
Medienmitteilung

Übersetzung des englischen Originaltextes

Vevey, 16. Februar 2017



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/2016-full-year-results

Heute veröffentlichte Berichte

[Finanzielle Berichterstattung 2016 \(pdf\)](#)

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

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

Gesamtjahr 2016: 3,2% organisches Wachstum, operative Ergebnismarge +30 Basispunkte bei konstanten Wechselkursen

- 3,2% organisches Wachstum, kontinuierlich starkes internes Realwachstum von 2,4%
- Umsatz von CHF 89,5 Milliarden, +0,8% auf einer publizierten Basis, Wechselkurseffekt von -1,6%
- Operative Ergebnismarge +30 Basispunkte bei konstanten Wechselkursen, ausgewiesene operative Ergebnismarge +20 Basispunkte auf 15,3%
- Nachhaltiger Gewinn je Aktie CHF 3.40, +3,4% bei konstanten Wechselkursen
- Erhebliche Reduktion des durchschnittlichen Umlaufvermögens von 4,7% auf 2,8% des Umsatzes
- Erhöhung der vorgeschlagenen Dividende auf CHF 2.30 je Aktie
- Ausblick auf das Jahr 2017: Organisches Wachstum zwischen 2% und 4%; stabile operative Ergebnismarge bei konstanten Wechselkursen infolge einer beträchtlichen Erhöhung der Restrukturierungskosten, um die künftige Profitabilität zu steigern; erwarteter Anstieg des nachhaltigen Gewinns je Aktie bei konstanten Wechselkursen und der Kapitaleffizienz

Mark Schneider, Nestlé CEO: „Unser organisches Wachstum für 2016 lag am oberen Ende der Branche, doch am unteren Ende unserer Erwartungen. Wir verzeichneten eine solide Verbesserung der operativen Ergebnismarge und unser Geldfluss stieg erheblich. Auf Grundlage dieser Ergebnisse freut sich unser Verwaltungsrat, zum 22. Mal in Folge eine Erhöhung der Dividende vorzuschlagen, was unser Bekenntnis zu Kontinuität unterstreicht.

Im Jahr 2017 erwarten wir ein organisches Wachstum zwischen 2% und 4%. Um die künftige Profitabilität zu steigern, planen wir eine beträchtliche Erhöhung der Restrukturierungskosten im Jahr 2017. Infolgedessen gehen wir von einer stabilen operativen Ergebnismarge bei konstanten Wechselkursen aus. Wir erwarten eine Steigerung des nachhaltigen Gewinns je Aktie bei konstanten Wechselkursen und der Kapitaleffizienz.

Nestlé investiert weiterhin in zukünftiges Wachstum sowie operative Effizienz und setzt sich bis 2020 ein mittleres einstelliges organisches Wachstum sowie erhebliche strukturelle Kosteneinsparungen zum Ziel.“

Resultate der Gruppe

Umsatz

- Der **Gesamtumsatz** stieg um 0,8% auf CHF 89,5 Milliarden, mit einem Wechselkurseffekt von -1,6%. Veräusserungsbereinigte Akquisitionen verminderten den Umsatz um 0,8%.
- Das **organische Wachstum** betrug 3,2%, das **interne Realwachstum** erreichte mit 2,4% ein Dreijahreshoch.
- Die Preisanpassungen beschränkten sich auf 0,8%, mit einigen Verbesserungen in der zweiten Jahreshälfte. Wir erwarten, dass die Preisanpassungen sich im Gesamtjahr 2017 weiter verbessern.
- Das organische Wachstum und das interne Realwachstum waren breit abgestützt, was die Stärke und Robustheit unseres breit gefächerten Portfolios deutlich macht.

	Gruppe	EMENA	AMS	AOA	Industrie- länder	Aufstrebende Märkte
Umsatz (Mrd. CHF)	89,5	26,8	40,2	22,5	52,1	37,4
RIG %	+2,4%	+2,4%	+2,0%	+3,0%	+2,3%	+2,4%
Preisanpassungen%	+0,8%	-0,5%	+2,5%	-0,2%	-0,6%	+2,9%
Organisches Wachstum %	+3,2%	+1,9%	+4,5%	+2,8%	+1,7%	+5,3%

- Innovationen stützten das Volumenwachstum: 30% des Umsatzes generierten Produkte, die in den letzten drei Jahren eingeführt oder überarbeitet wurden.
- Der E-Commerce machte 5% des Umsatzes aus, +18% im Jahresvergleich.

Operatives Ergebnis

- Das operative Ergebnis belief sich auf CHF 13,7 Milliarden mit einer Marge von 15,3%. Dies entspricht +20 Basispunkten auf einer publizierten Basis und +30 Basispunkten bei konstanten Wechselkursen.
- Wir erreichten diese Margenverbesserung bei:
 - gestiegenen Investitionen in Markenunterstützung, digitales Marketing, Forschung und Entwicklung und in neue Nutritions- und Gesundheitsplattformen. Die Ausgaben für Marketing, das für Konsumenten sichtbar ist, stiegen um 6,3% bei konstanten Wechselkursen.
 - Verdopplung der Restrukturierungskosten auf CHF 300 Millionen im Jahr 2016, um strukturelle Initiativen zur Kosteneinsparung zu unterstützen.

Reingewinn

- Der **Reingewinn** von CHF 8,5 Milliarden wurde von mehreren Posten beeinträchtigt, hauptsächlich von einer einmaligen, nicht liquiditätswirksamen Anpassung der latenten Steuern.
- Der **ausgewiesene Gewinn je Aktie** sank aus den gleichen Gründen um 4,8% auf CHF 2.76.
- Der **nachhaltige Gewinn je Aktie bei konstanten Wechselkursen** stieg um 3,4%.

Geldfluss und Umlaufvermögen

- Der **operative Geldfluss** verbesserte sich um CHF 1,3 Milliarden auf CHF 15,6 Milliarden (17,4% des Umsatzes), teilweise bedingt durch die Verminderung des Umlaufvermögens. Der **freie Geldfluss** verbesserte sich um CHF 200 Millionen auf CHF 10,1 Milliarden (11,3% des Umsatzes). Dies zeigt unsere Fähigkeit, selbst in einem herausfordernden Wechselkursumfeld konsistent einen starken Geldfluss zu erwirtschaften.

- Das **durchschnittliche Umlaufvermögen** sank um 190 Basispunkte von 4,7% auf 2,8% des Umsatzes (im Durchschnitt der letzten fünf Quartale).
- Die **Rentabilität des investierten Kapitals (ROIC)** unter Berücksichtigung des Goodwills und der immateriellen Vermögenswerte verbesserte sich um 30 Basispunkte auf 11,2%. Die Rentabilität des investierten Kapitals ohne Goodwill und immaterielle Vermögenswerte verbesserte sich um 180 Basispunkte auf 31,7%.

Zone AMS

Umsatz von CHF 26,4 Milliarden, 4,2% organisches Wachstum, 1,3% internes Realwachstum; 19,3% operative Ergebnismarge, -10 Basispunkte

- Die Zone verzeichnete ein gutes und beständiges organisches Wachstum.
- In **Nordamerika** beschleunigte sich das Wachstum im Jahresvergleich:
 - In der Kategorie Produkte für Heimtiere unterstützten Innovationen das gute Wachstum im gesamten Katzenfuttersortiment. Bei Hundefutter erzielte das Premiumportfolio eine gute Leistung: Sowohl *Merrick* als auch *Purina ONE* und *Pro Plan* erwirtschafteten ein zweistelliges Wachstum. *Beneful* stabilisierte sich im Zuge von Fortschritten bei der Neuinszenierung der Marke.
 - *Coffee Mate* erhielt seine gute Wachstumsdynamik durch Innovationen wie 64 oz. und neue Geschmacksrichtungen wie *natural bliss* aufrecht.
 - *Lean Cuisine* und *Stouffer's Fit Kitchen* erwirtschafteten starkes organisches Wachstum, gestützt von neuen Produktlinienerweiterungen.
 - Die Leistung von Süßwaren in den Vereinigten Staaten war enttäuschend, beeinträchtigt vom wettbewerbsintensiven Umfeld und vom geringen Wachstum im Mainstream-Schokoladenmarkt.
- In **Lateinamerika** wurde das starke organische Wachstum befördert von Preisanpassungen infolge Währungsabwertungen, während das interne Realwachstum sich verlangsamte:
 - In Brasilien verzeichneten wir ein hohes einstelliges organisches Wachstum. Erhebliche Preisanpassungen zum Ende des ersten Halbjahres beeinträchtigten kurzfristig die Volumina. *Nescafé Dolce Gusto* und *KitKat* wuchsen weiter zweistellig.
 - Mexiko verbuchte ein weiteres gutes Wachstumsjahr, das breit abgestützt war auf Milchprodukte, Kaffeeweisser, löslichen Kaffee, *Nescafé Dolce Gusto* und Schokolade.
 - Die Kategorie Produkte für Heimtiere erwirtschaftete weiterhin in der gesamten Region ein starkes Wachstum.
- Die **operative Ergebnismarge** sank um 10 Basispunkte, bedingt durch einen Anstieg der Restrukturierungskosten. Die Profitabilitätsmarge verbesserte sich in Nordamerika, doch Lateinamerika war stark betroffen von der hohen Kosteninflation aufgrund von Währungsabwertungen und Rohstoffpreisen.

Zone EMENA

Umsatz von CHF 16,2 Milliarden, 2,0% organisches Wachstum, 2,7% internes Realwachstum; 16,7% operative Ergebnismarge, +100 Basispunkte

- Die Zone erwirtschaftete ein starkes internes Realwachstum, beschleunigte sich im vierten Jahr in Folge und gewann Marktanteile, was ihre Innovationsfähigkeit aufzeigt.
- In **Westeuropa** ergab sich das positive organische Wachstum aus einem soliden internen Realwachstum. Die Preisanpassungen waren aufgrund der dauerhaft niedrigen Rohstoffpreise, des Handelsdrucks und des intensiven Wettbewerbs negativ:
 - Die Kategorie Produkte für Heimtiere, *Nescafé* und Pizza waren in den meisten Märkten weiter die wichtigsten Wachstumsquellen.
 - In Deutschland und Frankreich hatten wir ein solides internes Realwachstum, während Südeuropa ein gutes organisches und internes Realwachstum verzeichnete. Im Vereinigten Königreich war es hingegen ein besonders herausforderndes Jahr, in dem sowohl das Volumen als auch die Preisanpassungen leicht zurückgingen.
- **Zentral- und Osteuropa** erwirtschafteten weiterhin starkes organisches Wachstum auf der Grundlage von gutem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen:
 - In Russland erreichten wir ein zweistelliges organisches Wachstum bei positivem internem Realwachstum. Dies umfasste ein starkes Wachstum bei *Nescafé* löslichem Kaffee, insbesondere *Barista*. Russland war der Nestlé Markt mit der weltweit stärksten Leistung der Kategorie Produkte für Heimtiere, angeführt von *Felix* Katzenfutter.
 - Die Inflation in Russland und der Ukraine trieb die Preisanpassungen in der Region an, während alle anderen Märkte deflationäre Preisanpassungen erlebten.
- Das Geschäft im **Nahen Osten und in Nordafrika** blieb mit positivem organischem Wachstum robust, das instabile Umfeld und der deflationäre Druck verlangsamten die Dynamik jedoch:
 - Die Ereignisse im Irak, im Jemen, in Libyen und Syrien hatten weiterhin Auswirkungen. Es herrschte zudem deflationärer Druck auf Milchprodukte in der Region.
 - In der Türkei trieben *Nescafé* und Süßwaren das zweistellige Wachstum an. Der Markt in Nordafrika erzielte auch eine gute Leistung.
- Die **operative Ergebnismarge** verbesserte sich um 100 Basispunkte, während die Restrukturierungskosten und Marketinginvestitionen stiegen. Die Profitabilität verbesserte sich in den meisten Kategorien als Ergebnis der Premiumisierung, der vorteilhaften Volumennutzung, der Effizienzgewinne und der günstigen Inputkosten. Das Portfoliomanagement leistete einen positiven Beitrag mit der Schaffung des Joint Ventures Froneri für Speiseeis.

Zone AOA

Umsatz von CHF 14,5 Milliarden, 3,2% organisches Wachstum, 2,9% internes Realwachstum; 19,0% operative Ergebnismarge, + 60 Basispunkte

- In der Zone nahmen das interne Realwachstum und das organische Wachstum im Laufe des Jahres zunehmend Fahrt auf. Die Marktanteile erholten sich und nahezu alle Märkte leisteten einen Beitrag.
- Die **aufstrebenden Märkte** der Zone hatten insgesamt ein gutes Jahr, das Wachstum beschleunigte sich in den meisten Geschäften. *Yinlu* war die Hauptausnahme, was das organische Wachstum der Zone um 260 Basispunkte verminderte:
 - In China beeinträchtigte der zweistellige Rückgang bei *Yinlu* das Wachstum insgesamt. Mehrere Initiativen zum Turnaround des Geschäfts sind im Gange, im Jahr 2017 wird eine Stabilisierung erwartet. Milchprodukte (mit Ausnahme von *Yinlu*) und Süswaren wuchsen positiv und *Nescafé* erzielte eine gute Leistung.
 - Südostasien war stark, mit zweistelligem Wachstum in Vietnam und Indonesien, insbesondere durch Milchprodukte und *Milo*. Auch die Philippinen verzeichneten mit hohem einstelligem Wachstum eine gute Leistung, besonders bedingt durch *Bear Brand* bei Milchprodukten.
 - Subsahara-Afrika verzeichnete gutes Wachstum. Das interne Realwachstum blieb trotz Preiserhöhungen zum Ausgleich der Währungsentwertung positiv. Zentral- und Westafrika (einschliesslich Ghana, Côte d'Ivoire und Nigeria) und Äquatorialafrika (einschliesslich Angola) verzeichneten ein gutes zweistelliges Wachstum, wobei *Maggi* und *Nido* gut abschnitten.
 - Unser Geschäft in Indien wuchs trotz nachteiliger Auswirkungen der Demonetarisierung zum Jahresende. *Maggi*-Nudeln gewannen weiterhin Marktanteile zurück. Süswaren erzielten mit *KitKat* ebenfalls gute Leistungen. Auch Pakistan verbuchte ein starkes Wachstum durch Milchprodukte, trinkfertige Produkte und andere Kategorien.
- Bei den **Industrielländern** verzeichneten Japan ein gutes Wachstum und Ozeanien ein solides internes Realwachstum:
 - Japan erzielte im Vergleich mit der Zone und der Gruppe ein überdurchschnittliches organisches Wachstum, das sich gleichmässig auf das interne Realwachstum und Preisanpassungen verteilte. Dies basierte auf Innovation und Premiumisierung bei *Nescafé* und *KitKat*.
 - Ozeanien verzeichnete ein solides internes Realwachstum im Einklang mit der Gruppe, welches weitgehend durch den anhaltenden Deflationsdruck ausgeglichen wurde.
- Die Zone verbesserte ihre **operative Ergebnismarge** um 60 Basispunkte, während sie zugleich die Marketinginvestitionen erhöhte. Die positive Entwicklung der Bruttomarge wurde gestützt von günstigen Inputkosten, besonders bei Milchprodukten, sowie Kosteneinsparungen und einer Verbesserung bei Volumen und Produktmix. Die Auswirkungen erhöhter Restrukturierungsausgaben wurden von den niedrigeren einmaligen Kosten im Zusammenhang mit *Maggi* in Indien mehr als ausgeglichen.

Nestlé Waters

Umsatz von CHF 7,9 Milliarden, 4,5% organisches Wachstum, 4,5% internes Realwachstum; 11,9% operative Ergebnismarge, +110 Basispunkte

- Nestlé Waters erhielt seine gute organische Wachstumsdynamik auf der Grundlage internen Realwachstums aufrecht. Die Preisanpassungen blieben flach:
 - In den Vereinigten Staaten verzeichneten die Premiummarken ein weiteres Jahr des dynamischen Wachstums und die regionalen Marken *Poland Spring*, *Ice Mountain* und *Deer Park* leisteten im Vergleich mit der Gruppe und mit Nestlé Waters überdurchschnittliche Beiträge. Der Produktionsstillstand einer Fabrik in Texas infolge eines Tornados im April wirkte sich negativ aus.
 - In Europa behielten die meisten Märkte ihr Wachstum bei, nachdem 2015 bedingt durch die Hitzewelle ein starkes Jahr war. Es gab gute Beiträge aus dem Vereinigten Königreich, aus Spanien und Deutschland.
 - Von den übrigen Märkten schnitten Südostasien, Mexiko und Nordafrika gut ab.
- Weiteres starkes Wachstum generierten die internationalen Premium-Mineralwassermarken *Perrier* und *S.Pellegrino*, die doppelt so schnell wie das Mainstream-Portfolio wuchsen.
- Die internationale Flaggschiffmarke *Nestlé Pure Life* leistete einen guten Beitrag, mit einem innerhalb von Nestlé Waters überdurchschnittlichen organischen Wachstum.
- Die **operative Ergebnismarge** verbesserte sich stark um 110 Basispunkte, während die Marketinginvestitionen ebenfalls stiegen. Dies war möglich dank einer Kombination aus Volumenwachstum, positivem Produktmix durch Premiumisierung, operativen Kosteneinsparungen und günstigen Inputkosten.

Nestlé Nutrition

Umsatz von CHF 10,3 Milliarden, 1,5% organisches Wachstum, 0,9% internes Realwachstum; 22,7% operative Ergebnismarge, +10 Basispunkte

- Nestlé Nutrition wuchs im Kontext einer veränderten Kategoriedynamik, insbesondere in China, sowie deflationären Drucks infolge anhaltend niedriger Milchpreise:
 - Die Marktdynamik in China war im Vorfeld der Umsetzung neuer Vorschriften schwach, was zu Anpassungen der Lagerbestände im Handel sowohl in Festlandchina als auch in Hongkong führte. Niedrige Milchpreise und intensiver Wettbewerb wirkten sich auf die Preisanpassungen aus, insbesondere im Premiumsegment. Gleichzeitig verzeichnete *illumina* ein weiteres starkes Wachstumsjahr und gewann Marktanteile, um zur führenden Marke in seiner Kategorie in China zu werden. Wir verstärkten auch unsere E-Commerce-Ressourcen und gewannen in diesem wichtigen Kanal Marktanteile.

- Das Wachstum in den Vereinigten Staaten war im Verlauf des Jahres schwach. Wir begannen mit der Überarbeitung der Marke *Gerber* und verbesserten die Produktverpackung und -rezepturen, einschliesslich vieler Bio-Angebote.
 - Lateinamerika verzeichnete eine starke Dynamik, geleitet von Innovationen wie *Mucilon Iron Plus* Zerealien in Brasilien und *NAN Optipro* in Mexiko.
 - Das Wachstum in Südostasien war ebenfalls solide, wobei die Philippinen gute Leistungen erzielten.
- Die Verbesserung der **operativen Ergebnismarge** war breit abgestützt auf Säuglingsnahrung sowie Babynahrung, bedingt durch niedrige Milchpreise. Zugleich stiegen die Marketinginvestitionen in die Marken.

Übrige Geschäfte

Umsatz von CHF 14,1 Milliarden, 3,7% organisches Wachstum, 3,4% internes Realwachstum; 15,2% operative Ergebnismarge, -50 Basispunkte

- **Nestlé Professional** wuchs weiterhin, geleitet von einem mittleren einstelligen Wachstum in den aufstrebenden Märkten, starkem Wachstum in Russland und Mexiko sowie solidem Wachstum in China. Auch die Vereinigten Staaten verzeichneten ein gutes organisches Wachstum, während das Geschäft in Kanada und Westeuropa zurückging. Ab 2017 wird Nestlé Professional aufgrund steigender Nachfrage nach mehr kundenspezifischen Produkten und Dienstleistungen nach lokalen und regionalen Gesichtspunkten in die Zonen integriert.
- **Nespresso** wuchs in seinem 30. Jahr nach wie vor. Die Vereinigten Staaten und Kanada verzeichneten eine starke Dynamik aufgrund des andauernden Erfolgs des *VertuoLine*-Systems. Auch der Umsatz in Frankreich profitierte von der Einführung von *VertuoLine* am Ende des Jahres. Das Vereinigte Königreich verzeichnete eine starke Beschleunigung infolge von Markeninvestitionen und der Einführung eines Abonnementmodells. In Asien erzielten sowohl China als auch Südkorea gute Leistungen.
- **Nestlé Health Science** erhielt das gute Wachstumstempo aufrecht. Consumer Care war erneut die wichtigste Wachstumsquelle: Dazu gehören das *Boost*-Sortiment, *Carnation Breakfast Essentials* und, in Europa, *Meritene*. Medical Nutrition profitierte von starken Beiträgen des Allergieportfolios (besonders in China), *Vitaflor* und oral verabreichten Nahrungsergänzungsmitteln in Schlüsselmärkten.
- **Nestlé Skin Health** erzielte eine gute Leistung im Bereich Consumer Care. Wir passten zum Jahresende jedoch die Lagerbestände im Handel an. Ein erhöhter Wettbewerb sowie der Druck von Generika beeinträchtigten das US-Geschäft mit rezeptpflichtigen Produkten.
- Die **operative Ergebnismarge** in diesem Segment wurde von Nestlé Skin Health beeinträchtigt. Die Anpassung von Lagerbeständen im Handel sowie höhere Restrukturierungs- und Prozesskosten wirkten sich auf die Profitabilität aus. Nestlé Health Science federte ebenfalls höhere Restrukturierungskosten ab. Sowohl Nestlé Professional als auch Nespresso verbesserten mithilfe günstiger Inputkosten ihre Profitabilität.

Vorschläge des Verwaltungsrats an die Generalversammlung

An der ordentlichen Generalversammlung vom 6. April 2017 wird der Verwaltungsrat den Aktionären eine Dividende von CHF 2.30 je Aktie vorschlagen. Der letzte Handelstag, der zum Erhalt der Dividende berechtigt, ist der 7. April 2017. Die Netto-Dividende wird ab dem 12. April 2017 ausbezahlt. Stimmberechtigt sind nur die am 30. März 2017 um 12:00 mittags (MESZ) im Aktienregister mit Stimmrecht eingetragenen Aktionäre.

Am 27. Juni 2016 hat der Verwaltungsrat seine Nachfolgepläne für den Präsidenten des Verwaltungsrats und den CEO bekanntgegeben. Nachdem er dem Unternehmen nahezu 50 Jahre lang gedient hat, davon elf Jahre als CEO und zwölf Jahre als Präsident des Verwaltungsrats, wird Peter Brabeck-Letmathe nicht zur Wiederwahl stehen, da er das vorgeschriebene Pensionsalter erreicht hat. Der Verwaltungsrat hat Paul Bulcke, der von 2008 bis 2016 als CEO diente, zur Wahl zum Verwaltungsratspräsidenten vorgeschlagen. Am 27. Juni 2016 hat der Verwaltungsrat ausserdem Mark Schneider als Nestlé CEO ab 1. Januar 2017 ernannt. Im Einklang mit dem erprobten Modell der Unternehmensführung von Nestlé wurde er zur Wahl in den Verwaltungsrat an der Generalversammlung vorgeschlagen.

Der Verwaltungsrat schlägt die individuelle Wiederwahl der gegenwärtigen Verwaltungsratsmitglieder für eine Amtszeit bis zum Ende der nächsten ordentlichen Generalversammlung vor. Zudem schlägt der Verwaltungsrat die Wahl von Ursula M. Burns vor, Präsidentin des Verwaltungsrats der Xerox Corporation seit 2010 und deren Chief Executive Officer von 2009 bis 2016.

Schliesslich schlägt der Verwaltungsrat die individuelle Wahl der Mitglieder des Vergütungsausschusses sowie die Wahl von KPMG als Revisionsstelle bis zum Ende der nächsten ordentlichen Generalversammlung vor. Der Verwaltungsrat wird den Aktionären zudem die Vergütung des Verwaltungsrats und der Konzernleitung zur Zustimmung vorlegen.

Ausblick

Im Jahr 2017 erwarten wir ein organisches Wachstum zwischen 2% und 4%. Um die künftige Profitabilität zu steigern, planen wir eine beträchtliche Erhöhung der Restrukturierungskosten im Jahr 2017. Infolgedessen gehen wir von einer stabilen operativen Ergebnismarge bei konstanten Wechselkursen aus. Wir erwarten eine Steigerung des nachhaltigen Gewinns je Aktie bei konstanten Wechselkursen und der Kapitaleffizienz.

Kontakte

Medien

Robin Tickle

Tel.: +41 21 924 22 00

Investoren

Steffen Kindler

Tel.: +41 21 924 35 09

Anhang

Überblick: Umsatz für das Gesamtjahr 2016 und operative Ergebnismarge

	Jan.-Dez. 2016 Umsatz in Millionen CHF	Jan.-Dez. 2016 Organisches Wachstum (%)	Operative Ergebnismarge	
			Jan.-Dez. 2016 (%)	Veränderung vs Jan.- Dez. 2015
Operative Segmente				
• Zone AMS	26'356	+4,2	19,3	-10 BSP
• Zone EMENA	16'249	+2,0	16,7	+100 BSP
• Zone AOA	14'493	+3,2	19,0	+60 BSP
Nestlé Waters	7'926	+4,5	11,9	+110 BSP
Nestlé Nutrition	10'326	+1,5	22,7	+10 BSP
Übrige Geschäfte	14'119	+3,7	15,2	-50 BSP
Total Gruppe	89'469	+3,2	15,3	+20 BSP
Produkte				
Getränke in flüssiger und Pulverform	19'792	+4,6	20,8	-50 BSP
Wasserprodukte	7'414	+5,0	12,2	+100 BSP
Milchprodukte und Speiseeis	14'331	+1,6	18,4	+150 BSP
Nutrition-Produkte und Health Science	15'038	+2,0	18,5	-110 BSP
Fertiggerichte und Produkte für die Küche	12'148	+2,7	15,0	+130 BSP
Süsswaren	8'679	+1,8	13,7	-30 BSP
Produkte für Heimtiere	12'067	+5,3	21,0	+20 BSP
Total Gruppe	89'469	+3,2	15,3	+20 BSP