

Medienmitteilung

Übersetzung des englischen Originaltexts

Vevey, 18. April 2019



Verfolgen Sie heute live

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

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

Nestlé veröffentlicht Umsatz für die ersten drei Monate 2019

- Organisches Wachstum von 3,4%, mit anhaltend starkem internem Realwachstum (RIG) von 2,2%. Preisanpassungen von 1,2%, mit deutlichen Verbesserungen in Brasilien und den USA.
- Der publizierte Umsatz stieg um 4,3% auf CHF 22,2 Milliarden (3M-2018: CHF 21,3 Milliarden). Nettozukäufe erhöhten den Umsatz um 1,2%, Wechselkurseffekte reduzierten ihn um 0,3%.
- Das Portfoliomanagement ist vollumfänglich auf Kurs. Die strategischen Prüfungen von Nestlé Skin Health und *Herta* Charcuterie (Aufschnitt und Fleischwaren) werden voraussichtlich bis Mitte bzw. Ende 2019 abgeschlossen sein.
- Bestätigung des Ausblicks für das Gesamtjahr 2019: weitere Verbesserung des organischen Umsatzwachstums und der zugrunde liegenden operativen Ergebnismarge entsprechend unserer Ziele für 2020. Steigerungen sowohl beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch bei der Kapitaleffizienz erwartet.

Mark Schneider, Nestlé CEO, sagte:

«Wir sind mit dem soliden Umsatzwachstum im ersten Quartal zufrieden. Wir konnten dabei an die Dynamik des Gesamtjahres 2018 anknüpfen. Unser gesteigertes Tempo, unsere Innovationen sowie unsere zielstrebige Strategieumsetzung machen sich eindeutig bezahlt. Wir bestätigen unseren Ausblick für das Jahr.»

«Im Berichtsquartal haben wir die Einführung eines neuen Sortiments von 24 Premium-Kaffeeprodukten der Marke Starbucks angekündigt. Die Teams von Nestlé und Starbucks haben hervorragende Arbeit geleistet und diese Produkte innerhalb von nur sechs Monaten entwickelt.»

Er fügte hinzu: *«Das Grundprinzip, dass unsere Geschäftstätigkeit zum Gemeinwohl beitragen soll, ist innerhalb von Nestlé fest verankert. Wir werden von nun an in jedem Quartal anhand konkreter Beispiele aufzeigen, wie Nestlé zum Wohl der Gesellschaft beiträgt. Wir beginnen in diesem Quartal damit, wie sich Nespresso für Qualität und Nachhaltigkeit engagiert.»*

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 3M-2019 (in Mio. CHF)	22'183	7'510	4'703	5'389	1'773	2'808
Umsatz 3M-2018 (in Mio. CHF)	21'264	6'761	4'737	5'286	1'732	2'748
Internes Realwachstum (RIG)	2,2%	0,9%	3,1%	2,3%	-2,3%	6,5%
Preisanpassungen	1,2%	2,5%	-1,0%	1,0%	4,3%	0,3%
Organisches Wachstum	3,4%	3,4%	2,1%	3,3%	2,0%	6,8%
Netto M&A	1,2%	6,0%	0,0%	-0,2%	-0,5%	-4,3%
Wechselkurseffekte	-0,3%	1,7%	-2,8%	-1,2%	0,9%	-0,4%
Publiziertes Umsatzwachstum	4,3%	11,1%	-0,7%	1,9%	2,4%	2,1%

Umsatz

Das organische Wachstum erreichte im ersten Quartal 3,4%. Das interne Realwachstum (RIG) blieb mit 2,2% stabil. Die Preisanpassungen verbesserten sich auf 1,2%, vor allem infolge von Preissteigerungen in Brasilien und den USA. Ohne die Geschäftseinheiten, die einer strategischen Prüfung unterzogen werden, betrug das organische Wachstum 3,2%. Die Wachstumsbeschleunigung wurde massgeblich von Brasilien, unserem viertgrössten Markt, gestützt. In den USA und China, den beiden führenden Märkten von Nestlé, blieb die gute Dynamik erhalten. Alle Produktkategorien verzeichneten ein positives Wachstum. Den grössten Wachstumsbeitrag leisteten die *Purina* Produkte für Heimtiere, Milchprodukte und Säuglingsnahrung. Das organische Wachstum der Gruppe betrug in den Industrieländern 1,2% und in den aufstrebenden Märkten 6,3%.

Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 1,2%. Mit dem Erwerb der *Starbucks*-Lizenz und dem Zukauf von Atrium Innovations sowie weiteren Transaktionen wurden die Veräusserungen, insbesondere von Gerber Life Insurance sowie des US-Süsswarengeschäfts, mehr als ausgeglichen. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 0,3%. Der publizierte Umsatz stieg um 4,3% auf CHF 22,2 Milliarden.

Zone Nord- und Südamerika (AMS)

- 3,4% organisches Wachstum: 0,9% internes Realwachstum; 2,5% Preisanpassungen.
- Das organische Wachstum in Nordamerika nahm zu, mit einem positiven internen Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Lateinamerika verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, mit positivem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.

	Umsatz 3M-2019	Umsatz 3M-2018	RIG	Preisanpassungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechselkurseffekte	Publiziertes Wachstum
Zone AMS	CHF 7,5 Mrd.	CHF 6,8 Mrd.	0,9%	2,5%	3,4%	6,0%	1,7%	11,1%

Das organische Wachstum stieg um 3,4%, mit einem stabilen internen Realwachstum von 0,9% und einem wesentlichen Beitrag der Preisanpassungen von 2,5%. Die Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 6,0%, was grösstenteils auf den Erwerb der *Starbucks*-Lizenz zurückzuführen ist. Wechselkurseffekte erhöhten den Umsatz um 1,7%. Der publizierte Umsatz in der Zone AMS stieg um 11,1% auf CHF 7,5 Milliarden.

Nordamerika setzte seine gute Umsatzentwicklung im ersten Quartal fort. Die Preisanpassungen stiegen im Zuge der Kosteninflation. Den grössten Beitrag zum Wachstum leisteten die *Purina* Produkte für Heimtiere, die eine starke Dynamik im E-Commerce und bei Premiummarken wie *Purina ONE* und dem Katzenstreu *Tidy Cats*

verzeichneten. Nordamerika wies ein mittleres einstelliges Wachstum bei Nestlé Professional sowie in der Kategorie Getränke aus, zu der *Coffee-mate* Kaffeeweisser, *Starbucks* und *Nescafé* gehören. Das Tiefkühlgeschäft kehrte zu positivem Wachstum zurück, angetrieben von den Marken *Hot Pockets* und *Stouffer's*.

Lateinamerika verzeichnete ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich mit positiven Wachstumsbeiträgen der meisten Märkte und Kategorien. Brasilien wies ein zweistelliges Wachstum aus, das sowohl von positiven Preisanpassungen als auch von einem positiven internen Realwachstum gestützt wurde. Mexiko erwirtschaftete ein mittleres einstelliges Wachstum, nachdem eine starke Nachfrage nach *Nescafé Origins* dazu beitrug, die gute Dynamik beim Kaffee aufrechtzuerhalten. Lateinamerika verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum in den Kategorien Milchprodukte, Süswaren und *Purina* Produkte für Heimtiere.

Zone Europa, Naher Osten und Nordafrika (EMENA)

- 2,1% organisches Wachstum: 3,1% internes Realwachstum; -1,0% Preisanpassungen.
- Westeuropa verbuchte ein starkes internes Realwachstum. Das organische Wachstum wurde von negativen Preisanpassungen beeinträchtigt.
- Zentral- und Osteuropa wiesen ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit starkem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen aus.
- Der Nahe Osten und Nordafrika verzeichneten ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit starkem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.

	Umsatz 3M-2019	Umsatz 3M-2018	RIG	Preis- an- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Zone EMENA	CHF 4,7 Mrd.	CHF 4,7 Mrd.	3,1%	-1,0%	2,1%	0,0%	-2,8%	-0,7%

Das organische Wachstum betrug 2,1% mit einem starken internen Realwachstum von 3,1%. Die Preise sanken um 1,0%, da sich die deflationären Preistrends in Westeuropa fortsetzten. Netozukäufe hatten keinen Einfluss auf den Umsatz. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 2,8%. Der publizierte Umsatz in der Zone EMENA verringerte sich um 0,7% auf CHF 4,7 Milliarden.

Die Zone EMENA wies trotz eines von geringem Wachstum geprägten Umfelds in Westeuropa ein kräftiges internes Realwachstum aus. Die Kategorien *Purina* Produkte für Heimtiere und Säuglingsnahrung trugen in der gesamten Zone am meisten zum Wachstum bei, insbesondere in Zentral- und Osteuropa sowie im Nahen Osten und Nordafrika. Kaffee verzeichnete ein stagnierendes internes Realwachstum, mit negativen Preisanpassungen infolge niedrigerer Preise für Rohkaffee. Das Süswarengeschäft erzielte im Berichtsquartal gute Ergebnisse mit einem zweistelligen Wachstum von *KitKat* und einer starken Nachfrage nach dem kürzlich eingeführten Snackriegel *Yes!*. Die Tiefkühlpizzamarken *Wagner* und *Buitoni* kehrten auf den Wachstumspfad zurück, während vegetarische Produkte ein hohes einstelliges Wachstum erreichten.

Zone Asien, Ozeanien und Subsahara-Afrika (AOA)

- 3,3% organisches Wachstum: 2,3% internes Realwachstum; 1,0% Preisanpassungen.
- China wies erneut ein mittleres einstelliges organisches Wachstum aus, mit positivem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Südostasien verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, gestützt durch ein kräftiges internes Realwachstum und positive Preisanpassungen.

- Südasien erzielte ein niedriges einstelliges organisches Wachstum, zu dem das interne Realwachstum und Preisanpassungen gleichermaßen beitrugen.
- Subsahara-Afrika verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum, mit positivem internem Realwachstum und positiven Preisanpassungen.
- Japan und Ozeanien wiesen ein negatives organisches Wachstum aus, da sowohl das interne Realwachstum als auch die Preise sanken.

	Umsatz 3M-2019	Umsatz 3M-2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Zone AOA	CHF 5,4 Mrd.	CHF 5,3 Mrd.	2,3%	1,0%	3,3%	-0,2%	-1,2%	1,9%

Das organische Wachstum betrug 3,3%, mit einem internen Realwachstum von 2,3% und Preisanpassungen von 1,0%. Nettozukäufe und Wechselkurseffekte verringerten den Umsatz um 0,2% beziehungsweise 1,2%. Der publizierte Umsatz in der Zone AOA stieg um 1,9% auf CHF 5,4 Milliarden.

Die Zone AOA verzeichnete im ersten Quartal ein solides Wachstum, mit einer leichten Abschwächung, die auf Japan und Ozeanien zurückzuführen war. China führte sein mittleres einstelliges Wachstum fort, mit starken Beiträgen von dem Bio-Sortiment von *illum*, dem trinkfertigen *Nescafé* sowie von kulinarischen Produkten, insbesondere *Totole*. Südostasien verzeichnete ein starkes Wachstum mit einem zweistelligen Zuwachs in Indonesien und Vietnam, insbesondere bei *Bear Brand*, *NAN* und *Nescafé*. Südasien verbuchte ein niedriges einstelliges Wachstum. Die Säuglingsnahrung *NAN*, *Maggi* bei kulinarischen Produkten und *KitKat* im Bereich Süßwaren verzeichneten ein starkes Wachstum, das teilweise durch eine negative Umsatzentwicklung bei den Milchprodukten ausgeglichen wurde. Subsahara-Afrika erwirtschaftete ein mittleres einstelliges Wachstum. Japan wies aufgrund ungünstiger Vergleichszahlen sowie einer schwachen Entwicklung in der Kategorie Kaffee ein negatives internes Realwachstum aus. Ozeanien verzeichnete ein positives internes Realwachstum und negative Preisanpassungen in einem deflationären Umfeld. *Purina* Produkte für Heimtiere erzielten in der Zone insgesamt ein starkes Wachstum.

Nestlé Waters

- 2,0% organisches Wachstum: -2,3% internes Realwachstum; 4,3% Preisanpassungen.
- Nordamerika erzielte ein positives organisches Wachstum, nachdem die starken Preisanpassungen teilweise durch ein negatives internes Realwachstum ausgeglichen wurden.
- Europa verzeichnete ein leicht negatives organisches Wachstum. Die positiven Preisanpassungen wurden durch ein negatives internes Realwachstum vollständig ausgeglichen.
- Die aufstrebenden Märkte verzeichneten ein hohes einstelliges organisches Wachstum, mit starken Preisanpassungen und einem positiven internen Realwachstum.

	Umsatz 3M-2019	Umsatz 3M-2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Nestlé Waters	CHF 1,8 Mrd.	CHF 1,7 Mrd.	-2,3%	4,3%	2,0%	-0,5%	0,9%	2,4%

Das organische Wachstum erreichte 2,0%. Die Preisanpassungen beliefen sich auf 4,3% und das interne Realwachstum ging um 2,3% zurück. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 0,5%, Wechselkurseffekte erhöhten ihn um 0,9%. Der publizierte Umsatz von Nestlé Waters stieg um 2,4% auf CHF 1,8 Milliarden.

In Nordamerika wurde das Wachstum durch Preiserhöhungen gestützt, die 2018 im Zuge der Kosteninflation bei Verpackungen und im Vertrieb vorgenommen wurden. Unsere Premiummarken *S.Pellegrino*, *Perrier* und *Acqua Panna* verzeichneten ein starkes Wachstum, wobei sich das neu eingeführte *S.Pellegrino Essenza* einer besonders starken Nachfrage erfreute. *Poland Spring* und *Zephyrhills* leisteten einen guten Wachstumsbeitrag. Das Direct-to-Consumer-Geschäft *ReadyRefresh* verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum. Unsere Mainstream-Marke *Nestlé Pure Life* wies ein negatives Wachstum aus.

Das Wachstum der aufstrebenden Märkte beschleunigte sich auf eine hohe einstellige Rate. Europa verzeichnete eine leicht negative Umsatzentwicklung, beeinträchtigt durch das Vereinigte Königreich und Deutschland. Insgesamt erwirtschafteten die internationalen Premiummarken ein hohes einstelliges Wachstum, gestützt durch eine starke Innovationspipeline.

Übrige Geschäfte

- 6,8% organisches Wachstum: 6,5% internes Realwachstum; 0,3% Preisanpassungen.
- Nespresso verzeichnete ein mittleres einstelliges organisches Wachstum mit einer sehr starken Dynamik in Nord- und Südamerika.
- Nestlé Health Science erzielte Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, das vollständig dem internen Realwachstum zu verdanken war.
- Nestlé Skin Health verzeichnete ein zweistelliges organisches Wachstum mit einem starken internen Realwachstum und leicht negativen Preisanpassungen.

	Umsatz 3M-2019	Umsatz 3M-2018	RIG	Preisan- passungen	Organisches Wachstum	Netto M&A	Wechselkurs- effekte	Publiziertes Wachstum
Übrige Geschäfte	CHF 2,8 Mrd.	CHF 2,7 Mrd.	6,5%	0,3%	6,8%	-4,3%	-0,4%	2,1%

Das organische Wachstum von 6,8% wurde von einem starken internen Realwachstum von 6,5% und von Preisanpassungen von 0,3% getrieben. Nettozukäufe verringerten den Umsatz um 4,3%. Dies war vor allem auf die Veräusserung des Geschäfts von Gerber Life Insurance zurückzuführen, das die Konsolidierung von Atrium Innovations mit Nestlé Health Science mehr als ausglich. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 0,4%. Der publizierte Umsatz der Übrigen Geschäfte stieg um 2,1% auf CHF 2,8 Milliarden.

Nespresso setzte das mittlere einstellige organische Wachstum fort. Nordamerika und die aufstrebenden Märkte wuchsen zweistellig, wohingegen der Umsatz in Europa flach blieb. Das Wachstum wurde weiterhin vom *Vertuo*-System unterstützt. Nestlé Health Science verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum mit einem zweistelligen Wachstum im Bereich Medical Nutrition und einer geografischen Ausweitung in aufstrebenden Märkten. Innovationen sorgten für zusätzliche Wachstumsdynamik, wobei sich *Compleat Organic Blends*, die einzige bio-zertifizierte Sondennahrung auf Basis echter Nahrungsmittel, einer starken Nachfrage erfreute. Nestlé Skin Health verzeichnete ein zweistelliges Wachstum.

Beitrag unserer Geschäftstätigkeit zum Gemeinwohl

Gemeinsame Wertschöpfung ist das Grundprinzip unseres geschäftlichen Handelns. Wir sind überzeugt, dass wir nur dann langfristig Erfolg haben werden, wenn wir Mehrwert für unsere Aktionäre und für die Gesellschaft schaffen.

Nespresso ist hierfür ein gutes Beispiel. Im Zentrum des Wertversprechens von Nespresso steht der gemeinschaftliche Nutzen. Der Erfolg von Nespresso beruht auf der Vermittlung eines aussergewöhnlichen Kaffeegenusses sowie dem Bekenntnis zu Qualität und Nachhaltigkeit vom Anbau des Kaffees bis hin zum Recycling der Kapseln.

Die Nachhaltigkeit von Portionskaffee. Nespresso ist eine der nachhaltigsten Möglichkeiten, hochwertigen Kaffee zu geniessen. Das raffinierte System verwendet genau die Menge an Wasser, Energie und Kaffeepulver, die für eine Tasse benötigt wird. Dadurch werden die Ressourcen geschont.

Kaffee und ländliche Gemeinschaften. Das AAA Sustainable Quality-Programm von Nespresso wurde im Jahr 2003 eingerichtet und beinhaltet beachtliche Investitionen. 460 Agrarwissenschaftler von Nespresso arbeiten eng mit 100'000 Kaffeebauern zusammen, um Qualität und Erträge zu steigern und umweltfreundliche und sozialverträgliche Anbaumethoden zu fördern. Die Steigerung der Produktion an hochwertigem Kaffee erhöht die Einkommen der Bauern und stärkt die Existenzgrundlagen. Nespresso *Master Origin*, ein Sortiment der weltweit feinsten Craft-Kaffees aus sechs Ländern (Mexiko, Kolumbien, Indonesien, Äthiopien, Indien und Nicaragua), ist ein hervorragendes Beispiel für diese werteorientierte Zusammenarbeit.

Aluminium und Recycling. Als Kapselmaterial wurde Aluminium ausgewählt, da es die Aromen und Geschmacksnoten der hochwertigen Nespresso-Kaffees perfekt erhält. Es gewährleistet den Konsumenten eine hohe Trinkqualität und ist zu 100% recyclingfähig. Seit 1991 investiert Nespresso in die Recyclinginfrastruktur in 53 Ländern und bietet 92% der Nespresso-Konsumenten Recyclinglösungen an. Sowohl das Aluminium als auch der Kaffeesatz werden zurückgewonnen und verwertet.

Dieser einzigartige und ganzheitliche Ansatz von Nespresso bietet den Konsumenten ein hochwertiges Kaffee-Erlebnis und dient der Umwelt sowie ländlichen Gemeinschaften auf der ganzen Welt.

Ausblick

Ausblick für das Gesamtjahr 2019 bestätigt: weitere Verbesserung des organischen Umsatzwachstums und der zugrunde liegenden operativen Ergebnismarge entsprechend unserer Ziele für 2020. Steigerungen sind sowohl beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen als auch bei der Kapitaleffizienz zu erwarten.

Kontakte	Medien	Christoph Meier	Tel.: +41 21 924 22 00
	Investoren	Luca Borlini	Tel.: +41 21 924 38 20

Anhang

Umsatz in den ersten drei Monaten 2019 – Übersicht nach operativen Segmenten

	Gruppe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Übrige Geschäfte
Umsatz 3M-2019 (in Mio. CHF)	22'183	7'510	4'703	5'389	1'773	2'808
Umsatz 3M-2018 (in Mio. CHF)	21'264	6'761	4'737	5'286	1'732	2'748
Internes Realwachstum (RIG)	2,2%	0,9%	3,1%	2,3%	-2,3%	6,5%
Preisanpassungen	1,2%	2,5%	-1,0%	1,0%	4,3%	0,3%
Organisches Wachstum	3,4%	3,4%	2,1%	3,3%	2,0%	6,8%
Netto M&A	1,2%	6,0%	0,0%	-0,2%	-0,5%	-4,3%
Wechselkurseffekte	-0,3%	1,7%	-2,8%	-1,2%	0,9%	-0,4%
Publiziertes Umsatzwachstum	4,3%	11,1%	-0,7%	1,9%	2,4%	2,1%

Umsatz in den ersten drei Monaten 2019 – Übersicht 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 3M-2019 (in Mio. CHF)	22'183	5'538	1'679	3'124	3'833	2'928	1'858	3'223
Umsatz 3M-2018 (in Mio. CHF)	21'264	5'013	1'631	2'991	3'766	2'841	2'003	3'019
Internes Realwachstum (RIG)	2,2%	0,8%	-2,1%	2,1%	5,7%	2,6%	1,1%	2,9%
Preisanpassungen	1,2%	0,5%	4,5%	2,1%	0,5%	-0,3%	0,9%	2,6%
Organisches Wachstum	3,4%	1,3%	2,4%	4,2%	6,2%	2,3%	2,0%	5,5%

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