
143. jährliche General- versammlung der Nestlé AG Lausanne, den 15. April 2010



Ansprachen

Peter Brabeck-Letmathe

Präsident des Verwaltungsrats

Paul Bulcke

Delegierter des Verwaltungsrats

Ausschlussklausel

Diese Rede entspricht unter Umständen nicht dem gesprochenen Wort.

Diese Rede enthält Ausblicke, die die gegenwärtigen Ansichten und Einschätzungen des Managements widerspiegeln. Diese Ausblicke sind mit bestimmten Risiken und Unsicherheiten verbunden, die dazu führen könnten, dass Ergebnisse von den in den Ausblicken angegebenen materiell abweichen. Mögliche Risiken und Unsicherheiten schliessen Faktoren wie allgemeine Wirtschaftsbedingungen, Währungseinflüsse, Wettbewerbsdruck im Hinblick auf Produkte und Preise sowie regulatorische Entwicklungen ein.

Ansprache von Herrn Peter Brabeck-Letmathe

Sehr verehrte Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

vor einem Jahr stellte ich hier auf diesem Podium fest, dass eine Zeit beispielloser Volatilität und Unsicherheit begonnen habe und dass es überaus schwierig sei, vorherzusagen, wie die Welt von morgen aussehen wird. 2009 erwies sich denn auch als äusserst schwieriges Jahr: ein Jahr der Krise – aber auch ein Jahr der neuen Chancen. Dies ist der Kontext, in dem es die Leistung Ihres Unternehmens zu beurteilen gilt.

- Die aussergewöhnliche Volatilität des wirtschaftlichen wie des politischen Umfelds hat von der Konzernleitung höchste Aufmerksamkeit gefordert:
- So musste sie sich neben der Fortführung der langfristigen Strategie auch auf kurzfristige geschäftliche Ziele konzentrieren.
- Sie hat mit eiserner Hand über das Umlaufkapital und die Investitionen gewacht.
- Sie hat das Streben nach operativen Verbesserungen auf allen Ebenen des Konzerns fortgesetzt.
- Sie hat unser Produktportfolio rationalisiert und optimiert.

Gleichzeitig

- Hat sie uns durch höhere Investitionen in F&E und eine verbesserte Marketingeffizienz neue Marktchancen erschlossen.
- Und sie hat das Produktsortiment sowohl geographisch als auch hinsichtlich der Kategorien ausgeweitet.
- Angesichts dieses schwierigen Umfelds können sich die von der Leitung Ihres Konzerns vorgelegten Ergebnisse mehr als sehen lassen:

Mit einem organischen Wachstum von 4,1% hat Nestlé 2009 den Branchendurchschnitt deutlich übertroffen. Erneut konnten wir unsere Rentabilität steigern. Die EBIT-Marge stieg um 40 Basispunkte (bei konstanten Wechselkursen) auf 14,6%. Aufgrund dieses beachtlichen Ergebnisses schlägt Ihnen der Verwaltungsrat eine Erhöhung der Dividende um 14,3% vor.

Ich gratuliere der Konzernleitung von Nestlé ganz herzlich zu diesem ausgezeichneten Ergebnis und, meine sehr verehrten Damen und Herren, bin sicher, Sie schliessen sich mir an, wenn ich unseren 280 000 Mitarbeitenden, denen wir dieses Ergebnis verdanken, meinen herzlichsten Dank ausspreche. Auf ihrem Engagement, ihrer Professionalität, ihrer Energie, Ausdauer und Kreativität beruht der Erfolg unseres Unternehmens.

Ich bitte nun Paul Bulcke, den Delegierten des Verwaltungsrats, Ihnen das Geschäftsergebnis 2009 näher zu erläutern.

Präsentation von Herrn Paul Bulcke, Delegierter des Verwaltungsrats, siehe Seite 11

Paul, meinen herzlichen Dank.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise hat nicht nur wirtschaftliche Konsequenzen, sondern auch politische – und zwar weltweit und damit auch in Europa und in der Schweiz. Es ist daher nur normal und richtig, wenn wir die Ursachen dieser Krise suchen. Es ist auch verständlich, wenn sich die Politik angesichts der begangenen Fehler, der Inkompetenz einzelner Manager und der sichtbar gewordenen Exzesse zu handeln genötigt sieht – auch in der Schweiz. Andererseits dürfen Staaten nicht der Versuchung erliegen, Krisen per Reglement einen Riegel vorschieben zu wollen und Unternehmen ein lähmendes Korsett aus Vorschriften aufzuzwingen.

Gerade die grossen börsennotierten Unternehmen werden in diesem Kontext oft als gesellschaftsfeindlich an den Pranger gestellt. Die Gegenüberstellung von grossen Unternehmen und KMUs, von börsennotierten Unternehmen und Privatfirmen, ist jedoch irreführend und kann zu falschen Entscheidungen und kontraproduktiven Regulierungen führen.

Es gehört vielmehr zu den grossen Stärken der Schweizer Wirtschaft, dass sie über ein breites und vielseitiges Spektrum von Unternehmen verfügt – mit sowohl kleinen und mittelgrossen wie auch Grossunternehmen wie das Ihrige, dessen sehr vielschichtiges Aktionariat sich aus vielen Kleinaktionären und zum grossen Teil aus Pensionskassen zusammensetzt.

Meine Damen und Herren,
Was bedeutet die Schweiz für Nestlé? Und was bedeutet Nestlé für die Schweiz?

Die Schweiz ist für uns wichtig als Produktions- und Forschungsstandort, aber auch als Ort, an dem unser Konzern ansässig ist. Hier befinden sich unsere zentralen Entscheidungs- und Verwaltungsorgane. Hier findet unsere Generalversammlung statt – im Palais de Beaulieu in Lausanne. Wir haben heute in der Schweiz zwölf Fabriken (deren Produktion zu zwei Dritteln exportiert wird). Hier befindet sich unser Zentrum für Grundlagenforschung sowie technologische Entwicklungszentren, die für unsere Zukunft unentbehrlich sind. In den letzten

zehn Jahren haben wir mehr als CHF 2,5 Milliarden in der Schweiz investiert und die Anzahl unserer Mitarbeitenden vor Ort nahezu verdoppelt. All dies sind keine Lippenbekenntnisse zu Gunsten der Schweiz als Unternehmensstandort, sondern Tatsachen.

Meine Damen und Herren, ich sage dies ganz ohne Arroganz: Nestlé ist wichtig für die Schweiz. Ebenso dezidiert sage ich aber auch: Die Schweiz ist wichtig für Nestlé.

Für uns ist die Schweiz aufgrund ihres Rechtssystems als Unternehmensstandort von einzigartigem Vorteil. Neueste Umfragen unter Geschäftsführern aus dem Ausland und der Schweiz zeigen zum Beispiel, dass die Rechtssicherheit und die Zuverlässigkeit des Schweizer Rechts das wichtigste Kriterium für eine Ansiedlung in der Schweiz sind. In steuerlicher Hinsicht hingegen hat die Schweiz ihre Führungsposition auf der Liste der attraktivsten Standorte eingebüsst. Mittlerweile gibt es andere Orte, die in steuerlicher Hinsicht deutlich attraktiver sind, selbst in Europa.

Für uns ist der Erhalt dieser Sicherheit und Zuverlässigkeit des Rechtssystems von grösster Bedeutung.

An zweiter Stelle möchte ich die Flexibilität dieses Rechtssystems nennen. Eine überdurchschnittlich hohe Anzahl erfolgreicher internationaler Unternehmen hat ihren Sitz in der Schweiz. Die hiesige Flexibilität erlaubt den einzelnen Firmen die Wahl der optimalen Organisationsstruktur für die langfristige Schaffung von Mehrwert für sie und ihre Aktionäre.

Ein dritter Faktor ist für mich die sinnvolle Aufteilung der Zuständigkeiten auf Aktionäre, Verwaltungsrat und Geschäftsleitung. Dank dieser Aufteilung kann der Verwaltungsrat, dessen Aufgabe es ist, über die langfristigen Interessen der Aktionäre zu wachen, in voller Sachkenntnis die strategischen Entscheidungen für das Unternehmen treffen. Die Aktionäre ihrerseits haben nicht denselben Kenntnisstand, aber auch keinerlei treuhänderischen Verpflichtungen gegenüber dem Unternehmen. Es ist nur legitim, wenn sie sich auf ihre eigenen, oft kurzfristigen Interessen berufen. Leider hat jedoch die Krise nur zu deutlich gezeigt, welche Folgen eine rein kurzfristige Ausrichtung mit sich bringen kann.

Rechtssicherheit, ein flexibles Rechtssystem und eine sinnvolle Aufteilung der Zuständigkeiten gehören damit zu den wichtigsten Kriterien für die Wahl eines Unternehmensstandorts. Gleichzeitig stellen diese Faktoren die drei grössten Schwächen von Reformvorschlägen wie beispielsweise jenen der „Volksinitiative Minder“ dar. Eine Annahme dieser Änderungen würde die Schweiz als Unternehmensstandort zweifellos schwächen. Die Folgen für den Verwaltungsrat

wie für die Vertreter der Pensionskassen wären mangelnde Rechtssicherheit und das permanente Damoklesschwert strafrechtlicher Verfolgung. Die Unternehmen ihrerseits würden in ein juristisches Korsett gezwängt, das nicht auf alle Aktiengesellschaften, auch nicht auf alle börsennotierten, zugeschnitten wäre. Die Stärkung der Aktionärsrechte wiederum, die an sich gut gemeint ist, kann sich, wenn sie in falsche Hände gerät, schnell als kontraproduktiv erweisen.

Es kann jedoch auch nicht darum gehen, das Regulierungsniveau nach unten zu nivellieren. Es gilt vielmehr zu sehen, dass die Schweiz ihre Hausaufgaben in Corporate Governance in den letzten Jahren grundsätzlich gemacht hat. Ich bin mir sicher, dass das Parlament und das Schweizer Volk am Ende zu einer angemessenen Lösung kommen werden.

Erlauben Sie mir, noch einmal auf unser Vergütungssystem zu sprechen zu kommen, das in zwei Punkten geändert wurde. Der Vergütungsbericht wird Ihnen heute, wie bereits im vergangenen Jahr, erneut zur Konsultativabstimmung vorgelegt. Für die Mitglieder der Konzernleitung haben wir Anfang letzten Jahres zur Vergütung der langfristigen Leistung einen neuen «Performance Share Unit Plan» (PSUP) eingeführt. Der Wert der zugeteilten PSU wird erst nach drei Jahren bestimmt und in Form von Aktien ausgezahlt. Gemessen wird die Leistung anhand des «Total Shareholder Return» für die Aktionäre der Nestlé AG im Vergleich zum Dow Jones 600 Food & Beverage Index. Nach Ablauf der Frist liegt die Bezugshöhe innerhalb eines Bereichs zwischen 50% und 200% der ursprünglichen Zuteilung. Damit haben wir Anregungen aus Ihren Reihen aufgegriffen und zusätzliche Erfolgskriterien eingeführt, um unser Vergütungssystem noch besser an unserer Strategie und den Aktionärsinteressen auszurichten.

Ausserdem haben wir in den Vergütungsbericht zusätzliche Angaben zu den Leistungszielen und -kriterien für die kurzfristige Vergütung aufgenommen.

Meine Damen und Herren,
die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, die sogenannte «Corporate Social Responsibility», ist in den vergangenen Jahren erneut ins Zentrum des öffentlichen Interesses gerückt. Die Lehren der jüngsten Finanzkrise sind geradezu ein Appell, dieses Konzept grundlegend neu zu überdenken.

So wurde es oft als gewissermassen moralische Verpflichtung verstanden, der «Gesellschaft etwas zurückzugeben». In vielen Fällen hiess dies konkret nichts anderes, als dass Unternehmen Geld für wohltätige Zwecke spendeten. Offenbar stehen Unternehmen in der Pflicht, die angeblich negativen Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die Gesellschaft durch Spenden wiedergutzumachen.

Beruhet diese gängige Deutung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen nicht auf der Annahme, dass die Wirtschaft an sich eine negative Kraft in der Gesellschaft darstellt, die zeigen muss, dass sie sich bessern kann? Wenn man aber immer nur zu beweisen versucht, dass man so schlecht gar nicht ist, liegt dann die Motivation nicht weniger darin, Spitzenleistungen zu erzielen, als vielmehr in der Risikobegrenzung?

Damit Sie mich nicht falsch verstehen: Nestlé drückt sich keineswegs vor ihren diesbezüglichen Pflichten. Es versteht sich von selbst, dass wir die lokalen, nationalen und internationalen Rechtsvorschriften, Normen und Geschäftsgrundsätze ausnahmslos und konsequent einhalten. Ebenso offensichtlich ist für uns ein klares Bekenntnis zu ökologischer Nachhaltigkeit und zu einer nachhaltigen Nutzung kostbarer Ressourcen, damit unsere Aktivitäten nicht zu Lasten der Generationen von morgen gehen. Unsere internen Normen sind äusserst anspruchsvoll, und die Leistungskennzahlen, die Sie unserem Jahresbericht entnehmen können, sprechen für sich. Dennoch geht das, was wir unter gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen verstehen, weiter als das bisher Gesagte.

Mehr und mehr Unternehmen sind sich bewusst, dass sie – wenn sie Erfolg haben wollen – nicht nur Mehrwert für ihre Aktionäre schaffen müssen, sondern auch für die Gesellschaft im Allgemeinen. Wir nennen dies «Gemeinsame Wertschöpfung». Grundlage der Gemeinsamen Wertschöpfung ist die Erkenntnis, dass für uns ein langfristiger Erfolg des Unternehmens nur dann möglich ist, wenn die Bedürfnisse unserer wichtigsten Anspruchsgruppen gleichermaßen erfüllt werden – d.h. die unserer Aktionäre wie die unserer eigenen Mitarbeitenden und der Menschen in den Ländern, in denen wir aktiv sind.

Dieses Grundprinzip unserer Geschäftsstrategie habe ich Ihnen erstmals an der letzten Generalversammlung vorgestellt.

Wir bei Nestlé haben unsere Wertschöpfungskette analysiert und sind zu dem Schluss gekommen, dass das Potenzial für eine Gemeinsame Wertschöpfung für die Aktionäre wie die Gesellschaft in folgenden Bereichen am grössten ist: (1) Wasser; (2) ländliche Entwicklung; (3) Ernährung. Diese drei Bereiche sind von existenzieller Bedeutung für Nestlé und unsere Aktivitäten. Lassen Sie mich kurz näher darauf eingehen:

Wasser: Wasser in hinreichender Qualität und Quantität ist lebensnotwendig, unentbehrlich für die Produktion von Nahrungsmitteln und für unsere Produktionsprozesse.

Die künftige Verfügbarkeit von Wasser ist die grösste Herausforderung für ein nachhaltiges Wachstum unseres Unternehmens. Sollten die gegenwärtigen Trends in puncto Wasserverbrauch, insbesondere in der Landwirtschaft, anhalten, werden ausgedehnte Agrarflächen austrocknen. Bis zum Jahr 2030 wird damit beispielsweise die Getreideproduktion in einem Umfang zurückgehen, der den Ernten der USA und Indiens zusammen entsprechen würde.

Es ist nicht so, dass es keine Lösungen gäbe. Gemeinsam mit der Weltbank, dem WWF und anderen Organisationen und Unternehmen haben wir viel Zeit und Mühe darauf verwendet, konkrete Lösungen zu entwickeln, um die bedrohten Wasservorkommen zu retten. Es ist noch nicht zu spät – aber: Handeln tut Not. Ihre eigenen Anstrengungen verleihen Nestlé in dieser Debatte Glaubwürdigkeit und Gehör. Wir haben den Wasserverbrauch in unseren eigenen Betrieben in den letzten zehn Jahren um 33% gesenkt, während gleichzeitig die Produktionsmenge um 63% zunahm.

In unseren Breitengraden scheinen wir weniger an den eigentlichen, langfristigen existenziellen Fragen interessiert, als vielmehr an den oft ideologischen Debatten, ob 5l Wasser zur Hydratation und 20l Wasser zur grundlegenden Hygiene pro Tag ein soziales oder wirtschaftliches Gut sind. Dabei macht diese Nutzung nur 1% der Gesamtwasserentnahme aus. Und natürlich ist Wasser alles zugleich – soziales, ökologisches und wirtschaftliches Gut gleichermaßen. Wasser erfüllt ein menschliches Grundbedürfnis. Jeder Mensch hat das Recht auf Zugang zu sauberem Wasser in ausreichender Menge – für seine Ernährung und zu Hygienezwecken. Über dieses Grundbedürfnis und die Nutzung des Wassers zu Produktionszwecken in Landwirtschaft und Industrie hinaus, ist Wasser ein wirtschaftliches Gut und eine Ware, die einen Preis haben sollte, der ihrem Wert angemessen ist. Dies käme einem verantwortungsbewussteren Umgang mit Wasser zugute.

Lassen Sie mich noch ein Wort zum Thema Flaschenwasser sagen: Abgefülltes Wasser ist in der Tat ein wichtiger Geschäftsbereich für Nestlé – im Übrigen einer, der perfekt zu unserer Strategie von Nutrition, Gesundheit und Wellness passt. An den meisten Standorten unserer Quellen gibt es Brunnen, an denen sich jeder kostenlos bedienen kann. In Wirklichkeit verkaufen wir nicht das Wasser, sondern dessen Abfüllung und die Belieferung der Konsumenten mit Wasser in gewünschter und gleichbleibender Qualität. Die Diskussion um abgefülltes Wasser wird in einzelnen Ländern weitergehen. Damit müssen wir leben. Wir können nur immer wieder und aufs Neue unsere Argumente hierzu darlegen. In grossen Teilen der Welt ist abgefülltes Wasser das einzig verfügbare Trinkwasser und damit unumstritten. Für die Diskussion um die weltweite Wasserkrise ist

abgefülltes Wasser bedeutungslos: Insgesamt macht es nicht mehr als 0,007% der Gesamtwasserentnahme aus und das abgefüllte Wasser von Nestlé lediglich 0,0009%.

Ländliche Entwicklung: Das Wohl von Bauern, ländlichen Gemeinschaften, kleinen Firmen und Lieferanten ist entscheidend dafür, dass wir unsere Geschäftstätigkeit auch in Zukunft fortführen können. Die meisten unserer rund 450 Fabriken in aller Welt befinden sich in ländlichen Gebieten in Entwicklungsländern. Sie beeinflussen massgeblich die Familieneinkommen, die Lebensqualität der dort lebenden Menschen und die Zukunft der nächsten Generation.

Weltweit, meine Damen und Herren, legen sich über eine Milliarde Menschen abends hungrig schlafen. Seit Mitte der 1990er Jahre ist die Anzahl mangelernährter Menschen um 200 Millionen gestiegen. Der weltweite Bedarf an Nahrungsmitteln wächst Tag für Tag, unsere landwirtschaftliche Produktivität pro Hektar hingegen nimmt ab. Pro Sekunde gibt es zwei Menschen mehr auf der Welt, die ernährt werden wollen. Gleichzeitig jedoch verschwinden bedingt durch Urbanisierung und Erosion 0,2 Hektar Anbaufläche.

Nestlé finanziert eine der grössten Initiativen des Privatsektors zur Verbesserung der landwirtschaftlichen Produktivität und zur Bekämpfung der Armut im Agrarsektor. Wir stehen 600 000 Bauern weltweit, darunter vielen Frauen, mit Rat und kostenloser technischer Hilfe zur Seite. Wir unterstützen sie Jahr für Jahr mit Mikrokrediten im Umfang von über CHF 30 Millionen und wir führen eine Vielzahl von Ausbildungsprojekten zu Gunsten der ländlichen Bevölkerung durch. Ziel ist es, die Erträge zu steigern, die Qualität der Ernten und das Auskommen der Bauern zu verbessern und gleichzeitig kostbare natürliche Ressourcen zu erhalten. Nestlé ihrerseits sichert dies den Zugang zu hochwertigen Rohstoffen, was wiederum der Qualität unserer Endprodukte zugutekommt. Dies nennen wir Gemeinsame Wertschöpfung.

Ernährung: Nahrungsmittel und Ernährung sind die Grundlage unserer Gesundheit und unseres Geschäfts, das heisst, sie sind der Grund, warum es unser Unternehmen in dieser Form überhaupt gibt.

Nestlé verfügt auf dem Gebiet der Ernährung über einzigartige Fähigkeiten. Wir bieten weltweit Produkte an, die einen lokalen Nährstoffmangel kompensieren können und die selbst für einkommensschwache Personen erschwinglich sind.

Rückgrat unseres Ernährungs-Know-hows ist unser einmaliges Netzwerk aus Forschungs- und Entwicklungszentren auf allen Kontinenten. Eines der jüngsten Beispiele hierfür ist das Forschungs- und Entwicklungszentrum in

Abidjan in der Elfenbeinküste. Es befasst sich mit der Verarbeitung lokaler Rohstoffe und unterstützt die Pflanzung von Millionen von Kakaosetzlingen, die unserer Pflanzenforschung entstammen. Für die kleinen Kakaoproduzenten in der Elfenbeinküste ist dies gleichbedeutend mit einer Verbesserung ihrer Lebensqualität und steigenden Einkünften. Nestlé ihrerseits sichert sich auf diese Weise die Belieferung mit einem wichtigen Rohstoff. Auch dies nennen wir Gemeinsame Wertschöpfung.

Meine Damen und Herren,
auf dem Gebiet der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen sind heute vor allem neue und pragmatische Ideen gefragt. Kaum ein Jahr ist es her, da haben wir gemeinsam mit dem Partnerschaftsbüro der Vereinten Nationen und der Schweizer UNO-Mission in New York das Konzept der Gemeinsamen Wertschöpfung international vorgestellt.

Die Offenheit, mit der die Organisationen der UNO, die NGOs und die Fachwelt unsere Ideen aufgenommen haben, erfüllt mich mit Optimismus. Und auch die Zivilgesellschaft zeigt ein immer stärkeres Interesse an einem intelligenten, vernünftigen und pragmatischen Dialog mit der Wirtschaft. Kein Unternehmen ist allein in der Lage, alle Probleme dieser Welt zu lösen. Jedes Unternehmen kann jedoch entlang seiner eigenen Wertschöpfungskette einen nachhaltigen Einfluss ausüben – und zwar auf eine Art und Weise, die sich auch gegenüber den Aktionären vertreten lässt, was nicht minder wichtig ist.

Meine Damen und Herren,
am 4. Januar dieses Jahres hat Novartis von ihrer Kaufoption Gebrauch gemacht und von Nestlé den verbleibenden Anteil am Ophthalmologie-Unternehmen Alcon übernommen. Die Transaktion bedarf noch der Zustimmung der Behörden und dürfte Mitte des Jahres abgeschlossen sein. Nestlé hatte Alcon 1977 für USD 280 Millionen erworben und von der ersten Stunde an in den Ausbau der F&E-Kapazitäten und die internationale Expansion von Alcon investiert, wodurch sich Alcon weltweit zu einem führenden Anbieter im Bereich der Ophthalmologie entwickelt hat. Mit Abschluss der Transaktion werden Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, USD 40 Milliarden Gewinn in bar gemacht haben, das entspricht einer jährlichen Rendite von 17%.

Wir danken der Geschäftsleitung von Alcon für ihre Zusammenarbeit und ihr langjähriges Engagement, welches das Unternehmen zu seiner heutigen internationalen Grösse geführt und für seine Aktionäre beträchtlichen Wert geschaffen hat. Wir wünschen dem Unternehmen alles Gute für ihre Zukunft.

Entscheidungen bezüglich der künftigen Struktur von Alcon liegen nun vollständig in der Verantwortung des neuen Mehrheitseigners Novartis.

Die Beteiligung von Nestlé am Unternehmen L'Oréal, die auf das Jahr 1974 zurückgeht, ist für beide Unternehmen seit vielen Jahren gewinnbringend. Nestlé profitierte von der erheblichen langfristigen Wertsteigerung ihrer Investition, und beiden Unternehmen ist die Zusammenarbeit in den beiden erfolgreichen Joint-Ventures Galderma und Laboratoires innéo zugute gekommen.

Der Vertrag zwischen Nestlé und L'Oréal ist öffentlich. Auch wenn die Klausel über die Nichtübertragbarkeit unserer Beteiligung am Kapital von L'Oréal am 29. April 2009 ausgelaufen ist, bleibt der Vertrag im Ganzen bis 2014 unverändert.

Die Zukunft der Beteiligung von Nestlé an L'Oréal ist für unsere Gruppe ein wichtiges Thema, das Ihr Verwaltungsrat im Rahmen unserer weltweiten Strategie von Nutrition, Gesundheit und Wellness mit grösster Aufmerksamkeit prüft. Nestlé wird an ihrer langfristigen strategischen Vision im Interesse ihrer Aktionäre weiter festhalten und zu gegebener Zeit so entscheiden, wie es für die Zukunft Ihres Unternehmens am besten ist.

Meine Damen und Herren,
vor Nestlé liegt eine grossartige Zukunft und ich lade Sie ein, als Aktionäre aktiv daran teilzuhaben. Es gibt nicht viele Unternehmen, die ein ähnliches Angebot an Marken und Aktivitäten vorweisen können. Nur wenige Unternehmen verfügen weltweit über eine derart starke Marktstellung, und dies vor allem in den Schwellenländern, die in den letzten Monaten ihre wirtschaftliche Vitalität und ihren festen Willen unter Beweis gestellt haben, in ihrer Lebensqualität mit den Industrieländern gleichzuziehen. Daneben erfahren wir jeden Tag aufs Neue, wie intensiv sich die Konsumenten mit ihrer Ernährung und Gesundheit auseinandersetzen. Dank unserer proaktiven und offenen Forschungspolitik sowie unserer überaus soliden Finanzlage können wir vertrauensvoll in die Zukunft blicken.

Dieses Vertrauen wird geteilt: Nestlé wurde soeben in die «Fortune's List» der 50 meist bewunderten Unternehmen weltweit aufgenommen und führt die Kategorie «Consumer Food Products» an. Die renommierte Publikation Barron's hat Nestlé jüngst zum meist respektierten Unternehmen in Europa gewählt.

Lassen Sie mich noch einen Aspekt hinzufügen. Ihre Gesellschaft, meine Damen und Herren, ist ein modernes Unternehmen, das sich tagtäglich der modernsten Instrumente und Verfahren bedient. Dies ist eine Grundvoraussetzung für seinen Erfolg. Doch darüber hinaus bleibt Nestlé ihren Prinzipien und Werten treu, die manch einer als altmodisch abgetan hat, die sich aber in der jüngsten Krise einmal mehr bewährt und als tragfähig erwiesen haben.

Ich möchte Ihnen in meinem Namen sowie im Namen des Verwaltungsrats ganz herzlich für Ihr Vertrauen und Ihre Verbundenheit gegenüber unserem Unternehmen danken.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Ansprache von Herrn Paul Bulcke

Vielen Dank, Peter. Guten Tag, meine Damen und Herren.

Ich freue mich, Ihnen heute das Geschäftsergebnis 2009 und die Grundzüge unserer Geschäftsstrategie präsentieren zu dürfen.

Das Jahr 2009 war geprägt von wirtschaftlichen Turbulenzen beispiellosen Ausmasses. Dennoch haben wir, indem wir unserer zuvor definierten strategischen Ausrichtung treu geblieben sind, gute Ergebnisse erzielt. Unser Umsatz belief sich auf CHF 107,6 Milliarden. Unser organisches Wachstum lag mit 4,1% über dem Branchendurchschnitt. Die EBIT-Marge des Konzerns stieg um 30 Basispunkte bzw. um 40 Basispunkte bei konstanten Wechselkursen.

Unser Reingewinn beträgt 9,7% des Umsatzes; dies entspricht einer Steigerung um 170 Basispunkte gegenüber 2008 – in diesen Zahlen ist der Erlös von CHF 9,2 Milliarden aus der Veräusserung von 24,85% von Alcon nicht berücksichtigt. Der Gewinn pro Aktie stieg auf CHF 3,09 bzw. um 16,3% bei konstanten Wechselkursen. Dank der hervorragenden Entwicklung des Cashflows aus Geschäftstätigkeit, einem signifikanten Rückgang des Umlaufvermögens und der Optimierung unserer Investitionen in Sachanlagen stieg der freie Cashflow um 146%.

Das 2007 gestartete Aktienrückkaufprogramm im Umfang von CHF 25 Milliarden wird im laufenden Jahr mit dem Rückkauf von Aktien im Wert von CHF 5 Milliarden abgeschlossen. Zusätzlich ist vorgesehen, 2010 Aktien im Wert von weiteren CHF 5 Milliarden unter einem zweiten Rückkaufprogramm zu erwerben, das der Verwaltungsrat im Februar beschlossen und das einen Umfang von CHF 10 Milliarden hat. Dank unserer guten Bilanz ist dieser Rückkauf möglich, ohne unsere hervorragende Kreditwürdigkeit oder unseren Handlungsspielraum einzubüssen.

Meine Damen und Herren, 2009 hat Ihr Unternehmen erneut ein sehr solides Ergebnis vorgelegt. Wir haben organisches Wachstum erzielt und gleichzeitig unsere Marge verbessert. Wir haben in allen unseren Regionen und über die Gesamtheit der Kategorien gute Ergebnisse erzielt. Und dies, das sei betont, auf der Basis der sehr guten Ergebnissen des Jahres 2008.

Zu den einzelnen Regionen: Trotz des schwierigen Umfelds konnten wir unser Wachstum in Nordamerika gegenüber 2008 steigern und unsere EBIT-

Marge verbessern. Wir verdanken dies insbesondere unserem permanenten Innovationsstreben. So konnten wir eine positive Entwicklung unseres Portfolios sowohl im Bereich der Produkte mit günstigem Preis-Leistungs-Verhältnis als auch im Bereich der Produkte mit hohem Mehrwert erzielen. Unsere Marke *Gerber Graduates* beispielsweise bietet Kleinkindern innovative Ernährungslösungen, die immer gesünder und nährstoffreicher werden. So konnte die Marke trotz des Geburtenrückgangs in den USA 2009 ihr Wachstum um 7% steigern.

Auch bei unseren Heimtierprodukten von *Nestlé Purina* haben sich Innovationen erneut als Wachstumstreiber bewährt. So entwickelten neue Produkte wie zum Beispiel das hochwertige Sortiment von *Chef Michael's* auf dem nordamerikanischen Markt eine starke Dynamik.

In Lateinamerika erzielte Brasilien ein zweistelliges organisches Wachstum, aber auch Mexiko und die übrigen Länder der Region konnten ein gutes Ergebnis vorweisen.

In Europa, der Region mit einem der weltweit anspruchsvollsten Wirtschaftsumfelder, gelang es uns, unsere Position und unsere Margen zu verteidigen und unser Wachstum im Jahresverlauf zu steigern. Dabei haben wir uns nicht auf Preiskämpfe eingelassen, die ohnehin nur kurzfristige Volumeneffekte haben, langfristig aber viel Wert vernichten.

So konnten wir auf dem europäischen Kontinent unsere Effizienz steigern, unsere Marken durch zusätzlichen Marketing-Support unterstützen und abermals neue Ideen hervorbringen, die den Alltag der Konsumenten verbessern.

Eine dieser Ideen ist *Nescafé Dolce Gusto* – eine aussergewöhnliche Erfolgsgeschichte, die veranschaulicht, dass Innovationen auch unserem Geschäft mit löslichem Kaffee zu neuem Schwung verhelfen. *Nescafé Dolce Gusto* hat gezeigt, dass wir schnell sein können: In nur zwei Jahren wurde das Produkt in 24 Märkten eingeführt. Letztes Jahr überschritt der Jahresumsatz bereits die Marke von CHF 300 Millionen. 2010 werden wir *Nescafé Dolce Gusto* auf weiteren europäischen Märkten und Kontinenten einführen.

Kommen wir zu der Region Asien, Ozeanien und Afrika. Hier haben wir verstärkt in die Unterstützung unserer Marken und unseres Vertriebs investiert. Damit konnten wir 2009 unser Realwachstum gegenüber 2008 steigern und unsere EBIT-Marge erneut verbessern. Sämtliche Märkte erzielten gute Ergebnisse, allen voran Afrika, China, Indien, die Philippinen und Indonesien.

Die Schwellenländer haben heute mit einem Umsatz von rund CHF 35 Milliarden einen Anteil von 32% am Gesamtumsatz unseres Konzerns. In den kommenden zehn Jahren erwarten wir eine Steigerung dieses Anteils auf 45%.

Woher nehmen wir diese Zuversicht? Nun, die Entwicklungsländer schreiten voran, und zwar rasch! Wir gehen davon aus, dass in den kommenden zehn Jahren eine Milliarde neuer Konsumenten Zugang zu unseren Produkten finden wird. Unsere starke Präsenz in diesen Ländern ist nicht nur historisch begründet – vielerorts sind wir seit über 100 Jahren präsent –, sie erklärt sich auch durch unsere Kundennähe und die Bekanntheit unserer Produkte und Marken. Und natürlich verbessern wir unsere Produkte permanent durch Innovationen und bauen unsere Kapazitäten in den jeweiligen Märkten weiter aus.

Meine Damen und Herren, wenn Ihr Unternehmen weltweit derart erfolgreich ist, dann verdanken wir das nicht zuletzt dem Talent, dem Einsatz und dem Engagement unserer 280 000 Mitarbeitenden. Sie alle teilen und befolgen unsere gemeinsame, klare und einheitliche Strategie und ermöglichen uns damit Disziplin und Reaktionsschnelligkeit.

Die Roadmap von Nestlé gibt vor, wer wir als Unternehmen sein wollen, welche Wettbewerbsvorteile wir nutzen, auf welche Stärken wir setzen, wie wir unser Wachstum vorantreiben wollen und wie wir uns organisieren, um effizient und rentabel zu sein.

Was ist unsere Vision? Wir wollen dank der Vielfalt unserer Produkte, die Genuss und Vergnügen bereiten und zu einem gesunden und ausgewogenen Lebensstil beitragen, das weltweit führende Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness sein.

Wodurch unterscheiden wir uns von unseren Mitbewerbern? Nun, zuallererst einmal durch die Vielfalt unserer Produkte und die Stärke unserer Marken. Sie ermöglichen es uns, im Alltag der Konsumenten präsent zu sein – rund um die Uhr und in jeder Lebensphase. Unsere Forschungs- und Entwicklungskapazitäten erlauben es uns, unsere Produkte kontinuierlich weiterzuentwickeln und permanent Innovationen hervorzubringen. Dank unserer weltweiten Präsenz gelingt es uns wie keinem anderen Unternehmen, die Konsumenten in aller Welt zu erreichen. Unser wichtigster Wettbewerbsvorteil jedoch, auf dem alle anderen aufbauen, sind unsere Mitarbeitenden, unsere Werte und unsere Unternehmenskultur.

Was sind unsere Wachstumsmotoren? Allen voran unsere hochwertigen Produkte, die zu einem gesunden Lebensstil beitragen und gleichzeitig Lösungen für die spezifischen Ernährungsbedürfnisse der Konsumenten bieten. Das gilt

ebenso für die Schwellenländer: Auch dort gehen unsere Produkte auf die Bedürfnisse der neuen Konsumenten ein. Ein weiterer Wachstumsmotor sind die Produkte und Dienstleistungen für den Ausser-Haus-Konsum – einem Bereich mit stetig wachsendem Potenzial. Ebenso streben wir nach Wachstum bei den Produkten mit hohem Mehrwert wie *Nespresso* oder *Mövenpick*.

Wie können wir sicherstellen, dass wir reaktionsschnell, effizient und rentabel sind? Indem wir unser Verbraucherverständnis vertiefen und die Innovation und Renovation unserer Produkte an den Bedürfnissen der Verbraucher ausrichten. Indem wir permanent unsere betriebliche Effizienz verbessern und Verschwendung überall bekämpfen. Indem wir dafür sorgen, dass unsere Produkte dort erhältlich sind, wo die Konsumenten sie wollen. Und schliesslich – und das ist sehr wichtig – indem wir alles daransetzen, optimal mit den Konsumenten zu kommunizieren.

Unsere Roadmap gibt aber auch vor, wie wir uns als Unternehmen und als Einzelperson gegenüber der Gesellschaft zu verhalten haben. Wenn wir langfristige Erfolg haben wollen, muss alles, was wir tun, auch für die Gesellschaft positiv sein. Unser Augenmerk gilt daher den Bereichen, in denen wir tatsächlich einen massgeblichen Einfluss haben können, d.h. in den Bereichen der Ernährung, der rationellen Nutzung des Wassers und auf dem Gebiet der ländlichen Entwicklung. Wir bezeichnen dies als Gemeinsame Wertschöpfung.

Da sämtliche Mitarbeitenden unseres Unternehmens die Vorgaben dieser Roadmap befolgen, verfügen wir über eine grosse gemeinsame Kraft, um unsere Vision und unsere Strategie in klares und konsequentes Handeln umzusetzen.

Unsere Devise, meine Damen und Herren, lautet «Good Food, Good Life». Sie fasst das eigentliche Wesen von Nestlé in Worte und bringt unser Versprechen zum Ausdruck, den Menschen Tag für Tag, wo auch immer sie sind, gut schmeckende, nährstoffreiche und hochwertige Produkte bereitzustellen.

Wir sind überzeugt, dass Ernährung zuerst einmal Genuss bringen muss. Unsere Produkte schmecken jedoch nicht nur gut – sie tragen durch ihren Nährwert auch zu einem gesunden Lebensstil bei.

Wir sind auch davon überzeugt, dass die Konsumenten die Möglichkeit haben sollten, aus einer Vielfalt von Produkten zu wählen, denn nur eine abwechslungsreiche Ernährung ist auch eine ausgewogene Ernährung.

Und schliesslich sind wir davon überzeugt, dass wir den Konsumenten alle relevanten Informationen zur Verfügung stellen müssen, damit sie eine sachkundige Wahl treffen können. Daher schaffen wir Transparenz, informieren

und beraten sie offen über den Nährwert der Produkte und helfen ihnen, die richtige Wahl für ihre Ernährung zu treffen.

Diese drei Faktoren – Genuss, Ausgewogenheit und Verständlichkeit – tragen unseres Erachtens massgeblich zu einem gesunden Lebensstil und zum persönlichen Wohlbefinden bei. Hierfür steht die Devise «Good Food, Good Life» von Nestlé.

In dieser Hinsicht befindet sich Nestlé in einer einzigartigen Position. Weltweit verfügt kein anderes Unternehmen über ein derart breites, vielfältiges und differenziertes Angebot an Produkten und Marken im Nahrungsmittel- und Getränkebereich.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich abschliessend anmerken, dass es unsere Pflicht ist, das Versprechen von «Good Food, Good Life» in allem, was wir tun, einzulösen und dadurch unser Unternehmen Jahr für Jahr zu neuen Erfolgen zu führen.

Damit, meine sehr verehrten Damen und Herren, übergebe ich das Wort wieder an unseren Präsidenten.

Ich danke Ihnen.

Peter.



© 2010, Nestlé AG, Vevey (Schweiz)

Konzept und Ausführung: Nestec AG, Vevey (Schweiz)