsverlauf

In den ersten drei Monaten belief sich das organische Wachstum auf 4,2%, bestehend aus 2,6% internem Realwachstum und 1,6% Preisanpassungen. Der Umsatz betrug CHF 20,8 Milliarden, wobei sich erhebliche negative Wechselkurseffekte mit -8,6% auswirkten und veräusserungsbereinigte Akquisitionen den Umsatz um weitere 0,7% reduzierten. Infolgedessen betrug die Umsatzentwicklung insgesamt -5,1%.

Wir wuchsen weiterhin in allen geographischen Regionen: 4,6% in Nord- und Südamerika, 0,3% in Europa und 7,3% in Asien, Ozeanien und Afrika. Die Industrieländer wuchsen 0,6% und die aufstrebenden Märkte 8,5%.

Zone Nord- und Südamerika

Umsatz von CHF 6,0 Milliarden, 4,1% organisches Wachstum, 0,9% internes Realwachstum

- In **Nordamerika** blieb der Markt gedämpft und die rauen Wetterbedingungen wirkten sich auf alle Kategorien aus. Angesichts niedriger Konsumausgaben wurde die Leistung durch die Einführung neuer Produkte wie *DiGiorno Pizzeria*, *California Pizza Kitchen Thin and Crispy*, *Girl Scout* Geschmacksrichtungen für *Coffee-mate*, *Lean Cuisine Stuffed Pretzels* und bei Süswaren *Butterfinger Cups* angetrieben. Bei Produkten für Heimtiere stützten die Markteinführung von *Lightweight* und *Glade* Katzenstreu sowie die Wiedereinführung von *Waggin' Train* das Wachstum ab.
- **Lateinamerika** erzielte insgesamt eine gute Leistung, mit Wachstum in Brasilien in den meisten Kategorien trotz der Auswirkungen des späten Osterdatums. Löslicher Kaffee war der Höhepunkt in Mexiko, und Produkte für Heimtiere setzten ihre starke Dynamik in der Region fort, wobei *Dog Chow* und *Pro Plan* Steigerungen der Marktanteile erreichten.

Zone Europa

Umsatz von CHF 3,5 Milliarden, -0,8% organisches Wachstum, 0,7% internes Realwachstum

- Die Zone erzielte positives Volumenwachstum in einem trägen Einzelhandelsumfeld, aufgrund des Deflationsdrucks blieben die Preisanpassungen negativ. Unsere Innovationen stellten sicher, dass wir die Erwartungen der Konsumenten von Popularly Positioned Products bis Super-Premium erfüllten. *Nescafé Dolce Gusto* gewann mit starkem zweistelligem Wachstum Marktanteile, die Einführung von *Papyrus* Würzpapier wurde fortgesetzt und Speiseeis, besonders *Mövenpick*, hatte einen guten Start in das Jahr. Süswaren waren vom späten Osterdatum betroffen, obwohl Russland und Spanien starke Leistungen verbuchten. Produkte für Heimtiere setzten ihre Dynamik fort, mit starkem Wachstum bei *Felix* und *Purina ONE Dry Cat*.
- In **Westeuropa** zeigten Spanien und Portugal ermutigende erste Zeichen der Erholung, während Frankreich, Deutschland und das Vereinigte Königreich einen langsameren Start in das Jahr verzeichneten.
- In **Zentral- und Osteuropa** wuchs Russland weiter stark, während die gegenwärtige Instabilität und Unsicherheit den Rest der Region beeinträchtigten.

Zone Asien, Ozeanien und Afrika

Umsatz von CHF 4,4 Milliarden, 5,3% organisches Wachstum, 2,9% internes Realwachstum

- In einem weiterhin durchwachsenen und volatilen wirtschaftlichen Umfeld in der gesamten Zone nutzten wir unsere tiefgehende und langjährige Präsenz in verschiedenen Märkten und lancierten neue Produkte. *Nescafé 3-in-1* erzielte zweistelliges Wachstum bei löslichem Kaffee, ebenso wie *Milo* bei Getränken in flüssiger und Pulverform und *KitKat* bei Süswaren. Auch *Nescafé Dolce Gusto* wuchs zweistellig.

- In den **aufstrebenden Märkten** war das Wachstum solide. Afrika, die Philippinen, Pakistan und die Türkei waren Höhepunkte. In den Märkten mit schwächeren Handelsbedingungen wie China, Indien und Malaysia gewannen wir in vielen unserer Kategorien Marktanteile.
- Die **Industrieländer** in der Zone wuchsen ebenfalls, allen voran Japan, wo *KitKat* und *Nescafé* weiterhin starke Leistungen erzielten.

Nestlé Waters

Umsatz von CHF 1,6 Milliarden, 6,2% organisches Wachstum, 8,1% internes Realwachstum

- Die Leistung von Nestlé Waters wurde gestützt von anhaltenden Investitionen in Marketing und dem Wachstum der Kategorie in den Vereinigten Staaten – dank des wachsenden Bewusstseins, dass Wasser in Flaschen eine gesündere Alternative ist – sowie in den aufstrebenden Märkten.
- In den **Industrieländern** stützten unsere Premiummarken *Perrier* und *S.Pellegrino* das Wachstum ebenso wie unsere regionalen Quellwasser, in den Vereinigten Staaten *Deer Park*, *Arrowhead* und *Ozarka*, im Vereinigten Königreich *Buxton* und in Frankreich *Contrex* und *Vittel*.
- Das Wachstum beschleunigte sich in den **aufstrebenden Märkten**, mit Höhepunkten in China, Ägypten und Brasilien, vor allem angetrieben von *Nestlé Pure Life* und unseren starken lokalen Marken wie *Erikli* in der Türkei.

Nestlé Nutrition

Umsatz von CHF 2,3 Milliarden, 6,4% organisches Wachstum, 2,2% internes Realwachstum

- **Nestlé Nutrition** erzielte gutes Wachstum, wenn auch bei langsamerer Geschwindigkeit im Kontext starker Vergleichszahlen. Die Wachstumsmotoren waren die aufstrebenden Märkte, allen voran China und der Nahe Osten. Säuglingsnahrung und Zerealien erreichten starke Leistungen. Unsere Kernmarken zeigten weiter eine gute Leistung, *NAN* blieb ein entscheidender Wachstumsmotor bei Säuglingsnahrung, gestützt von Innovationen wie der Easy Scoop-Verpackung. Auch unser Super-Premium Angebot *Illuma* war ein Leistungsmotor. In den Vereinigten Staaten trafen wir die strategische Entscheidung, uns auf Wertschöpfung und eine verbesserte Nutzung unserer Aktiva zu konzentrieren, und beendeten einige Verträge, welche das Wachstum beeinträchtigten.

Übrige

Umsatz von CHF 2,9 Milliarden, 6,4% organisches Wachstum, 5,3% internes Realwachstum

- Das Ausser-Haus-Geschäft ist in Westeuropa weiterhin gedämpft und wurde in Nordamerika vom rauen Wetter beeinträchtigt. **Nestlé Professional** erreichte eine gute Leistung in den meisten aufstrebenden Märkten, allen voran im Nahen Osten, in Russland, auf den Philippinen, und auch China verzeichnete eine gute Erholung.
- **Nespresso** behielt seine starke Wachstumsdynamik bei, mit Ergänzungen der permanenten Palette von Grand Cru-Kaffees, mit der Einführung der neuen *Inissia* Maschine, der Eröffnung neuer Boutiquen und weiterer geographischer Ausweitung. In Nordamerika gab es eine ermutigende erste

Reaktion der Konsumenten auf die Einführung von *VertuoLine*, einem System, das entworfen wurde, um den Markt für Kaffee aus grossen Tassen zu revolutionieren.

- **Nestlé Health Science** verzeichnete einen guten Start in das Jahr in allen Regionen und Geschäftsbereichen, obgleich der Druck auf die öffentlichen Gesundheitsbudgets weiterhin Auswirkungen hatte. Wichtige Marken, welche das Wachstum antrieben, waren unter anderem *Boost*, *Peptamen* und *Alfamino*.

Ausblick

Wir bestätigen unseren Ausblick auf das Gesamtjahr: Die Leistung wird in der zweiten Jahreshälfte stärker ausfallen und den Markt übertreffen, mit einem organischen Wachstum um 5% sowie Verbesserungen der Margen, des nachhaltigen Gewinns je Aktie bei konstanten Wechselkursen und der Kapitaleffizienz.

Kontakt	Medien	Robin Tickle	Tel.: +41 21 924 22 00
	Investoren		Tel.: +41 21 924 35 09

Annex

Überblick: Umsatz im ersten Quartal 2014

	Jan.-März 2014 Umsatz in CHF Millionen	Jan.-März 2013 Umsatz in CHF Millionen (*)	Jan.-März 2014 Organisches Wachstum (%)	Jan.-März 2014 Internes Realwachstum (%)
Operative Segmente				
• Zone Nord- und Südamerika	6'042	6'632	+4,1	+0,9
• Zone Europa	3'533	3'669	-0,8	+0,7
• Zone Asien, Ozeanien, Afrika	4'436	4'664	+5,3	+2,9
Nestlé Waters	1'603	1'605	+6,2	+8,1
Nestlé Nutrition	2'297	2'482	+6,4	+2,2
Übrige	2'911	2'887	+6,4	+5,3
Total Gruppe	20'822	21'939	+4,2	+2,6
Produkte				
Getränke in flüssiger- und Pulverform	4'771	4'914	+5,3	+5,3
Wasser	1'499	1'501	+6,3	+8,4
Milchprodukte und Speiseeis	3'764	3'946	+7,9	+2,6
Nutrition und HealthCare	2'758	2'929	+6,6	+3,0
Fertiggerichte und Produkte für die Küche	3'124	3'378	-1,8	-1,9
Süsswaren	2'204	2'524	-0,5	-3,3
Produkte für Heimtiere	2'702	2'747	+5,4	+4,7
Total Gruppe	20'822	21'939	+4,2	+2,6

(*) Die Zahlen für 2013 wurden infolge des Transfers der Verantwortlichkeit für die Geschäftsbereiche der trinkfertigen Getränke von Nestea in den geographischen Zonen zu Nestlé Waters ab Januar 2014 neu aufgestellt.