

---

## Medienmitteilung

Übersetzung des englischen Originaltexts



Good Food, Good Life

Vevey, 17. Oktober 2019

---

### Verfolgen Sie heute live

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

Mehr Details: <https://www.nestle.com/media/mediaeventscalendar/allevnts/2019-nine-month-sales>

## Nestlé veröffentlicht Umsatz für die ersten neun Monate 2019

- Organisches Wachstum von 3,7%, mit internem Realwachstum (RIG) von 3,0% und Preisanpassungen von 0,7 %. Das Wachstum wurde unterstützt durch eine starke Dynamik in den USA und bei *Purina PetCare*.
- Der publizierte Umsatz stieg um 2,9% auf CHF 68,4 Milliarden (9M-2018: CHF 66,4 Milliarden). Nettozukäufe erhöhten den Umsatz um 0,7%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 1,5%.
- Das Portfoliomanagement ist vollständig auf Kurs. Der Verkauf von Nestlé Skin Health für CHF 10,2 Milliarden wurde am 1. Oktober 2019 abgeschlossen. Die Prüfung strategischer Optionen für *Herta Charcuterie* dauert noch an und wird voraussichtlich bis Ende 2019 abgeschlossen sein.
- Der Verwaltungsrat von Nestlé hat beschlossen, im Zeitraum von 2020 bis 2022 bis zu CHF 20 Milliarden an die Aktionäre von Nestlé auszuschütten, hauptsächlich in Form von Aktienrückkäufen.
- Nestlé bestätigt den Ausblick auf das Gesamtjahr 2019 und erwartet ein organisches Umsatzwachstum von rund 3,5% und eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge für das Gesamtjahr von 17,5% oder höher. Es wird erwartet, dass sich sowohl der zugrunde liegende Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch die Kapitaleffizienz erhöhen werden.

### Mark Schneider, Nestlé CEO:

*«Wir sind mit unserem Neunmonatsergebnis zufrieden und haben weitere Fortschritte auf dem Weg zu unseren Finanzzielen für 2020 erzielt. Wir registrieren eine anhaltende Dynamik in unserem grössten Markt, den USA, und ein sehr starkes Wachstum für Purina PetCare weltweit. Das Wachstum wurde durch Investitionen in unsere Marken, schnelle Innovation und eine disziplinierte Strategieumsetzung unterstützt. Die Markteinführung von Starbucks-Produkten wurde im dritten Quartal fortgesetzt und umfasst nun 34 Länder. Die Transformation unseres Portfolios ist auf Kurs, wie der planmässige Abschluss der Nestlé Skin Health-Veräusserung zeigt. Mit umsichtigen Investitionen und einem disziplinierten Vorgehen bei Akquisitionen generiert unser Wertschöpfungsmodell profitables Wachstum und attraktive Cash-Renditen für unsere Aktionäre.»*

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 9M-2019 (in Mio. CHF)	68 367	23 995	13 650	15 938	6 097	8 687
Umsatz 9M-2018 (in Mio. CHF)	66 424	21 918	13 731	15 799	6 127	8 849
Internes Realwachstum	3,0%	2,7%	4,6%	2,5%	-2,5%	6,4%
Preisanpassungen	0,7%	1,4%	-1,7%	0,6%	3,0%	0,7%
Organisches Wachstum	3,7%	4,1%	2,9%	3,1%	0,5%	7,1%
Netto M&A	0,7%	5,5%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-7,3%
Wechselkurseffekte	-1,5%	-0,1%	-3,4%	-2,1%	-0,8%	-1,6%
Publiziertes Umsatzwachstum	2,9%	9,5%	-0,6%	0,9%	-0,5%	-1,8%

## Umsatz

Das organische Wachstum erreichte 3,7%. Das interne Realwachstum betrug 3,0% und liegt damit weiterhin am oberen Ende der Lebensmittel- und Getränkebranche. Preisanpassungen trugen 0,7% bei, wobei sich die Dynamik im dritten Quartal vorübergehend verlangsamte, was vor allem auf die schrittweise Umsetzung von Preisanpassungen und die rückläufigen Kaffeepreise zurückzuführen war. Unter Ausschluss der sich in einer strategischen Überprüfung befindlichen Geschäfte, betrug das organische Wachstum 3,5%.

Die Wachstumsbeschleunigung gegenüber dem Vorjahr wurde von den USA und Brasilien unterstützt. EMENA trug im dritten Quartal mit einem starken internen Realwachstum im mittleren einstelligen Bereich zur verbesserten Dynamik bei. AOA verbuchte ein solides Wachstum trotz der abgeschwächten Entwicklung einiger Kategorien in China. Das organische Wachstum betrug in den Industrieländern 2,7%, dank eines starken internen Realwachstums. In den aufstrebenden Märkten lag das Wachstum bei 5,0%.

Alle Produktkategorien verzeichneten ein positives Wachstum. Die grössten Beiträge leisteten die *Purina*-Produkte für Heimtiere sowie Kaffee. Die Lancierung von Starbucks-Produkten stiess auf eine starke Nachfrage und wird in weiteren Ländern fortgesetzt. Nestlé Health Science erzielte gute Fortschritte und erreichte im dritten Quartal ein hohes einstelliges Wachstum. Das Wachstum im Wassergeschäft blieb verhalten, was auf hohe Vergleichswerte bei den Preisanpassungen und eine enttäuschende Sommersaison in Europa zurückzuführen ist.

Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 0,7%. Mit dem Erwerb der Starbucks-Lizenz und dem Zukauf von Atrium Innovations wurden die Veräusserungen, insbesondere von Gerber Life Insurance, mehr als kompensiert. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um 1,5%. Der Umsatz stieg um 2,9% auf CHF 68,4 Milliarden.

## Zone Nord- und Südamerika (AMS)

- 4,1% organisches Wachstum: 2,7% internes Realwachstum; 1,4% Preisanpassungen.
- Nordamerika wies ein mittleres einstelliges organisches Wachstum aus, mit positivem internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Lateinamerika verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, mit positivem internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2019	Umsatz 9M-2018	RIG	Preisanpassungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechselkurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone AMS	CHF 24,0 Mrd.	CHF 21,9 Mrd.	2,7%	1,4%	4,1%	5,5%	-0,1%	9,5%

Das organische Wachstum stieg auf 4,1%, unterstützt von einem höheren internen Realwachstum von 2,7%. Die Preisanpassungen waren mit 1,4% ebenfalls positiv. Sowohl in Nord- als auch in Lateinamerika verbesserte sich das Wachstum gegenüber dem Vorjahr, wobei sich die Dynamik in Nordamerika im dritten Quartal weiter beschleunigte. Die Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 5,5%, was grösstenteils auf den Erwerb der Starbucks-Lizenz zurückzuführen ist. Wechselkurseffekte verringerten ihn um 0,1%. Der publizierte Umsatz der Zone AMS stieg um 9,5% auf CHF 24,0 Milliarden.

Nordamerika verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum. Das interne Realwachstum war stark und spiegelt den stetigen Nachschub an Produktneueinführungen wider. Den grössten Wachstumsbeitrag leisteten die *Purina*-Produkte für Heimtiere, die eine starke Umsatzentwicklung im E-Commerce und bei den Premiummarken verzeichneten. *Purina Pro Plan*, *Purina One*, das Katzenstreu *Tidy Cats* und der Veterinärbereich wuchsen zweistellig. Die Produktkategorie Getränke, zu der *Coffee mate*, Starbucks und *Nescafé* gehören, verzeichnete ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich. Die Einführung der Starbucks-Kaffeeweisser stiess auf eine starke Nachfrage. Die Umstellung des Vertriebsmodells für das US-Pizza- und Speiseeisgeschäft von der direkten Belieferung von Läden auf ein Distributionsmodell mit Tiefkühlagern verläuft nach Plan. Das Speiseeisgeschäft verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum, mit einer starken Geschäftsentwicklung bei *Häagen-Dazs* und dem natürlichen gentechnikfreien *Outshine*-Fruchteis am Stiel. Das Tiefkühlgeschäft wies ein niedriges einstelliges Wachstum aus, unterstützt durch das Pizzageschäft, *Hot Pockets* und *Stouffer's*.

Lateinamerika verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum mit positiven Wachstumsbeiträgen der meisten Märkte und Kategorien. Brasilien verzeichnete ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, unterstützt durch die starke Geschäftsentwicklung in den Bereichen Milchprodukte, Säuglingsnahrung und *KitKat*. Mexiko wies ein mittleres einstelliges Wachstum aus mit einer weiterhin kräftigen Nachfrage nach *Nescafé*. Lateinamerika erzielte ein hohes einstelliges Wachstum in den Kategorien Kaffee, *Purina*-Produkte für Heimtiere und Milchprodukte.

### Zone Europa, Naher Osten und Nordafrika (EMENA)

- 2,9% organisches Wachstum: 4,6% internes Realwachstum; -1,7% Preisanpassungen.
- Westeuropa wies ein starkes internes Realwachstum aus, das teilweise durch negative Preisanpassungen neutralisiert wurde.
- Zentral- und Osteuropa erzielte ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit einem starken internen Realwachstum. Die Preisanpassungen waren negativ.
- Der Nahe Osten und Nordafrika verzeichneten ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit starkem internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2019	Umsatz 9M-2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone EMENA	CHF 13,7 Mrd.	CHF 13,7 Mrd.	4,6%	-1,7%	2,9%	-0,1%	-3,4%	-0,6%

Das organische Wachstum betrug 2,9%, mit einem starken internen Realwachstum von 4,6%. Die Preisanpassungen sanken um 1,7%, hauptsächlich aufgrund der rückläufigen Kaffeepreise. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,1%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 3,4%. Der publizierte Umsatz der Zone EMENA ging um 0,6% auf CHF 13,7 Milliarden zurück.

Die Zone EMENA wies ein mittleres einstelliges internes Realwachstum aus, mit einer stärkeren Dynamik im dritten Quartal. Jede Teilregion leistete einen guten Beitrag zu dieser positiven Entwicklung, mit Marktanteilsgewinnen in allen Kategorien. Die Preisanpassungen blieben negativ, insbesondere beim Kaffee.

Insgesamt wurde die positive organische Umsatzentwicklung durch das hohe Wachstum von *Purina*-Produkten für Heimtiere und Säuglingsnahrung unterstützt. Kaffee verzeichnete ein positives Wachstum mit einem hohen einstelligen internen Realwachstum im dritten Quartal, zu dem die Einführung von Starbucks-Produkten in 20 Ländern der Zone beitrug. Das Süßwarengeschäft behielt seine gute Dynamik aufrecht, was sich am zweistelligen Wachstum von *KitKat* zeigt. Vegetarische und pflanzliche Nahrungsmittelprodukte verbuchten ein zweistelliges Wachstum, unterstützt durch die Lancierung des *Garden Gourmet Incredible Burger* in 10 Ländern der Zone.

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

- 3,1% organisches Wachstum: 2,5% internes Realwachstum; 0,6% Preisanpassungen.
- Das Wachstum in China war flach, mit einer flachen Entwicklung beim internen Realwachstum und bei den Preisanpassungen.
- Südostasien verzeichnete weiterhin ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, das durch kräftiges internes Realwachstum und positive Preisanpassungen unterstützt wurde.
- Südasien verbuchte ein mittleres einstelliges organisches Wachstum. Internes Realwachstum und Preisanpassungen waren positiv.
- Subsahara-Afrika verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, mit einem starken internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Japan und Ozeanien wiesen ein niedriges einstelliges organisches Wachstum aus, mit einem starken internen Realwachstum und negativen Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2019	Umsatz 9M-2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone AOA	CHF 15,9 Mrd.	CHF 15,8 Mrd.	2,5%	0,6%	3,1%	-0,1%	-2,1%	0,9%

Das organische Wachstum betrug 3,1%, bei einem internen Realwachstum von 2,5% und Preisanpassungen von 0,6%. Nettozukäufe hatten einen minimalen negativen Einfluss von 0,1%. Wechselkurseffekte verringerten den Umsatz um 2,1%. Der publizierte Umsatz der Zone AOA stieg um 0,9% auf CHF 15,9 Milliarden.

Die Zone AOA erwirtschaftete ein solides Wachstum, trotz der abgeschwächten Dynamik in China und schwierigen Bedingungen in Pakistan.

China verzeichnete ein flaches Wachstum aufgrund der schwachen Entwicklung in einigen Kategorien. Kulinarische Produkte, Kaffee und Speiseeis entwickelten sich gut. Die Säuglingsernährung verbuchte einen Wachstumsrückgang auf einen niedrigen einstelligen Wert infolge des rückläufigen Umsatzes der S-26-Serie. *Yinlu*-Erdnussmilch und -Reisbrei verzeichneten einen Umsatzrückgang.

Südostasien wies ein gutes Wachstum aus, mit einer starken Dynamik in Vietnam und Indonesien. *Bear Brand* sowie die trinkfertigen Produkte von *Milo* und *Nescafé* wuchsen zweistellig. Südasien beschleunigte das Wachstum auf einen mittleren einstelligen Wert, trotz marktspezifischer Herausforderungen in Pakistan. *NAN*, *Maggi* und *KitKat* entwickelten sich weiterhin gut, unterstützt durch die Einführung neuer Produkte und die Expansion des Vertriebs. Subsahara-Afrika verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum, zu dem die Säuglingsnahrung, *Maggi* und *Nescafé* beitrugen. Japan und Ozeanien wiesen ein solides Wachstum mit einer starken Nachfrage nach *Purina*-Produkten für Heimtiere, *KitKat* und dem neu eingeführten Starbucks-Sortiment aus.

Unter den Produktkategorien leisteten die Säuglingsnahrung, die kulinarischen Produkte und *Purina*-Produkte für Heimtiere den grössten Beitrag zum Wachstum der Zone. Die Säuglingsnahrung verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum, unterstützt durch ein starkes Wachstum ausserhalb Chinas.

### Nestlé Waters

- 0,5% organisches Wachstum: -2,5% internes Realwachstum; 3,0% Preisanpassungen.
- Nordamerika verzeichnete ein flaches organisches Wachstum. Die positiven Preisanpassungen wurden durch negatives internes Realwachstum ausgeglichen.
- In Europa war das organische Wachstum negativ. Sowohl das interne Realwachstum als auch die Preisanpassungen gingen zurück.
- Die aufstrebenden Märkte verzeichneten ein hohes einstelliges organisches Wachstum, mit starken Preisanpassungen und einem positiven internen Realwachstum.

	Umsatz 9M-2019	Umsatz 9M-2018	RIG	Preis- an- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Nestlé Waters	CHF 6,1 Mrd.	CHF 6,1 Mrd.	-2,5%	3,0%	0,5%	-0,2%	-0,8%	-0,5%

Das organische Wachstum erreichte 0,5%. Die Preisanpassungen beliefen sich auf 3,0% und das interne Realwachstum ging um 2,5% zurück. Im dritten Quartal verlangsamte sich das Wachstum aufgrund hoher Vergleichswerte bei den Preisanpassungen in Nordamerika und einer enttäuschenden Sommersaison in Europa. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,2%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 0,8%. Der publizierte Umsatz von Nestlé Waters sank um 0,5% auf CHF 6,1 Milliarden.

In Nordamerika resultierte ein flaches organisches Wachstum. Die Premium-Marken *S.Pellegrino*, *Perrier* und *Acqua Panna* verzeichneten ein zweistelliges Wachstum, da sie von einer starken Innovationspipeline mit Fokus auf aromatisierte und funktionale Angebote profitierten. Das Direct-to-Consumer-Geschäft *ReadyRefresh* verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum und profitierte dabei von Preisanpassungen und einer neuen, benutzerfreundlichen Onlineplattform. Die Effekte der 2018 vorgenommenen Preiserhöhungen wirkten sich negativ auf das Wachstum bei den Multipack-Formaten und *Nestlé Pure Life* aus.

Europa verzeichnete ein negatives Wachstum aufgrund einer enttäuschenden Sommersaison und hoher Vergleichswerte im dritten Quartal. Die aufstrebenden Märkte wiesen ein hohes einstelliges Wachstum aus. *Nestlé Pure Life* in Ägypten, *Erikli* in der Türkei und *La Vie* in Vietnam erreichten ein zweistelliges Wachstum, unterstützt durch die Expansion bei kohlesäurehaltigem und aromatisiertem Wasser.

### Übrige Geschäfte

- 7,1% organisches Wachstum: 6,4% internes Realwachstum; 0,7% Preisanpassungen.
- Nespresso verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, mit einem starken internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Nestlé Health Science erreichte ein hohes einstelliges organisches Wachstum, das ausschliesslich vom internen Realwachstum getragen wurde.
- Nestlé Skin Health verzeichnete ein hohes einstelliges organisches Wachstum mit einem starken internen Realwachstum und leicht positiven Preisanpassungen.

	Umsatz 9M-2019	Umsatz 9M-2018	RIG	Preis- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechsel- kurseffekte	Publiziertes Wachstum
Übrige Geschäfte	CHF 8,7 Mrd.	CHF 8,8 Mrd.	6,4%	0,7%	7,1%	-7,3%	-1,6%	-1,8%

Das organische Wachstum von 7,1% wurde von einem starken internen Realwachstum von 6,4% und Preisanpassungen von 0,7% unterstützt. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 7,3%. Dies war vor allem auf die Veräusserung von Gerber Life Insurance zurückzuführen, die den Beitrag von Atrium Innovations mehr als neutralisierte. Wechselkurseffekte schmäleren den Umsatz um 1,6%. Der publizierte Umsatz der Übrigen Geschäfte sank um 1,8% auf CHF 8,7 Milliarden.

Nespresso setzte das solide mittlere einstellige organische Wachstum fort. Nordamerika und die aufstrebenden Märkte wiesen ein starkes zweistelliges Wachstum aus. Europa erhielt das positive Wachstum aufrecht. Das *Vertuo*-System, das inzwischen in 21 Märkten erhältlich ist, erfreute sich weiterhin einer starken Konsumentennachfrage. Nestlé Health Science verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum und eine Beschleunigung auf ein hohes einstelliges Wachstum im dritten Quartal. Medical Nutrition und Atrium Innovations leisteten den grössten Beitrag dazu. Nestlé Skin Health verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum mit einem mittleren einstelligen Wachstum im dritten Quartal.

### Barausschüttung an die Nestlé-Aktionäre

Der Verwaltungsrat von Nestlé hat beschlossen, im Zeitraum von 2020 bis 2022 bis zu CHF 20 Milliarden an die Aktionäre von Nestlé auszuschütten und gleichzeitig die langfristige, nachhaltige Dividendenpolitik des Unternehmens fortzusetzen. Die Ausschüttung widerspiegelt die anhaltend starke Cash-Generierung von Nestlé sowie die erheblichen Barmittelzuflüsse aus Veräusserungen.

Die Ausschüttung erfolgt voraussichtlich primär im Rahmen eines im Januar 2020 beginnenden Aktienrückkaufprogramms. Der Verwaltungsrat kann im Zeitraum von 2020 bis 2022 jeweils erwägen, einen Teil des Gesamtbetrags als eine oder mehrere Sonderdividenden auszuschütten. Das Volumen der monatlichen Aktienrückkäufe und die Höhe der möglichen Sonderdividendenzahlungen wird von den Marktbedingungen abhängen.

Der Verwaltungsrat und die Konzernleitung von Nestlé bekräftigen ihre Präferenz für wertschöpfende Investitionen in das Kerngeschäft mit Nahrungsmitteln, Getränken und gesundheitsunterstützenden Produkten. Sollten in diesem Zeitraum grössere Akquisitionen stattfinden, wird der Betrag der Ausschüttung an die Aktionäre entsprechend angepasst.

### Beitrag unserer Geschäftstätigkeit zum Gemeinwohl: Partnerschaft gegen die Entwaldung

Wälder sind für das Wohl unseres Planeten unerlässlich: Sie tragen dazu bei, das Klima zu stabilisieren, sie regulieren Ökosysteme und sind unentbehrlich für die Artenvielfalt. Nestlé ist auf gesunde Wälder angewiesen, um die nachhaltige Beschaffung von Rohstoffen zu gewährleisten. Der anhaltende Verlust von Wäldern, insbesondere in den artenreichen Tropen, erfordert dringende Massnahmen.

**Produkte frei von Abholzung.** In den vergangenen zehn Jahren war Nestlé mit ihren Bemühungen um eine Beendigung der Abholzung entlang ihrer gesamten Lieferkette führend. Das Unternehmen hat einen integrierten Ansatz bestehend aus Zertifizierung, Lieferketten-Kartierung, Vor-Ort-Verifizierung und Satellitenüberwachung entwickelt. Im April 2019 bezog Nestlé 77% seiner wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffe – einschliesslich Soja und Palmöl – aus nachweislich abholzungs-freien Quellen. Diese Zahl wird bis Ende 2020 auf über 90% ansteigen – und die Bemühungen von Nestlé gehen weiter. Das Unternehmen wird sowohl mit Kleinbauern als

auch Grosslieferanten zusammenarbeiten, um innerhalb der nächsten drei Jahre eine nahezu 100 Prozent abholzungsfreie Lieferkette zu erreichen. Zu diesem Zweck engagiert sich Nestlé an drei Fronten:

1. **Einsatz von Technologie.** Transparenz schafft Vertrauen und ist die Basis von Verantwortlichkeit. Nestlé war Pionierin bei der Einführung von Technologien, die dies ermöglichen. Als erstes Unternehmen der Nahrungsmittelindustrie hat es das Satellitenbildsystem Starling von Airbus eingesetzt. Dies erlaubt die Echtzeit-Erkennung von Kahlschlägen. Nestlé hat auch als erste ihre Lieferkette offengelegt: Das Unternehmen veröffentlicht eine Liste von Direktlieferanten, vorgelagerten Standorten und Herkunftsländern sowie das Gesamtbeschaffungsvolumen der wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffe.
2. **Unterstützung von Kleinbauern.** Die Erfahrung zeigt, eine Verhinderung der Abholzung ist nur unter Einbindung von Kleinbauern möglich. Beim Palmöl machen diese Bauern 40% der Weltproduktion aus und bewirtschaften häufig Gebiete in der Nähe von Wäldern ohne Schutzmassnahmen. Hilfsmassnahmen müssen das Auskommen der Bauern verbessern und ihre Gemeinschaften stärken. Zu diesem Zweck bietet Nestlé nahezu 50'000 Kleinbauern technische Unterstützung. Das Unternehmen verstärkt Initiativen, die helfen, deren Ernteerträge zu steigern und Einkommen zu diversifizieren. Das Ziel ist, den Schutz des Waldes wirtschaftlich attraktiv zu machen, die Waldbestände wiederherzustellen und eine regenerative Landwirtschaft zu fördern, um der Atmosphäre Kohlenstoff zu entziehen. Diese Massnahmen tragen auch wesentlich zur Umsetzung von Nestlés Ziel bei, bis 2050 über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg die Netto-Treibhausgasemissionen auf null zu senken.
3. **Förderung von Transparenz.** Nestlé arbeitet daran, branchenweite Ansätze zu entwickeln, Wissen auszutauschen und Lösungen in grossem Stil in die Praxis umzusetzen. Das Unternehmen setzt sich für mehr Transparenz sowie eine harmonisierte Offenlegung und Berichterstattung auf Branchenebene ein. Der Kampf gegen die Abholzung erfordert ein Engagement aller Parteien: Sie müssen ihre Rechenschaftspflicht und ihre Verantwortung für den Schutz des Waldes wahrnehmen.

## Ausblick

Nestlé bestätigt den Ausblick auf das Gesamtjahr 2019 und erwartet ein organisches Umsatzwachstum von rund 3,5% sowie eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge von 17,5% oder höher. Es wird erwartet, dass sich sowohl der zugrunde liegende Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch die Kapitaleffizienz erhöhen werden.

---

## Kontakte

Medien  
Investoren

Christoph Meier  
Luca Borlini

Tel.: +41 21 924 22 00  
Tel.: +41 21 924 38 20

## Anhang

### Umsatz in den ersten neun Monaten 2019 nach operativen Segmenten

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 9M-2019 (in Mio. CHF)	68 367	23 995	13 650	15 938	6 097	8 687
Umsatz 9M-2018 (in Mio. CHF)	66 424	21 918	13 731	15 799	6 127	8 849
Internes Realwachstum	3,0%	2,7%	4,6%	2,5%	-2,5%	6,4%
Preisanpassungen	0,7%	1,4%	-1,7%	0,6%	3,0%	0,7%
Organisches Wachstum	3,7%	4,1%	2,9%	3,1%	0,5%	7,1%
Netto M&A	0,7%	5,5%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-7,3%
Wechselkurseffekte	-1,5%	-0,1%	-3,4%	-2,1%	-0,8%	-1,6%
Publiziertes Umsatzwachstum	2,9%	9,5%	-0,6%	0,9%	-0,5%	-1,8%

### Umsatz in den ersten neun Monaten 2019 nach Produkten

	Gruppe	Getränke in flüssiger und Pulverform	Wasserprodukte	Milchprodukte und Speiseeis	Nutrition-Produkte und Health Science	Fertiggerichte und Produkte für die Küche	Süßwaren	Produkte für Heimtiere
Umsatz 9M-2019 (in Mio. CHF)	68 367	16 880	5 764	9 806	11 698	8 888	5 358	9 973
Umsatz 9M-2018 (in Mio. CHF)	66 424	15 388	5 765	9 758	11 905	8 716	5 542	9 350
Internes Realwachstum	3,0%	2,7%	-2,2%	1,7%	5,0%	3,0%	3,4%	5,6%
Preisanpassungen	0,7%	0,1%	3,1%	1,3%	0,2%	-0,2%	-1,1%	1,7%
Organisches Wachstum	3,7%	2,8%	0,9%	3,0%	5,2%	2,8%	2,3%	7,3%

Diese Medienmitteilung ist auch auf [Englisch \(pdf\)](#) und [Français \(pdf\)](#) verfügbar.