



Nestlé Good food, Good life

Lagebericht 2023



Nestlé.
In guter Nahrung liegt die Kraft
zu einem besseren Leben für alle.
Wir setzen diese Kraft frei – heute
und für zukünftige Generationen.

Unser Sinn

Nestlé. In guter Nahrung liegt die Kraft zu einem besseren Leben für alle.
Wir setzen diese Kraft frei – heute und für zukünftige Generationen.



Vorderseite

Milo

Das weltweit führende Schokoladen-Malzgetränk *Milo* liefert gesunde Energie und hilft Kindern, aktiv zu bleiben und mit Sport aufzuwachsen. Jährlich werden über 30 Millionen Kinder durch Breitensportprogramme erreicht.

Inhaltsverzeichnis

- 2 **Brief an unsere Aktionäre**
- 4 **Unsere Mitarbeitenden vor Ort**
- 8 **Umsetzung unserer Wachstumsstrategie**
- 12 **Gemeinsame Wertschöpfung**
- 16 **Verbindung durch unsere Marken**
- 32 **Finanzielle Angaben**
- 56 **Corporate Governance und Compliance**
- 63 **Aktionärsinformation**

Teilberichte

Bericht zur Corporate Governance 2023
Vergütungsbericht 2023
Finanzielle Berichterstattung 2023

Online

Weitere Informationen zur Nestlé-Gruppe finden Sie auf www.nestle.com

Erfahren Sie mehr über Gemeinsame Wertschöpfung auf www.nestle.com/csv

Unsere finanziellen Leistungen

Unsere strategische Ausrichtung auf Nutrition, Gesundheit und Wellness ist die Grundlage unserer Wertschöpfung.

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse im Berichtsjahr 2023 finden Sie hier. Die vollständigen Ergebnisse können Sie dem Abschnitt «Finanzielle Angaben» entnehmen.

Umsatz der Gruppe (in CHF) 93,0 Milliarden	Organisches Wachstum * +7,2%	Internes Realwachstum * -0,3%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis* (in CHF) 16,1 Milliarden	Zugrunde liegende operative Ergebnismarge * 17,3%	Zugrunde liegende operative Ergebnismarge * +40 Basispunkte bei konstanten Wechselkursen
Operatives Ergebnis* (in CHF) 14,5 Milliarden	Operative Ergebnismarge * 15,6%	Operative Ergebnismarge * +190 Basispunkte bei konstanten Wechselkursen
Gewinn je Aktie (in CHF) 4.24	Gewinn je Aktie +23,7%	Zugrunde liegender Gewinn je Aktie * +8,4% bei konstanten Wechselkursen
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit (in CHF) 15,9 Milliarden 32,1% der Nettofinanzschulden	Freier Geldfluss* (in CHF) 10,4 Milliarden	
Vorgeschlagene Dividende (in CHF) 3.00	Vorgeschlagene Dividendenerhöhung +1,7%	

* Nicht nach IFRS-Rechnungslegungsstandards definierte finanzielle Leistungskennzahlen. Weitere Einzelheiten können Sie den Finanziellen Angaben auf Seite 34 entnehmen.

Unser Geschäft

Wir bauen auf unsere Kompetenz im Bereich Nutrition, Gesundheit und Wellness, um Menschen und Haustieren zu einem glücklicheren, gesünderen Leben zu verhelfen. Daneben verfolgen wir ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele, um für unsere Aktionäre ebenso wie für andere Anspruchsgruppen einen hohen Mehrwert zu schaffen.

Was wir verkaufen (in Milliarden CHF)

Getränke in flüssiger
und Pulverform

24,8

Produkte
für Heimtiere

18,8

Nutrition-Produkte
und Health Science

15,3

Fertiggerichte und
Kulinarikprodukte

11,7

Milchprodukte
und Speiseeis

11,0

Süßwaren

8,1

Wasserprodukte

3,3

Wo wir verkaufen (in Milliarden CHF)

NA
32,5

EUR
22,3

GC
5,5

LATAM
12,8

AOA
19,9

Mitarbeitende

270 000

Länder, in denen wir verkaufen

188

Total Gehälter und Aufwendungen für
Sozialleistungen der Gruppe (in CHF)

14
Milliarden

Im Jahr 2023 gezahlte
Unternehmenssteuern (in CHF)

2,8
Milliarden

Unsere wichtigsten nicht finanziellen Leistungen

Wir sorgen durch unsere Verpflichtungen zugunsten von Gesellschaft und Umwelt und durch unterstützende Massnahmen für gemeinsame Wertschöpfung.

Um unsere Fortschritte zu messen, nutzen wir umfassende Indikatoren, die unsere Geschäftsleistung unterstützen und Mehrwert für unsere Aktionäre und andere Anspruchsgruppen schaffen. Einige Leistungskennzahlen sind hier aufgeführt. Eine vollständige Übersicht finden Sie in unserem *Creating Shared Value and Sustainability Report*.

* Die nicht finanziellen Leistungskennzahlen sind im Dokument «Reporting Scope and Methodology for ESG KPIs» definiert, das unter www.nestle.com/esg-kpis abrufbar ist

EY hat hinsichtlich der sechs auf dieser Seite aufgeführten Leistungskennzahlen eine Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit durchgeführt. Den Prüfungsbericht mit der unabhängigen Schlussfolgerung von EY finden Sie unter www.nestle.com/assurance-statement

Klima

Wir wollen unsere Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) bis 2025 um 20% und bis 2030 um 50% gegenüber dem Ausgangsjahr 2018 reduzieren, um bis spätestens 2050 die «Grüne Null» zu erreichen

Unsere Leistungskennzahl *

13,58%

Nettoreduktion der THG-Emissionen gegenüber dem Ausgangsjahr 2018 ^(a)

(a) Schliesst Emissionen im Zusammenhang mit unserer Netto-Null-Verpflichtung ein. Die Nettoreduktion (%) umfasst die Beseitigung durch Insetting- und Landschaftsprojekte.

Natur

Wir wollen für Fleisch, Palmöl, Zellstoff und Papier, Soja und Zucker bis 2022 und für Kakao und Kaffee bis 2025 zu 100% als abholzungsfrei bewertete primäre Lieferketten erreichen und aufrechterhalten

Unsere Leistungskennzahl *

93,4%

der angegebenen primären Lieferketten als abholzungsfrei bewertet

Verpackung

Bis 2025 wollen wir die Menge an neuem Kunststoff gegenüber dem Ausgangsjahr 2018 um ein Drittel verringern

Unsere Leistungskennzahl *

14,9%

Verringerung der Menge an neuem Kunststoff gegenüber dem Ausgangsjahr 2018

Vielfalt, Chancengleichheit und Einbeziehung

Unsere Leistungskennzahl *

46,4%

der Führungspositionen werden von Frauen besetzt

Junge Menschen

Bis 2030 wollen wir 10 Millionen jungen Menschen weltweit Zugang zu wirtschaftlichen Chancen eröffnen

Unsere Leistungskennzahl *

7,74 Millionen

junge Menschen weltweit haben seit 2017 Zugang zu wirtschaftlichen Chancen erhalten

Gesundheit und Ernährung

Unsere Leistungskennzahl *

127,6 Milliarden

Portionen erschwinglicher, mit Mikronährstoffen angereicherter Nahrungsmittel wurden 2023 bereitgestellt

Bedeutende globale Chancen verfolgen

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre

Als das «*Good food, Good life*»-Unternehmen ist Nestlé stolz darauf, den Konsumenten Produkte zu bieten, die sie lieben und denen sie vertrauen. Trotz der anhaltenden globalen Herausforderungen im vergangenen Jahr bleiben wir unseren langfristigen Zielen treu und blicken zuversichtlich in eine positive Zukunft mit neuen Chancen.

Nutrition, Gesundheit und Wellness sind unsere Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft und auf dieser Basis setzen wir weiterhin Prioritäten. Unsere Innovationskraft ermöglicht es uns, die steigenden Erwartungen der wachsenden Bevölkerung konsequent zu erfüllen. Durch die Portfoliooptimierung in den letzten Jahren können wir unsere Anstrengungen auf unsere bewährten Marken konzentrieren und durch unsere operative Exzellenz erzielen wir zuverlässig nachhaltiges, profitables Wachstum. Unsere Geschäftsführung zielt weiterhin auf eine gemeinsame Wertschöpfung für unsere Aktionäre und für die Gesellschaft ab.

Ausgewogene Ernährung fördern

Nahrungsmittel und Getränke sind wichtige Faktoren für die langfristige Gesundheit und dies erkennen immer mehr Konsumenten. Wir entwickeln weiterhin nahrhafte Produkte, die das Wohlbefinden unterstützen, und wir erwarten in den kommenden Jahren eine steigende Nachfrage nach diesen Produkten.

Im Jahr 2023 haben wir unser Ziel bekräftigt, die Entwicklung unserer nahrhafteren Produkte zu priorisieren. Dazu zählen die Einführung neuer Produkte und die Erneuerung bestehender Produkte. Dabei setzen wir verstärkt auf die Mikronährstoffanreicherung, bauen unser erschwingliches Angebot aus, reduzieren den Zucker- und Salzgehalt und erhöhen den Anteil pflanzlicher Zutaten in unseren Rezepturen.

Zudem unterstützen wir aktiv eine ausgewogenere Ernährung, indem wir transparenter über den Nährwert unseres

Portfolios informieren. Wir verstärken unser verantwortungsvolles Marketing für Genussprodukte durch klare Portionsangaben auf der Vorderseite der Packung und treten über unsere Online-Communities auf der ganzen Welt mit den Konsumenten in den Dialog.

Gesundes Altern unterstützen

Die Nahrungsmittel und Getränke von Nestlé richten sich an Menschen in jeder Lebensphase – von den ersten 1000 Lebenstagen bis ins Erwachsenen- und Seniorenalter. Angesichts der rasch alternden Weltbevölkerung wollen wir Produkte anbieten, die Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden älterer Menschen unterstützen. Wir können dazu beitragen, ihr Energieniveau zu steigern, ihre kognitive Gesundheit und ihre Mobilität zu fördern und ihre allgemeine körperliche und geistige Gesundheit zu verbessern.

Wir bieten bereits mehrere Nestlé Health Science- und Milchprodukte an, die speziell auf Senioren abgestimmt sind. Beispiele sind erfolgreiche Marken wie *Boost*, *Pure Encapsulations* oder *Molico*. Wir sind davon überzeugt, dass wir diesen Trend in all unseren Kategorien nutzen können, um weiter zu wachsen.

Auf Innovation setzen

Wir investieren durch Innovation und Unternehmertum in unsere Zukunft. In unserem Hauptforschungszentrum in der Schweiz und an 23 Standorten weltweit sowie mit einem führenden F&E-Budget entwickeln wir Produkte, die auf die Bedürfnisse von Menschen und Haustieren zugeschnitten sind und gleichzeitig den ökologischen Fussabdruck reduzieren. Die Experten an unserem neuen Institut für Agrarwissenschaften entwickeln zum Beispiel Lösungen in den Bereichen Pflanzenwissenschaften, Agrarsysteme und Milchviehhaltung. Unsere vier anderen Forschungsinstitute befassen sich mit Gesundheitswissenschaften, Ernährungswissenschaften, Nahrungsmittelsicherheit und Verpackung.

Digitale Technologien wie Künstliche Intelligenz (KI) ermöglichen eine präzisere Entscheidungsfindung und beschleunigte Prozesse im Unternehmen. Von der Beschaffung bis zum E-Commerce sorgen digitale Analysen für mehr Effizienz und Effektivität. Datenwissenschaft und KI unterstützen uns zunehmend bei Innovationen, indem sie die



U. Mark Schneider, Delegierter des Verwaltungsrats (links), und Paul Bulcke, Präsident (rechts)

Konsumentenwünsche sichtbar machen und vorhersagen. Zudem helfen sie uns dabei, neue Produkte schneller auf den Markt zu bringen.

Gemeinsame Wertschöpfung

Gemeinsame Wertschöpfung ist die Grundlage unserer Geschäftstätigkeit. Dabei schaffen wir nicht nur Werte für unsere Aktionäre, sondern auch für die Gesellschaft. Dieser Ansatz unterstützt den langfristigen Erfolg von Nestlé.

Ein Beispiel dafür sind unsere Anstrengungen, durch den Schutz, die Erneuerung und die Wiederherstellung natürlicher Ressourcen die regenerative Landwirtschaft voranzutreiben. Zu diesem Zweck unterstützen wir Bauern und stärken ihre Gemeinschaften. Wir erfüllen unsere Verpflichtungen im Einklang mit den gestiegenen Erwartungen der Konsumenten.

Engagiert und zuverlässig bleiben

Unsere Mitarbeitenden zeigen uns jedes Jahr, wie viel wir erreichen können, wenn wir Chancen konsequent verfolgen. Wir wissen, dass wir nicht alle Antworten haben. Doch wir

sind davon überzeugt, dass wir mit unserer globalen Denkweise und unserem Expertenwissen über lokale Konsumenten und Märkte unseren Zielen und Verpflichtungen gerecht werden können.

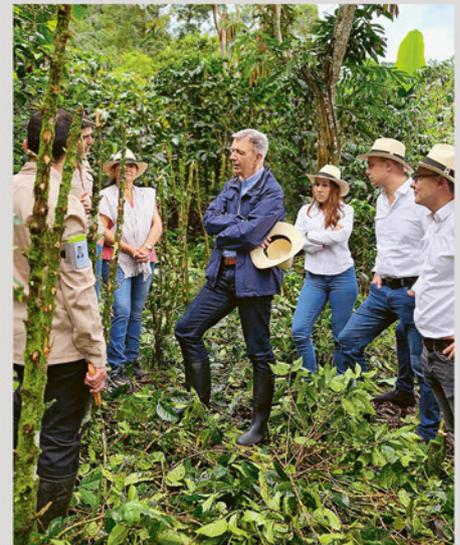
Menschen auf der ganzen Welt vertrauen für gute Nahrungsmittel und Getränke auf Nestlé. Unser bewährtes Wertschöpfungsmodell ermöglicht uns auch in schwierigen Zeiten Investitionen, Innovation und Wachstum und macht uns für unsere Aktionäre und andere Anspruchsgruppen zu einer zuverlässigen Geschäftspartnerin. Wir sind dankbar für die Unterstützung unserer Mitarbeitenden, Geschäftspartner, Konsumenten und Gemeinschaften. Und wir danken auch Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, für Ihr anhaltendes Vertrauen.

Paul Bulcke
Präsident

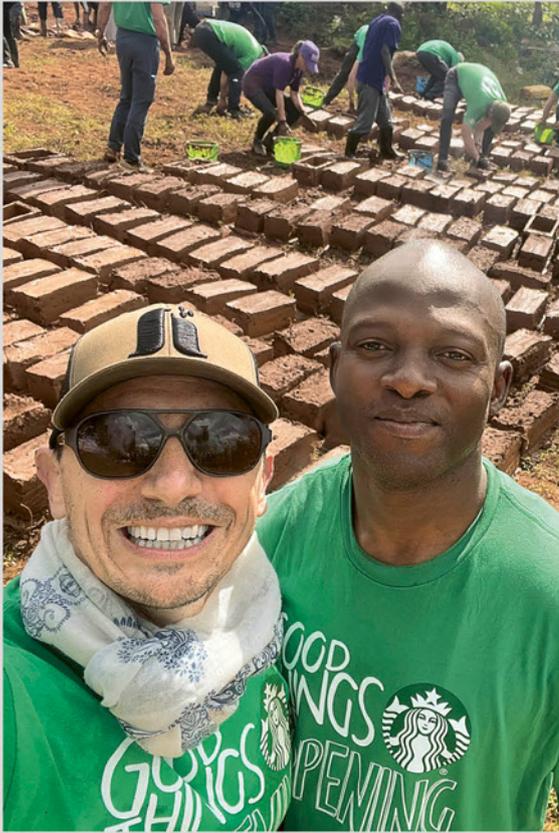
U. Mark Schneider
Delegierter des Verwaltungsrats

Unsere Mitarbeitenden vor Ort

Wir treten in den Dialog mit unseren Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und Gemeinschaften. Von Treffen mit Bauern über Besuche bei Einzelhändlern und Besichtigungen unserer Fabriken bis hin zu ehrenamtlicher Arbeit – unsere Unternehmenskultur fördert den Kontakt mit internen und externen Anspruchsgruppen.









Umsetzung unserer Wachstumsstrategie



Garden Gourmet Marine-Style Crispy Filet
Unser Garden Gourmet Marine-Style Crispy Filet wurde 2023 in mehreren europäischen Ländern eingeführt und erweitert das Angebot an pflanzlichen Fischalternativen, wie zum Beispiel das beliebte Garden Gourmet Vuna.

In guter Nahrung liegt die Kraft zu einem besseren Leben für alle. Wir setzen diese Kraft frei – heute und für zukünftige Generationen. Daher streben wir nach Wachstum durch schnelle Innovation, operative Effizienz und den disziplinierten Einsatz von Ressourcen und Kapital.

Unser Portfolio ist nach Regionen und Kategorien diversifiziert. Wir bieten Produkte für eine ausgewogene Ernährung in allen Lebensphasen. Auf diese Weise wollen wir zur Gesundheit der Menschen beitragen und Menschen jeden Alters zu einem besseren Leben verhelfen. Dank unserer Innovationsfähigkeit können wir Produkte anbieten, die den Bedürfnissen der Konsumenten entsprechen und gut für die Umwelt sind. Digitale Technologien ermöglichen es uns, agiler zu handeln sowie besser und schneller Entscheidungen zu treffen.

Organisches Umsatzwachstum fördern

Organisches Umsatzwachstum ist der Schlüssel zu unserem Wachstumsziel. Unser Portfolio ist darauf ausgerichtet, ein nachhaltiges organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich zu erzielen, das auf Investitionen in attraktive Kategorien und Regionen, wirkungsvoller Innovation und disziplinierter Umsetzung basiert. Unser Wissen über die lokalen Konsumenten sowie unsere wissenschaftliche und technologische Kompetenz helfen uns, Innovationen zu entwickeln, die zum Wachstum beitragen und die Bedürfnisse der Konsumenten erfüllen. Auch in der wechselseitigen Befruchtung zwischen Kategorien und Regionen sehen wir zahlreiche Wachstumschancen.

Neben den zentralen Innovationsaktivitäten mit dem Fokus auf Nahrungsmittelsicherheit, Geschmack, Ernährung und Nachhaltigkeit haben wir die Forschung in Wachstumskategorien wie frühkindliche und therapeutische Ernährung, alternative Proteine sowie Kaffee- und Systemtechnologie intensiviert. Auch der Aufbau von Ökosystemen und die Innovation von Geschäftsmodellen stehen zunehmend im Mittelpunkt unserer Kategorien.

Neben den Innovationen optimieren wir weiterhin unser Portfolio, um uns auf stärkere Marken und Produkte zu konzentrieren.

Innovationen für alle Lebensphasen und Gesundheitsbedürfnisse

Die Nahrungsmittel und Getränke, die Menschen konsumieren, wirken sich auf ihre allgemeine Gesundheit aus. Von der Kinderwunschphase über das Säuglingsalter und die Kindheit bis zum Erwachsenen- und Seniorenalter wollen wir die Ernährungs- und Gesundheitsbedürfnisse der Menschen erfüllen.

Säuglings- und Babynahrung hat bei Nestlé eine lange Tradition. Seit Jahren erforschen wir die Zusammensetzung der in der Muttermilch enthaltenen Nährstoffe und Bioaktivstoffe sowie die Rolle von Probiotika für Ernährung und Gesundheit. Bei der Untersuchung der Wechselwirkungen zwischen diesen Komponenten entdeckten Experten von Nestlé den probiotischen Stamm *B. infantis*, der die Vorteile von sechs humanen Milch-Oligosacchariden (HMOs) freisetzt. In der Folge wurde 2023 unsere konzernerneigene Mischung *Sinergity* eingeführt, die bei der Verwendung in Säuglingsnahrung das Immunsystem und die Darmgesundheit unterstützt.

Neben der traditionellen Förderung der Gesundheit von Kindern müssen wir auch die steigende Lebenserwartung berücksichtigen. Im Rahmen unserer R+D-Accelerator-Initiative haben wir 2023 das Sortiment *Nestlé Goodnes* entwickelt, um ein gesundes Altern zu unterstützen. Durch patentierte Nährstoffmischungen trägt es dazu bei, das Energieniveau zu optimieren, die Schlafqualität wiederherzustellen und die Konzentration zu verbessern. Die Produkte wurden in Frankreich, Singapur und Grossbritannien getestet. Zudem haben wir in China das Sortiment *Nestlé N3* eingeführt, das hilft, die allgemeine Gesundheit und das Wohlbefinden im Alter aufrechtzuerhalten.

Ausbau alternativer Proteine

Im Jahr 2023 erweiterten wir unser pflanzliches Portfolio um vegane Alternativen zu Fischfilets, Fischnuggets und Fischstäbchen, die einen hohen Nährwert sowie einen hervorragenden Geschmack und eine gute Textur bieten. *Garden Gourmet* hat in Europa das *Marine-Style Crispy Filet* und die *Marine-Style Crispy Nuggets* eingeführt und *Harvest Gourmet* hat in Asien die *Crispy Fish-Free Fingers* lanciert.



Nestlé erforscht neue Technologien wie die Herstellung tierfreier Milchgetränke durch Präzisionsfermentation. Daraus entstand ein Pilotprojekt für *Cowabunga* in den Vereinigten Staaten.



Der neue *Nespresso N°20*, der von nur 59 kolumbianischen Bauern angebaut wird, beruht auf 20 Jahren Erfahrung und bietet ein einzigartiges Geschmackserlebnis.

Das Nestlé-Lieferantenportal, eine globale Plattform für digitale Zusammenarbeit, unterstützt die Verwaltung von Qualitätsdokumenten, die Erfassung von Nachhaltigkeitsdaten und das Leistungsmanagement für Lieferanten. Mit mehr als 7000 aktiven Lieferanten in über 40 Märkten deckt es fast drei Viertel unserer direkten Materialkosten ab.

Always-on-Analysen nutzen

Wir reagieren in Echtzeit auf sich schnell ändernde Konsumentenbedürfnisse und nutzen Daten, um unsere Geschäftsprozesse zu straffen. Unsere strategischen Beschaffungsentscheidungen sind fundierter, da wir zunehmend fortschrittliche

statistische Modelle auf der Basis von maschinellem Lernen und automatisierten Preistrendanalysen nutzen. Durch den Einsatz neuer Marketinganalysefunktionen in grossem Massstab bauen wir zudem Pipelines für Datengrundlagen auf, die unsere Marketing-Effektivitätsmodelle automatisch aktualisieren und schnellere, intelligenteren Investitionsentscheidungen ermöglichen.

Im Jahr 2023 gaben wir 68% unseres Medienbudgets für digitale Medien aus und erwarben 308 Millionen First-Party-Datensätze. Damit sind wir auf dem besten Weg, die bis 2025 angestrebten 70% bzw. 400 Millionen zu erreichen. Durch den Einsatz von KI können unsere Marken mithilfe dieser Daten ihre Zielgruppen effizienter ansprechen und online relevanter und personalisierter mit ihnen kommunizieren.

Den E-Commerce beschleunigen

Unser Ziel für 2025 ist es, 25% unseres Umsatzes über den E-Commerce zu erzielen. Dies wird sich erheblich auf alle Märkte, Marken und Funktionen auswirken. Um dies zu unterstützen, haben wir eine E-Commerce-Akademie eingeführt, die personalisierte Lernpfade bietet. Im Jahr 2023 wurden über 1500 Mitarbeitende geschult und zertifiziert.

Zudem haben wir unsere eigenen eB2B-Plattformen in Schlüsselmärkten wie Brasilien, Indien, Mexiko und Vietnam eingeführt und sind Partnerschaften mit anderen führenden Plattformen wie der eB2B-Plattform BEES eingegangen.

Zudem haben wir weiter neue Konzepte für Milchalternativen erforscht. Die neuen *natural bliss*-Getränke enthalten eine Mischung aus Hafer und Fava-Bohnen und sind eine gute Quelle für hochwertige Proteine. Unsere Teams haben Fava-Bohnen aufgrund ihrer vielen gesundheitlichen Vorteile und ihres guten Geschmacks ausgewählt.

Ausserdem haben wir in unserem neuen Instantpulver *Nido Milk & Soya*, das in Zentral- und Westafrika eingeführt wurde, sowie in unserem Getränkepulver *Bear Brand Doble Protein*, das auf den Philippinen getestet wurde, die guten Inhaltsstoffe von Milch mit pflanzlichen Zutaten kombiniert. Beide Produkte sind sehr nahrhaft und erschwinglich.

Innovationen beschleunigen und effizienter machen

Mithilfe von KI und Datenwissenschaft ergänzen wir unsere F&E-Kapazitäten und bewältigen komplexe Innovationsprozesse. Unser neues Tool zur Optimierung von Rezepturen hilft der Produktentwicklung mit fortschrittlichen Algorithmen dabei, Kompromisse zwischen Zutaten, Nährwert, Kosten und Nachhaltigkeit zu finden und gleichzeitig die Erwartungen der Konsumenten zu erfüllen.

Bei der Entwicklung des neuen Kaffeesystems *Nescafé Dolce Gusto Neo* haben unsere Experten den Herstellungsprozess durch virtuelle Simulationen optimiert, bevor sie technische Einstellungen an der Kaffeemaschine vornahmen. Dadurch konnten sie schnell und effizient Entscheidungen treffen, um das komplexe Zusammenspiel zwischen Kaffee, Papierverpackung und Maschine zu bewältigen und die perfekte Tasse Kaffee für die Konsumenten zu entwickeln.

Effizienz durch digitale Technologien steigern

Die Digitalisierung ermöglicht eine bessere und schnellere Entscheidungsfindung und verbessert die Kosteneffizienz. Wir harmonisieren unseren Datenrahmen, um Technologien wie KI nutzen zu können.

Neue Technologien bereitstellen



Dank unserer starken globalen Fähigkeiten entwickeln wir weiterhin spannende Innovationen für verschiedene Produkte, Marken und Kategorien.

Eine unserer neuesten wissenschaftlich fundierten Innovationen ist die Nestlé N3-Milch, die neue Ernährungsvorteile bietet. Sie wird aus Kuhmilch hergestellt und enthält alle wichtigen Nährstoffe aus der Milch wie Proteine, Vitamine und Mineralstoffe. Zudem liefert sie wertvolle präbiotische Ballaststoffe, hat einen niedrigen Laktosegehalt und über 15% weniger Kalorien.



Die N3-Milchprodukte sind das Ergebnis der Entwicklungsarbeit von Experten bei R&D Nutrition, R&D Singapur, R&D Peking und Nestlé Research.

Wir nutzen eine konzerneigene Technologie, um mithilfe spezieller Enzyme Laktose, einen in Kuhmilch enthaltenen Zucker, abzubauen und präbiotische Ballaststoffe zu erzeugen. Klinische Studien haben gezeigt, dass die Ballaststoffe das Wachstum verschiedener Arten von Bifidobakterien fördern und sich so bei gesunden Erwachsenen vorteilhaft auf das Darmmikrobiom auswirken.

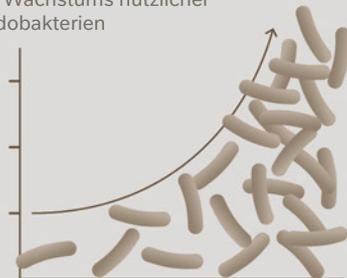
N3-Milch wurde erstmals 2023 in China in Milchpulverprodukten eingeführt, die auf die Ernährungsbedürfnisse der lokalen Konsumenten zugeschnitten sind. Das N3-Sortiment umfasst ein Vollmilch- und ein Magermilchprodukt. Beide sind proteinreich und eignen sich für die ganze Familie. Um ein gesundes Altern zu fördern, beinhaltet das Sortiment zwei Produkte mit Vitaminen, Mineralstoffen und Probiotika zur Unterstützung der Knochengesundheit, des Muskelwachstums und der Muskelkraft sowie des Immunsystems.

N3-Milch wird auch in anderen Kategorien eingeführt, um Gesundheit und Wohlbefinden in allen Lebensphasen zu fördern.

IN ZAHLEN

Bis zu 3-fache Förderung

des Wachstums nützlicher Bifidobakterien



UNSERE STIMMEN

«N3-Milch dient als Grundlage für nahrhafte Lösungen für Menschen mit Laktoseintoleranz oder Menschen, die ihre Magen-Darm-Gesundheit verbessern wollen.»



Isabelle Bureau-Franz
Head of Nestlé's R&D for Nutrition Switzerland

Gemeinsame Wertschöpfung



Nescafé Plan 2030

In Vietnam und anderen Nescafé-Beschäftigungsländern unterstützen wir im Rahmen des *Nescafé Plan 2030* Bauern, um durch regenerative Landwirtschaftspraktiken für geringere THG-Emissionen, höhere Einkommen der Bauern und bessere soziale und ökologische Bedingungen zu sorgen.

Basierend auf unserem Unternehmenssinn «In guter Nahrung liegt die Kraft zu einem besseren Leben für alle. Wir setzen diese Kraft frei – heute und für zukünftige Generationen.» konzentrieren wir unsere Energie und Ressourcen darauf, im grossen Massstab Positives zu bewirken.

Wir führen regelmässig eine Relevanzanalyse durch, um zu ermitteln, wo Nestlé die grössten Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt hat und welche Themen für unseren Geschäftserfolg am wichtigsten sind. In diesem Abschnitt fassen wir die wichtigsten Themen unserer neuesten Analyse zusammen. Einzelheiten finden Sie in unserem *Creating Shared Value and Sustainability Report*, unter anderem zur Einhaltung der Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures.

Eine schmackhafte und ausgewogene Ernährung fördern

Als «*Good food, Good life*»-Unternehmen ergreift Nestlé verstärkte Massnahmen, um Menschen eine ausgewogene Ernährung zu ermöglichen. Wir bieten vollständige Transparenz über den Nährwert unseres Portfolios. Produkte mit einem Health Star Rating (HSR) von 3,5 Sternen oder mehr sowie spezielle Ernährungsprodukte wie Babynahrung, Vitamine und Mineralstoffe und medizinische Ernährung gelten als nahrhaft. Zusammen machten diese Produkte im Jahr 2023 fast 59% unseres Nahrungsmittel- und Getränkeumsatzes aus. Unser Heimtierportfolio ist von dieser Bewertung ausgenommen.

Wir betrachten Ernährung ganzheitlich und wissen, dass Nahrungsmittel und Getränke nicht nur der Nahrungsaufnahme, sondern auch dem Genuss dienen. Nestlé will für beide Zwecke die richtigen Produkte anbieten und die Menschen gleichzeitig an eine ausgewogenere Ernährung heranhelfen. Wir stärken unser verantwortungsbewusstes Marketing durch neue Regeln, die seit Juli 2023 die Vermarktung an Kinder unter 16 Jahren einschränken. Bei Süswaren- und Eisportionen für Kinder stellen wir sicher, dass sie höchstens 110 Kilokalorien haben und dass sich auf der Vorderseite von Mehrportionen-Packungen klare Portionsangaben befinden.

AUSGEWÄHLTE BEWERTUNGEN 2023



Damit unsere Produkte Teil einer ausgewogenen Ernährung sind, unterstützen wir die Konsumenten mit Rezepten, Menüplanung, Tipps für einen gesunden Lebensstil und Empfehlungen für eine nahrhafte Ernährung.

Nahrungsmittelsicherheit und -qualität gewährleisten

Hohe Standards für Nahrungsmittelsicherheit und -qualität sind bei Nestlé selbstverständlich und von zentraler Bedeutung für unser Engagement für die Konsumenten. Qualität ist als integraler Bestandteil unserer *Unternehmensgrundsätze* in unseren Zielen und Werten verankert. Unser ganzheitlicher Ansatz für Nahrungsmittelsicherheit und -qualität gilt für die Planung, die Lieferung und den Konsum. Wir wenden internationale Standards an und tragen durch strenge Prozesse und führende wissenschaftliche Verfahren dazu bei, in unserer Branche Massstäbe zu setzen.

Wir passen unsere Systeme für Nahrungsmittelsicherheit und -qualität an Aspekte wie strengere Vorschriften, Änderungen bei Lieferanten oder Zutaten, regenerative Landwirtschaftspraktiken, neue Verpackungen und geopolitische Entwicklungen an. 2023 haben unsere Qualitätssicherungszentren über 4,1 Millionen Risikoanalysen im Bereich Nahrungsmittelsicherheit und -qualität durchgeführt.

Auf dem Weg zur «Grünen Null»

Wir haben mehr als die Hälfte unseres Ziels für 2025 erreicht, die absoluten THG-Emissionen auf unserem Weg zur «Grünen Null» zu reduzieren, und wir erzielen weiterhin gute Fortschritte. Der Grossteil der Senkungen ist auf unsere veränderte Rohstoffbeschaffung zurückzuführen, beispielsweise auf Investitionen in die Verhinderung der Abholzung und in die regenerative Landwirtschaft in unseren Lieferketten.

Wir haben mehr als 80% der Lieferketteninitiativen identifiziert, die für das Ziel bis 2025 erforderlich sind, und wir streben weitere Senkungen an, um bis 2030 unser 50%-Ziel zu erreichen. Im neuen Nestlé Institute of Agricultural Sciences erforschen unsere Experten zum Beispiel neue Ansätze in der Milchwirtschaft, die THG-Emissionen in den Bereichen Kuhfutter und Gülle-Management reduzieren könnten.

Die Verhinderung der Abholzung spielt eine wichtige Rolle. Bis Ende 2023 wurden 93,4% unserer primären Lieferketten für Kakao, Kaffee, Fleisch, Palmöl, Zellstoff und Papier, Soja und Zucker als abholzungsfrei bewertet. Der Rückgang gegenüber 99,1% im Jahr 2022 ist auf die erstmalige Einbeziehung von Kaffee und Kakao zurückzuführen, bei denen das Abholzungsrisiko noch nicht so lange bewertet wird.

Ab 2023 hat Nestlé mit der Science Based Targets Initiative (SBTi) kurz- und langfristige wissenschaftlich fundierte Emissionsreduktionsziele vereinbart. Die SBTi hat das wissenschaftlich fundierte Netto-Null-Ziel von Nestlé bis 2050 validiert.



Wir arbeiten zum Beispiel gemeinsam mit Partnern an einem Pilotprojekt mit wiederverwendbaren Edelstahlverpackungen für Nesquik in mehr als 60 deutschen Nahrungsmittelgeschäften.

Umsetzung unserer Vision für Verpackung und Kreislaufwirtschaft

Unsere Vision ist nach wie vor, dass keine Verpackungen von Nestlé auf Mülldeponien oder im Abfall landen. Unsere Strategie befasst sich sowohl mit dem Produktdesign als auch mit der Infrastruktur für Wiederverwertung und Recycling. Durch die Reduzierung unnötiger Verpackungen, die Entwicklung besserer Verpackungen, die Modellierung fairer Sammelsysteme und die Unterstützung guter Regulierung wollen wir den Weg in eine abfallfreie Zukunft ebnen.

Regenerative Landwirtschaftspraktiken

Wir machen kontinuierlich Fortschritte in der verantwortungsbewussten Beschaffung, um sicherzustellen, dass unsere Rohstoffe bis zum Herkunftsort zurückzuverfolgen sind. Dabei verwenden wir Methoden, die unserem Standard für verantwortungsbewusste Beschaffung entsprechen. Gleichzeitig erzielen wir schrittweise Vorteile für Mensch, Natur und Klima. Wir haben Anforderungen für 14 prioritäre Rohstoffe festgelegt: Zerealien und Getreide, Kakao, Kokosnuss, Kaffee, Milchprodukte, Fisch und Meeresfrüchte, Haselnüsse, Fleisch, Geflügel und Eier, Palmöl, Zellstoff und Papier, Soja, Gewürze, Zucker und Gemüse. Unser Ziel ist es, bis Ende 2030 100% dieser Rohstoffe verantwortungsbewusst zu beschaffen. 2023 lag dieser Wert bei 36,2%.

Die Wiederaufforstung an unseren Beschaffungsstandorten oder in deren Nähe ist wesentlicher Bestandteil der Dekarbonisierung unseres Betriebs und unserer Lieferkette. Nestlé nutzte als erstes Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen die neuen Satelliten Pléiades Neo von Airbus. Mithilfe hochauflösender Bilder überwachen wir das langfristige Gedeihen der in unseren Beschaffungsregionen angepflanzten Bäume.

Wir weiten unser Programm für regenerative Landwirtschaft auf noch mehr Rohstoffe und Regionen aus und unterstützen die Bauern mit Schulungen. Unser Farmer-Relationship-Managementsystem erfasst Daten von über 250 000 Betrieben und hilft uns, die Fortschritte bei der Reduzierung der THG-Emissionen und bei den regenerativen Landwirtschaftspraktiken zu verfolgen.

Auch für die Wasserressourcen ist die Regeneration wichtig. Rund um unsere Wasserabfällanlagen laufen über 40 Projekte zur Wasseraufbereitung, die jeweils an die lokalen Herausforderungen angepasst sind und natürliche und technische Lösungen zur Verbesserung der Qualität und Quantität des verfügbaren Wassers einsetzen.

Verpackungsinnovationen im Jahr 2023 unterstützen uns dabei. Durch die neu gestalteten Gläser von *Malher Bouillon* werden 156 Tonnen Kunststoff pro Jahr eingespart und ihr Format lässt sich in lokalen Systemen in Guatemala leicht recyceln. In Lateinamerika hat *Nescafé* die Portionsverpackungen verkleinert und dadurch 44 Tonnen Kunststoff pro Jahr eingespart.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden jedoch nicht nur Verpackungen neu gestaltet. In Indonesien haben wir gemeinsam mit einem Team aus Start-ups und Einzelhandelspartnern einen wiederverwendbaren, nachfüllbaren Spender sowie wiederverwendbare Portionsverpackungen für die Marken *Milo* und *Koko Krunch* getestet. Durch Versandinnovationen wie wiederverwendbare Versandkartons und wiederverwendbare Palettenbänder als Ersatz für Schrumpffolie wird in China der Kunststoffverbrauch um 100 Tonnen pro Jahr reduziert.

Die gesamte Landschaft im Blick



Die Betriebe in unseren Lieferketten sind keine Inseln, sondern Teil grösserer Landschaften und Volkswirtschaften. Nur in Zusammenarbeit mit anderen Anspruchsgruppen können wir komplexe Themen wie die Abholzung angehen und gleichzeitig regenerative Landwirtschaftspraktiken fördern.

Nestlé engagiert sich in Landschaftsinitiativen, die sich mit diesen Themen befassen. Eine Partnerschaft mit dem Wasser- und Forstministerium in Côte d'Ivoire und der Earthworm Founda-



In Grossbritannien enthalten Purina Go-Cat Katzenfutter und Nestlé Original Shredded Wheat-Zerealien Zutaten von Landwirten, die sich am LENS-Programm beteiligen.

tion hat seit 2020 zu einer deutlichen Reduzierung der Abholzung sowie zur Wiederaufforstung von fast 1500 Hektar im Cavally-Waldreservat geführt. 2023 trat das Cavally-Projekt in eine neue Phase mit weiteren Partnern ein, um eine grössere Wirkung zu erzielen.

Um Landschaftsinitiativen auszuweiten, unterstützt Nestlé Landscape Enterprise Networks (LENS) in Grossbritannien und Europa. LENS führt Organisationen, die naturbasierte Lösungen benötigen, mit den Landwirten zusammen, die diese anbieten. Im Osten Englands finanzieren Purina und Nestlé Cereal Partners UK in Zusammenarbeit mit Wasserunternehmen und lokalen Behörden die Einführung naturbasierter Lösungen. Über 60 Landwirte und Landverwalter werden diese Lösungen auf mehr als 10 000 Hektar Land umsetzen.

2023 haben wir zudem nachhaltige Landschaftsinitiativen in Brasilien, Chile und Malaysia unterstützt. Wir engagieren uns auch in zahlreichen Landschaftsinitiativen unserer Palmöllieferanten und -partner in verschiedenen Teilen Indonesiens.

IN ZAHLEN



15

unterstützte Landschaftsinitiativen im Jahr 2023

UNSERE STIMMEN

«Die Arbeit auf Landschaftsebene hat Vorteile für die Biodiversität, den Umgang mit Wasser, den Klimawandel, die Menschenrechte und resiliente Lebensbedingungen.»



Michele Zollinger
Climate Forest Lead,
Global Reforestation
Program
Vereinigte Staaten

Verbindung durch unsere Marken

Unser breites Portfolio an bewährten und beliebten Marken begeistert Menschen auf der ganzen Welt.

Getränke in
flüssiger und
Pulverform

Seite 18



Produkte
für Heimtiere

Seite 20



Nutrition-
Produkte und
Health Science

Seite 22





Fertiggerichte und Kulinarikprodukte

Seite 24



Milchprodukte und Speiseeis

Seite 26



Süßwaren

Seite 28



Wasserprodukte

Seite 30



GETRÄNKE IN FLÜSSIGER UND PULVERFORM

Weltweit beliebte Getränke optimieren

Unsere Kategorie Getränke in flüssiger und Pulverform umfasst unsere Segmente Kaffee, Kakao- und Malzgetränke mit den legendären Kaffeemarken *Nescafé*, *Nespresso* und *Starbucks* sowie dem weltweit beliebtesten Schokoladen-Malzgetränk *Milo*.

Auf einen Blick

24,8

Umsatz (in CHF Mrd.)

20,7%

Zugrunde liegende operative Ergebnismarge

26,7%

Anteil am Umsatz von Nestlé

Nespresso

Als Pionier für hochwertigen, nachhaltigen Kaffee lancierte Nespresso in Frankreich und der Schweiz seine erste kompostierbare Papierkapsel für zu Hause und für die gewerbliche Nutzung, die mit *Nespresso Original*-Maschinen kompatibel ist.

Nescafé Dolce Gusto Neo

Das in Brasilien getestete und jetzt in Frankreich und der Schweiz eingeführte *Neo* ist die nächste Generation der *Nescafé Dolce Gusto*-Kaffeestysteme, die einzigartige Brühmethoden, Konnektivität und Nachhaltigkeit vereint.



Milo

Dank eines neu initiierten Breitensportprogramms und der Umsetzung der Technologie von Nestlé, die den Zucker reduziert und gleichzeitig den Geschmack bewahrt, verzeichnet *Milo* in Malaysia eine starke Wachstumsdynamik.

Nescafé Ice Roast

Der in Mexiko und China eingeführte *Nescafé Ice Roast* wurde als erster löslicher Kaffee von Nescafé speziell für die wachsende Zahl der Liebhaber von kaltem Kaffee entwickelt und wird mit kaltem Wasser oder Milch auf Eis genossen.

Aufbau der indischen Kaffeekultur



Nescafé hat das weltweit beliebte Kaffeelerlebnis indischen Konsumenten vorgestellt und fördert damit massgeblich den heimischen Kaffeekonsum in einem Land, dessen Nationalgetränk Tee ist.

Nescafé ist bei der Schaffung des Kaffeesegments und des Markts in Indien führend. Die Marke hat ihren Kaffee in den letzten sieben Jahren in mehr als 30 Millionen indischen Haushalten eingeführt. Nescafé konzentriert sich



Der Nescafé Plan 2030 hilft Gemeinschaften bei der Umstellung auf regenerative Landwirtschaft und verbessert ihre Lebensbedingungen – mit positiven Auswirkungen für 4900 indische Kaffeebauern.

insbesondere darauf, die Kaffeekultur bei indischen Jugendlichen zu fördern und die Rolle von Kaffee in ihrem Leben zu etablieren.

Nescafé wird in der hochmodernen Rösterei Nanjangud aus indischem Rohkaffee hergestellt. Das Endprodukt wird dabei an die lokalen Geschmackspräferenzen angepasst. Dank der strategischen Positionierung ist Nescafé zunehmend verfügbar und landesweit an drei Millionen Verkaufsstellen erhältlich.

Durch Investitionen in die Produktqualität und die konsequente Kommunikation der Relevanz von Kaffee hat Nescafé die Aufmerksamkeit und Loyalität seiner Zielgruppe gewonnen und Nicht-Kaffeetrinker dazu gebracht, Kaffee zu ihrem Lieblingsgetränk zu küren. Neben den Bemühungen, die Kaffeekultur nach Indien zu bringen, begleitet Nescafé seinen Nescafé Plan 2030 mit Aktionen vor Ort und trägt dazu bei, dass die gesamte Wertschöpfungskette von Kaffee nachhaltig sowie sozial und wirtschaftlich integrativ ist.

IN ZAHLEN

10 Millionen

indischen Haushalten wurde im Jahr 2023 Kaffee vorgestellt



UNSERE STIMMEN

«Nescafé befindet sich in Indien auf einem spannenden Weg und ist bereit, seine führende Position weiter auszubauen und die Begeisterung der Konsumenten sowie die nachhaltige Wirkung zu steigern.»



Sunayan Mitra
Coffee & Beverages
Director
Indien

PRODUKTE FÜR HEIMTIERE

Gut für Mensch und Haustier

Unser Heimtiergeschäft liefert lebensverändernde Ernährung für Haustiere, die zu einer gesunden Entwicklung beiträgt. Purina will das Leben von Haustieren und der Menschen, die sie lieben, sowie unseren Planeten leidenschaftlich und wissenschaftsbasiert bereichern.

Purina One DualNature

Purina One DualNature, das erste CO₂-reduzierte Sortiment von Purina, hat die CO₂-Bilanz der Marke seit 2019 durch die Optimierung von Rezepturen, Herstellungsmethoden, Verpackung und Logistik um 15,7% reduziert.

Purina Pro Plan Vital Systems

Purina Pro Plan Vital Systems 4-in-1-Katzenfutter-Formeln unterstützen proaktiv wichtige Gesundheitssysteme wie Nieren, Gehirn, Verdauung und Immunsystem und haben immer Fleisch oder Fisch als Hauptzutat.

Auf einen Blick

18,9

Umsatz (in CHF Mrd.)

20,7%

Zugrunde liegende operative Ergebnismarge

20,3%

Anteil am Umsatz von Nestlé



Purina Dog Chow

Die neue Produktlinie bietet aufregende Proteinkombinationen und innovative Krokettentexturen, die mit der konzerneigenen *EXTRALife*-Komponente von Purina angereichert sind und Hunden eine ausgezeichnete, schmackhafte Nahrung bieten.

Purina Pro Plan Veterinary Diets

Das neue *OM Metabolic Response + Joint Mobility* wurde entwickelt, um Hunden beim Fettabbau und gleichzeitigem Muskelerhalt zu helfen. Es enthält langkettige Omega-3-Fettsäuren und Glucosamin zur Unterstützung der Gelenkgesundheit.

Führend bei Nahrungsergänzungsmitteln für Haustiere



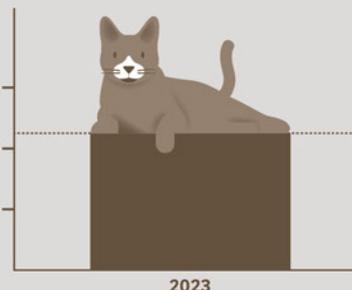
Tierbesitzer setzen zunehmend auf Nahrungsergänzungsmittel, Toppings und Snacks, die den individuellen Bedürfnissen ihres Haustiers entsprechen. Purina reagiert auf dieses veränderte Konsumverhalten mit weiteren gesundheitsorientierten Ernährungsangeboten.

Purina Pro Plan Veterinary Supplements sind Nahrungsergänzungsmittel für Hunde und Katzen, die zur Förderung der Gesundheit und zur Behandlung spezifischer Erkrankungen entwickelt wurden.

IN ZAHLEN

22,6%

organisches Wachstum bei Purina Pro Plan Veterinary Supplements im Jahr 2023



Verdauungsstörungen treten bei Haustieren häufig auf und reichen von leichten Magenbeschwerden bis hin zu schwerwiegenden Magen-Darm-Problemen oder Nahrungsmittelallergien. Purina Pro Plan Veterinary Supplements FortiFlora ist in den Vereinigten Staaten das von Tierärzten am häufigsten empfohlene Probiotikum. Das konzern-eigene probiotische Nahrungsergänzungsmittel unterstützt ein gesundes Verdauungssystem und verbessert die Stuhlqualität bei Hunden und Katzen.

Wasser ist für Katzen genauso wichtig wie für Menschen. Viele Katzen mögen kein Wasser, was zu Dehydrierung führen kann. Purina Pro Plan Hydra Care wirkt dem entgegen und bietet nährstoffreiches Wasser für Katzen. Es enthält Osmolyte, die Katzen dabei helfen, Wasser auf Zellebene aufzunehmen, damit ihre Wasserzufuhr sichergestellt ist.

Wie Menschen können auch Hunde Ängste haben, die je nach Rasse und Individuum unterschiedlich sind. Purina Pro Plan Veterinary Supplements Calming Care enthält einen konzern-eigenen probiotischen Stamm, der Hunden und Katzen dabei hilft, mit Stress umzugehen und ruhig zu bleiben.



Purina entwickelt innovative wissenschaftsbasierte Nahrungsergänzungsmittel für verschiedene Bedürfnisse wie Verdauung, Immunsystem, Flüssigkeitszufuhr, Gelenkgesundheit und ruhigeres Verhalten.

UNSERE STIMMEN

«Wissenschaft und Ernährung sind die Grundlage für langfristige Gesundheit und der Ausgangspunkt eines wunderbaren Lebens für Haustiere und ihre Besitzer.»



Brittany Vester Boler
Global Nutrition Director,
Nestlé Purina R&D
Vereinigte Staaten

Gesundheit durch Ernährung fördern

Unser Nutrition-Geschäft bietet wissenschaftsbasierte Produkte für Mütter, Babys und Kinder. Das Geschäft von Nestlé Health Science fördert ein gesünderes Leben durch das umfassende Portfolio an wissenschaftsbasierten Consumer-Care- und Medical-Nutrition-Produkten.

Auf einen Blick

15,3
Umsatz (in CHF Mrd.)

18,5%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge

16,4%
Anteil am Umsatz von Nestlé

Gerber Popped Crisps

Der neue gesunde Snack auf dem chinesischen Markt enthält das Beste aus Getreide sowie Pflanzenproteine und bietet eine Kombination aus Geschmack, Konsistenz und Nährwert, die für Kinder ab drei Jahren ideal ist.

Vitaflo PKU sphere

Vitaflo PKU sphere, das fortschrittlichste Ernährungssystem mit ausgezeichnetem Geschmack, unterstützt Menschen mit Phenylketonurie (PKU) bei der Ernährung und ist jetzt trinkfertig und in zwei neuen Geschmacksrichtungen erhältlich.



NAN Supreme Pro

Das neue *NAN Supreme Pro* enthält jetzt auch *Sinergity*, eine konzerneigene Mischung aus sechs altersgerechten HMOs und dem Präzisionsprobiotikum *B. infantis* zur Unterstützung des Immunsystems und der Darmgesundheit des Säuglings.



BOOST Glucose Control

BOOST Glucose Control ist jetzt in den Vereinigten Staaten bei Costco erhältlich und ruft bei Menschen mit Typ-2-Diabetes gemäss klinischen Studien eine niedrigere Blutzuckerreaktion als ein Standard-Ernährungsgetränk hervor.



Bekämpfung von Mangelernährung bei Kindern



Die Zusammenarbeit zwischen Nestlé und dem Bangladesh Council of Scientific and Industrial Research (BCSIR) hat ein bahnbrechendes Produkt zur Bekämpfung von Mangelernährung bei Kleinkindern in Bangladesch hervorgebracht.

Ein erheblicher Anteil der Kinder unter fünf Jahren in Bangladesch weist Mikronährstoffmängel auf. Gemeinsam mit dem BCSIR hat Nestlé Bangladesch das getreidebasierte Stärkungsmittel *Cerelac Pushtimix* (*pushtimix* bedeutet auf Bengali Nährstoffmischung) entwickelt, um diese Mängel zu beheben. *Cerelac Pushtimix* wurde speziell für die



Die Portionsbeutel mit Mikronährstoffpulver können einfach über selbst zubereitete Speisen wie Reis, Griess oder Khichuri gestreut werden, um Mangelernährung zu bekämpfen.

Ernährungsbedürfnisse von Kindern in Bangladesch von 6 bis 60 Monaten entwickelt und ist mit elf Vitaminen, fünf Mineralstoffen und probiotischem *B. lactis* angereichert.

Cerelac Pushtimix wurde entwickelt, um Eltern ein einfaches, zugängliches Format zur Bekämpfung der Mangelernährung ihrer Kleinkinder bereitzustellen. Die Konsumenten können das praktische Pulver über selbst zubereitete Speisen streuen. Mit dem günstigen Preis von BDT 5 (weniger als 5 Schweizer Rappen) pro 5-g-Beutel soll es allen Kindern zugänglich gemacht werden, auch Kindern in ländlichen Gebieten.

2023 wurde Nestlé Bangladesch mit dem renommierten SDG Brand Champion Award für nachhaltige Partnerschaften und Institutionen ausgezeichnet. Das Bangladesh Brand Forum hat diese Auszeichnung in Zusammenarbeit mit dem Global Compact Network Bangladesh für die Unterstützung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) durch diese erfolgreiche Zusammenarbeit verliehen.

IN ZAHLEN



> 4,4 Millionen

verkaufte Beutel *Cerelac Pushtimix* im Jahr 2023

UNSERE STIMMEN

«Diese Innovation hilft dem Land, Mangelernährung zu bekämpfen, und stärkt gleichzeitig die Präsenz von Nestlé in den Haushalten von Bangladesch.»



Hafizul Islam
BEO Nutrition
Bangladesch

FERTIGGERICHTE UND KULINARIKPRODUKTE

Köstliche und nahrhafte Produkte fördern

Unsere Kategorie Fertiggerichte und Kulinarikprodukte umfasst Alltagsprodukte, einschliesslich Bouillons, gekühlte kulinarische Produkte, Tiefkühlgerichte und Pizzen. Renommierete Marken wie *Maggi*, *Stouffer's* und *DiGiorno* bedienen regionale und lokale Vorlieben.

Auf einen Blick

11,7

Umsatz (in CHF Mrd.)

18,3%

Zugrunde liegende operative Ergebnismarge

12,5%

Anteil am Umsatz von Nestlé

Maggi Veg

Die neue Produktlinie *Maggi Veg* in Chile und Deutschland bietet Konsumenten lagerfähige, gesunde und schmackhafte pflanzliche Optionen, die gute Protein- und Ballaststoffquellen darstellen.



Totole Recipe Solutions

Das erweiterte *Totole Recipe Solutions*-Sortiment in China wurde um vier neue Einzelpartionspackungen speziell für Ein-Personen-Haushalte und flexible Essenszeiten ergänzt.



Lean Cuisine Balance Bowls

Die neuen schmackhaften und nahrhaften *Lean Cuisine Balance Bowls* sind die ersten Gerichte, die den Ernährungsrichtlinien der American Diabetes Association für Tiefkühlgerichte entsprechen und die Blutzuckerkontrolle unterstützen.

Maggi Air Fryer

Das neue *Maggi Air Fryer*-Würzmarinaden-Sortiment in Australien ermöglicht den Konsumenten die einfache Zubereitung köstlicher Gerichte in der Heissluftfritteuse – einem Küchengerät, das sich zunehmender Beliebtheit erfreut.

Besserer Zugang zu hochwertigen Mahlzeiten



Konsumenten auf der ganzen Welt wünschen sich Nahrungsmittel, die gut schmecken, die benötigten Nährstoffe liefern und die sie sich leisten können. Um dieser Herausforderung zu begegnen, entwickelt Nestlé kontinuierlich Produkte, die schmackhaft, erschwinglich und nahrhaft sind.

Pflanzliche Gerichte ermöglichen eine hochwertige proteinhaltige Ernährung und viele Konsumenten sind daran interessiert, sie zu probieren. In Italien bietet *Garden Gourmet* mehr Familien Zugang zu pflanzlichen Produkten zu



In Polen wurde *MyMenu IQ*, das in über 30 Ländern verfügbar ist und für Konsumenten die Nährstoffbilanz von Mahlzeiten berechnet, um ein Tool zur Bewertung der Erschwinglichkeit von Mahlzeiten ergänzt.

einem attraktiven Preis. Der leckere *Garden Gourmet 99kcal Miniburger* beispielsweise besteht aus Quinoa, Bulgur, Karotten und Brokkoli.

Nestlé nutzt ihre Innovationskompetenz, um Konsumenten erschwingliche und nahrhafte Produkte für ihre Lieblingsrezepte bereitzustellen. 2023 brachte Nestlé *Maggi Soya Chunks* auf den Markt, das nigerianischen Konsumenten eine leckere Alternative zu Fleisch für Reis, Eintöpfe und Nudeln bietet. *Maggi Soya Chunks* ist nicht nur eine praktische und erschwingliche Alternative zum Fleischgeschmack zu einem Bruchteil der Kosten, sondern auch eine nahrhafte Quelle für Protein, Eisen und Zink.

Nestlé entwickelt weiterhin neue Optionen, die hochwertiges Protein aus Getreide liefern. Im Rahmen des Internationalen Jahrs der Hirse 2023 lancierten wir *Maggi Nutri-licious Masala Oats Noodles with Millet Magic*. Dieses Produkt nutzt die Kraft dieses uralten Getreides, um indischen Konsumenten Proteine und Ballaststoffe in einem ihrer Lieblingsgerichte zu bieten.

UNSERE STIMMEN

«Wir entwickeln Innovationen, um die Konsumenten täglich bei der Zubereitung schmackhafter, erschwinglicher und nahrhafter Gerichte zu unterstützen.»



Shivani Hegde
Global Category Leader,
Affordable Nutrition
Schweiz

IN ZAHLEN



12,6%

organisches Wachstum bei erschwinglichen Nahrungsmitteln im Jahr 2023

MILCHPRODUKTE UND SPEISEEIS

Auf neue Präferenzen reagieren

Unser Geschäft mit Milchprodukten umfasst Ernährungsprodukte für alle Lebensphasen, ungekühlte Milchprodukte, pflanzliche Alternativen und Kaffeeweisser. Unser Speiseeisgeschäft bietet eine Vielzahl von besonderen Köstlichkeiten.

KitKat Pink

Das neue *KitKat Pink*-Eis am Stiel mit Erdbeer-Cheesecake-Geschmack, das in Malaysia lanciert wurde und weltweit eingeführt werden soll, bedient die steigende Nachfrage nach einzigartigen, kategoriübergreifenden Markenerweiterungen.



Nido Milk & Soya

Nido Milk & Soya bietet Konsumenten in Nigeria eine erschwingliche Ernährungslösung in Form eines neuen, mit Eisen angereicherten Milchpulvers, das aus Milchprodukten und Soja hergestellt wird und hochwertiges Protein liefert.



Starbucks Vanilla Creamer

Diese mit Spannung erwartete Markteinführung ist von dem in Starbucks-Filialen beliebten *Starbucks Vanilla Latte* inspiriert und deckt die wachsende Nachfrage nach Starbucks-Kaffeezusätzen auf dem US-Markt.



Yiyang JiaHeng

Das neue *Yiyang JiaHeng*-Milchpulver fördert in China das gesunde Altern. Jede Portion bietet eine umfassende Nährstoffversorgung für Senioren und unterstützt ein gesundes Immunsystem sowie die Mobilität und Herz-Kreislauf-Gesundheit.



Auf einen Blick

11,0

Umsatz (in CHF Mrd.)

24,5%

Zugrunde liegende operative Ergebnismarge

11,8%

Anteil am Umsatz von Nestlé

Förderung der Regeneration



Ninho liefert zusammen mit Tausenden von milchproduzierenden Familien Nahrungsmittel für eine bessere Zukunft von über 38 Millionen brasilianischen Kindern. Um eine gute Zukunft zu gestalten, bietet Nestlé brasilianischen Milchbauern Anreize für den Schutz und die Wiederherstellung der natürlichen Ressourcen durch die Einführung nachhaltiger Landwirtschaftspraktiken.

Das Programm *Nature por Ninho* schult Bauern und bietet Anreize für die Einführung regenerativer Landwirtschaftspraktiken, die zu geringeren



Besuche der Nestlé-Techniker von *Regenera*, eine *WhatsApp*-Bauerngemeinschaft und monatliche *YouTube*-Sitzungen unterstützen die Bauern dabei, die Nachhaltigkeit zu verbessern.

CO₂-Emissionen und einer höheren CO₂-Bindung führen. Milchbauern können beispielsweise durch Wassereinsparung, Gülle- und Abfallmanagement, minimale Bewirtschaftung und Bodenbedeckung, Fruchtfolge und bessere Tierschutzpraktiken eine nachhaltige Landwirtschaft für kommende Generationen ermöglichen.

Die am Programm teilnehmenden Bauern können regenerative Landwirtschaftspraktiken auf drei Stufen anwenden: Bronze, Silber und Gold. Für jede Stufe erhält der Bauer einen Lohnzuschlag pro Liter Milch. Ende 2023 befanden sich 179 *Nature por Ninho*-Betriebe in der Kategorie Gold und lieferten 17 Millionen Liter Milch im Monat.

2023 machte es sich das *Ninho*-Team zur Aufgabe, den Konsumenten diese bewährten landwirtschaftlichen Praktiken zu vermitteln und Fortschritte in drei Bereichen mitzuteilen: Tierschutz, Boden und Wasser. Durch landesweite Kommunikation, unter anderem auf *Ninho Forti+*-Sonderpackungen, erfahren Millionen brasilianischer Konsumenten, was der Milchviehbetrieb bewirken kann.

IN ZAHLEN



4600 Hektar

Milchviehbetriebe in Brasilien nutzen jetzt regenerative Landwirtschaftspraktiken

UNSERE STIMMEN

«Unser Ziel ist es, bis 2025 30% der brasilianischen Milch in unserer Lieferkette von Milchviehbetrieben der Kategorie Gold zu beziehen.»



Barbara Sollero
Sustainable Agriculture
Manager
Brasilien

SÜSSWAREN

Mit schmackhaften Snacks begeistern

Unser Süswarengeschäft umfasst neben der globalen Ikone *KitKat* ein Portfolio an beliebten regionalen und lokalen Marken. Wir setzen weiter auf Innovation, um köstliche Schokoladenprodukte und nahrhafte Snacks zu entwickeln.

Auf einen Blick

8,1

Umsatz (in CHF Mrd.)

16,8%

Zugrunde liegende operative Ergebnismarge

8,7%

Anteil am Umsatz von Nestlé

KitKat Milo

Nach Einführung der sehr erfolgreichen markenübergreifenden Zusammenarbeit in Australien, die zwei beliebte und unverwechselbare Marken zusammenführt, wurde *KitKat Milo* nun auch in Japan auf den Markt gebracht.

Nestlé Choco Trio

Unsere führende Schokoladenmarke in Lateinamerika weitet ihr Portfolio aus und vereint Schokoladentafel und Keks in einer erfolgreichen, wertsteigernden Chocobakery-Innovation.



Aero Truffle

Das Sortiment von Aero, der führenden Marke für Luftschokolade in Kanada, wird um *Aero Truffle* erweitert – mit köstlichen, von Desserts inspirierten Geschmacksrichtungen wie Black Forest, Salted Caramel und Tiramisu.

Nestlé Damak

Nestlé Damak, eine führende Traditionsmarke in der Türkei, hat über zehn Jahre lang in ein nachhaltiges Pistazienprogramm in Gaziantep investiert, das verantwortungsvolle Anbaumethoden fördert und den Gemeinschaften zugutekommt.

Pausensnacks für einen guten Zweck



Ziel unseres Income Accelerator Program ist es, den Lebensunterhalt von Kakaobauernfamilien zu verbessern, Kinderarbeit in der Kakaoproduktion zu bekämpfen und nachhaltige Anbaumethoden zu fördern. Der Kakao aus dem Programm ist nun bei KitKat angekommen.

Das Programm schafft Anreize und fördert Veränderungen in Kakaobauernfamilien durch eine Bargeldprämie, die über Mobile Money direkt an sie ausbezahlt wird. Es unterstützt vier Bereiche: Schulbildung, gute landwirtschaftliche Praktiken, Agroforstwirtschaft und Einkommensdiversifizierung.

IN ZAHLEN

160 000

Kakaobauernfamilien sollen bis 2030 durch das Programm unterstützt werden



Seit der Einführung im Jahr 2022 hat das Programm 10 000 Kakaobauernfamilien in Côte d'Ivoire unterstützt. 2024 wird es auf Ghana ausgeweitet. Erste Ergebnisse eines Berichts des externen KIT Royal Tropical Institute sind vielversprechend und ermöglichen Programmverbesserungen. Durch den Baumschnitt konnte die Produktivität der Farmen im Durchschnitt um mehr als 20% gesteigert werden. Die Einschulungsquoten sind um 8% auf 83% gestiegen. Frauen sind stärker in die Entscheidungsfindung eingebunden, wodurch die Familienressourcen besser verteilt werden. Bargeldprämien werden vorwiegend dort eingesetzt, wo sie am dringendsten benötigt werden – vor allem für die Schulbildung.

Wir setzen auch unser Ziel um, unsere Kakaozutaten vollständig zu trennen. Ende 2023 haben KitKat-Fabriken in Hamburg, Deutschland, und Sofia, Bulgarien, mit der Verwendung von 100% getrennter Schokoladenmasse aus dem Programm begonnen. Wir werden die Trennung in KitKat-Fabriken bis Anfang 2024 auf einen Grossteil Europas ausweiten.



Die «Breaks for Good»-Packungen von KitKat haben einen QR-Code, damit Konsumenten mehr über die Schulbildungssäule unseres Income Accelerator Program erfahren können.

UNSERE STIMMEN

«Wir sind zuversichtlich, dass die Ausweitung des Programms zu messbaren Auswirkungen auf die Einkommen der Kakaobauern und einer Verbesserung des Lebens der Kinder führen wird.»



Darrell High
Head Nestlé Cocoa Plan
Schweiz

WASSERPRODUKTE

Mehr als nur Flüssigkeitszufuhr

Unser Wassergeschäft ermöglicht eine gesunde Flüssigkeitszufuhr, verbessert die Lebensqualität und trägt gleichzeitig zu einer nachhaltigen Zukunft bei. Der strategische Fokus liegt auf unseren internationalen Premium-Mineralwassermarken sowie auf gesunden Getränken.

Auf einen Blick

3,3

Umsatz (in CHF Mrd.)

10,6%

Zugrunde liegende operative Ergebnismarge

3,6%

Anteil am Umsatz von Nestlé

Vittel+

Nach der erfolgreichen Einführung von *Vittel+ Immunity* mit Zink im Jahr 2022 ergänzt die Marke das funktionelle Produktsortiment um zwei weitere angereicherte Getränke: *Active* mit B-Vitaminen und *Recharge* mit Magnesium.



PERRIER + STARCK

Perrier feiert sein 160-jähriges Jubiläum und sorgt mit einer neuen limitierten Auflage der ikonischen Glasflasche, die vom visionären Schöpfer Philippe Starck neu gestaltet wurde, weiterhin für Faszination.

Nestlé Pure Life

Nestlé Pure Life hat für das Portfolio ein neues Design mit Welleneffekt vorgestellt, um den Konsumenten die Orientierung zu erleichtern und gleichzeitig die Einzigartigkeit der Marke und die Wirkung im Regal hervorzuheben.



S.Pellegrino Essenza

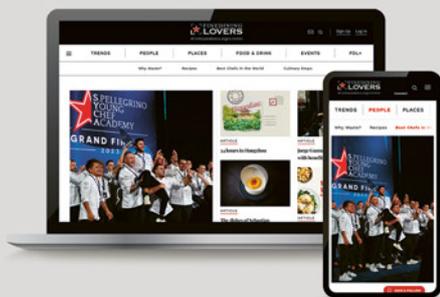
S.Pellegrino Essenza hat in Frankreich erfolgreich seine lebendigen mediterranen Mischungen eingeführt und damit die Dynamik des schnell wachsenden Marktes für aromatisiertes kohlenstoffhaltiges Wasser genutzt.

Ein Lebens- gefühl voller Geschmack prägen



Sanpellegrino möchte ein Lebensgefühl voller Geschmack prägen – heute und für zukünftige Generationen. Dafür stehen unsere Initiativen zur Unterstützung künftiger gastronomischer Talente, einer verantwortungsvollen Tischkultur sowie zum Umweltschutz.

Um die Zukunft der Gastronomie zu fördern, vernetzt die *S. Pellegrino Young Chef Academy* talentierte junge Köche weltweit mit einflussreichen Mitgliedern aus der Gastronomie zu Ausbildungs-, Mentoring-, Networking- und Karrierezwecken. Alle zwei Jahre veran-



Die digitale Redaktionsplattform *Fine Dining Lovers* von Sanpellegrino inspiriert mit Interviews, Geschichten, Rezepten und Videos über verantwortungsvolle Gastronomie.

staltet die Marke die *S. Pellegrino Young Chef Academy*, um neue Talente zu entdecken und die nächste Generation kulinarischer Impulsgeber zu inspirieren.

Wir arbeiten mit Food for Soul zusammen, um eine verantwortungsvolle Esskultur zu fördern. Food for Soul wurde vom Starkoch Massimo Bottura und Lara Gilmore gegründet, um Nahrungsmittelverschwendung zu verhindern und ein gesundes, gerechtes Nahrungsmittelsystem zu fördern. Gemeinsam haben wir die Initiative *Why Waste?* lanciert, um für das Thema zu sensibilisieren und Konsumenten und Köche durch unsere Plattform *Fine Dining Lovers* und das Kursangebot für die Mitglieder der *S. Pellegrino Young Chef Academy* zu inspirieren.

Wir engagieren uns auch für den Schutz an der Quelle, indem wir die Ressourcen nachhaltig bewirtschaften und die Umwelt schonen. Unsere *Acqua Panna*- und *S. Pellegrino*-Anlagen sind bereits nach dem Standard der Alliance for Water Stewardship (AWS) zertifiziert. Bis 2025 wollen wir überall, wo wir tätig sind, einen positiven Einfluss auf das Wasser haben.

IN ZAHLEN



> 2000

Köche aus 50 Ländern gehören der *S. Pellegrino Young Chef Academy* an

UNSERE STIMMEN

«Wir freuen uns über die Beliebtheit der *S. Pellegrino Young Chef Academy*, die uns dabei hilft, ein starkes globales Netzwerk von kulinarischen Talenten der nächsten Generation aufzubauen.»



Stefano Bolognese
Sanpellegrino
International Business
Unit Director
Italien

Finanzielle Angaben

Schlüsselzahlen (konsolidiert)

In Millionen CHF (mit Ausnahme der Angaben je Aktie und des Personalbestands)

	2022	2023
Ergebnisse		
Umsatz	94 424	92 998
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis ^(a)	16 103	16 053
in % des Umsatzes	17,1%	17,3%
Operatives Ergebnis ^(a)	13 195	14 520
in % des Umsatzes	14,0%	15,6%
Den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbarer Jahresgewinn (Reingewinn)	9 270	11 209
in % des Umsatzes	9,8%	12,1%
Bilanz und Geldflussrechnung		
Total Eigenkapital	42 792	36 387
Nettoverschuldung ^(a)	48 159	49 638
Verhältnis zwischen Nettoverschuldung und Total Eigenkapital (Gearing)	112,5%	136,4%
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit	11 907	15 941
in % der Nettoverschuldung	24,7%	32,1%
Freier Geldfluss ^(a)	6 570	10 403
Erwerb von Anlagevermögen	8 264	7 159
in % des Umsatzes	8,8%	7,7%
Angaben je Aktie		
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl Aktien im Umlauf (in Millionen Einheiten)	2 707	2 646
Unverwässerter Gewinn je Aktie	CHF 3.42	4.24
Zugrunde liegender Gewinn je Aktie ^(a)	CHF 4.80	4.80
Dividende gemäss Antrag des Verwaltungsrats der Nestlé AG	CHF 2.95	3.00
Börsenkapitalisierung, Ende Dezember		
	285 865	255 604
Personalbestand (in Tausend)		
	275	270

Wichtigste Schlüsselzahlen ^(b) (zur Veranschaulichung) in CHF, USD, EUR

In Millionen (mit Ausnahme der Angaben je Aktie)	Total CHF 2022	Total CHF 2023	Total USD 2022	Total USD 2023	Total EUR 2022	Total EUR 2023
Umsatz	94 424	92 998	98 772	103 584	94 010	95 730
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis ^(a)	16 103	16 053	16 845	17 880	16 033	16 525
Operatives Ergebnis ^(a)	13 195	14 520	13 802	16 173	13 137	14 947
Den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbarer Jahresgewinn (Reingewinn)	9 270	11 209	9 697	12 485	9 230	11 539
Total Eigenkapital	42 792	36 387	46 281	43 245	43 444	39 081
Börsenkapitalisierung, Ende Dezember	285 865	255 604	309 177	303 784	290 225	274 532
Je Aktie						
Unverwässerter Gewinn je Aktie	3.42	4.24	3.58	4.72	3.41	4.36

(a) Bestimmte finanzielle Leistungskennzahlen sind nicht nach IFRS-Rechnungslegungsstandards definiert. Weitere Einzelheiten können Sie dem Vorwort auf Seite 34 entnehmen.
 (b) Erfolgsrechnung: Zahlen zu gewichteten Jahresdurchschnittskursen; Bilanz: Zahlen zu Jahresendkursen umgerechnet.

Überblick

Vorwort

Die Finanziellen Angaben enthalten bestimmte finanzielle Leistungskennzahlen, die nicht nach IFRS-Rechnungslegungsstandards (im Folgenden «IFRS») definiert sind und die von der Geschäftsleitung dazu verwendet werden, die finanzielle und die operative Leistung der Gruppe zu bewerten. Dazu zählen unter anderem:

- das organische Wachstum, das interne Realwachstum und Preisanpassungen;
- die zugrunde liegende operative Ergebnismarge und die operative Ergebnismarge;
- die Nettoverschuldung;
- der freie Geldfluss; und
- der nachhaltige Gewinn je Aktie (Earnings per Share EPS) und der EPS bei konstanten Wechselkursen.

Die Geschäftsleitung geht davon aus, dass diese nicht nach IFRS definierten finanziellen Leistungskennzahlen hilfreiche Informationen zur finanziellen und operativen Leistung der Gruppe liefern.

Im Dokument *Alternative Leistungskennzahlen*, das unter www.nestle.com/investors/publications veröffentlicht ist, werden diese nicht nach IFRS definierten finanziellen Leistungskennzahlen definiert.

Umsatz der Gruppe

Das organische Wachstum (OW) betrug 7,2%. Die Preisanpassungen lagen bei 7,5%, was die Kosteninflation in den letzten zwei Jahren widerspiegelt. Das interne Realwachstum (RIG) betrug –0,3%, beeinträchtigt durch die verhaltene Konsumentennachfrage, Kapazitätsengpässe und eine vorübergehende Versorgungseinschränkung bei Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln im zweiten Halbjahr. Wie erwartet drehte das interne Realwachstum sowohl im vierten Quartal als auch im zweiten Halbjahr ins Plus, unterstützt durch die Auswirkungen der Portfoliooptimierung, die Verbesserung des Servicelevels für unsere Kunden sowie die zusätzliche Stärkung unserer Marken.

Das Wachstum war über die meisten Regionen und Kategorien hinweg breit abgestützt. In den Industrieländern betrug das organische Wachstum 6,4%, angetrieben von Preisanpassungen mit einem negativen internen Realwachstum. In den aufstrebenden Märkten belief sich das organische Wachstum auf 8,4%, was auf Preisanpassungen und ein positives internes Realwachstum zurückzuführen ist.

Nach Produktkategorien leisteten Purina-Produkte für Heimtiere den grössten Beitrag zum organischen Wachstum, mit einer starken Dynamik in allen Kanälen. *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* und *Friskies* verzeichneten jeweils ein zweistelliges Wachstum. Der Umsatz von *Purina Pro Plan* erreichte fast CHF 3 Milliarden. Kaffee verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, mit einer positiven Umsatzentwicklung über Marken hinweg, unterstützt durch die starke Nachfrage bei den Ausser-Haus-Kanälen. Säuglings- und Babynahrung verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum, beruhend auf der anhaltenden Dynamik bei Premium-Säuglingsnahrung, einschliesslich Produkten mit humanen Milch-Oligosacchariden (HMO) sowie Spezialnahrung. Milchprodukte wiesen ein mittleres einstelliges Wachstum aus, das von angereicherter Milch, Kaffeeweisern und Backprodukten für zu Hause getragen wurde. Das Süsswarengeschäft verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, angetrieben durch den anhaltenden zweistelligen Zuwachs bei *KitKat*. Fertiggerichte und Kulinarikprodukte verzeichneten ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, mit robuster Nachfrage nach *Maggi* in allen Regionen und Segmenten. Wasserprodukte verbuchten ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von *S.Pellegrino* und *Acqua Panna*. Nestlé Health Science

erzielte ein niedriges einstelliges Wachstum, da die starke Dynamik bei Medical Nutrition teilweise durch die vorübergehenden Lieferengpässe bei Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln ausgeglichen wurde.

Bei den Verkaufskanälen blieb das organische Umsatzwachstum im Einzelhandel mit 6,5% robust. Der Umsatz im E-Commerce stieg um 13,4% auf 17,1% des Gesamtumsatzes der Gruppe. Das organische Wachstum der Ausser-Haus-Kanäle betrug 15,9%.

Die Nettoveräusserungen verringerten den Umsatz um 0,9%, was hauptsächlich auf die Veräusserung einer Mehrheitsbeteiligung an Freshly sowie auf die Veräusserung der Säuglingsnahrungsmarke *Gerber Good Start* im Jahr 2022 zurückzuführen ist. Der Einfluss der Wechselkurse auf den Umsatz war mit 7,8% negativ, da der Schweizer Franken auf breiter Front deutlich aufgewertet wurde. Der publizierte Umsatz sank um 1,5% auf CHF 93,0 Milliarden.

Umsatz nach geografischer Aufteilung	Veränderungen 2023/2022 (in %)		In CHF Mio.
	In CHF	In lokaler Währung	
Nach wichtigsten Märkten			2023
Nordamerika	-1,4%	(a)	32 553
Vereinigte Staaten von Amerika	-0,9%	+ 5,5%	30 034
Kanada	-6,2%	+ 3,5%	2 519
Europa	0,0%	(a)	22 291
Frankreich	-0,3%	+ 3,0%	3 546
Grossbritannien	+3,5%	+ 9,0%	3 529
Deutschland	-4,5%	-1,3%	2 212
Übrige Märkte im geografischen Gebiet	0,0%	(a)	13 004
davon Schweiz	-0,8%	-0,8%	1 101
Asien, Ozeanien und Afrika	-5,2%	(a)	19 870
Philippinen	+0,4%	+ 9,0%	2 677
Indien	+ 1,7%	+ 13,6%	1 993
Australien	-4,0%	+ 6,7%	1 450
Übrige Märkte im geografischen Gebiet	-7,3%	(a)	13 750
Lateinamerika	+3,5%	(a)	12 760
Brasilien	+ 10,0%	+ 13,4%	4 131
Mexiko	+ 13,9%	+ 6,8%	3 937
Chile	+0,7%	+ 3,1%	1 312
Übrige Märkte im geografischen Gebiet	- 11,2%	(a)	3 380
Greater China	-5,5%	(a)	5 524
Greater China	-5,5%	+ 5,2%	5 524
Total	-1,5%	(a)	92 998

(a) Nicht anwendbar.

Zugrunde liegendes operatives Ergebnis

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge stieg auf publizierter Basis um 20 Basispunkte auf 17,3% und zu konstanten Wechselkursen um 40 Basispunkte. Das zugrunde liegende operative Ergebnis sank um 0,3% auf CHF 16,1 Milliarden aufgrund von Währungsaufwertungen.

Die Bruttogewinnmarge erhöhte sich um 70 Basispunkte auf 45,9%. Die erhebliche Kosteninflation konnte durch Preis-anpassungen, Effizienzsteigerungen und durch die Portfolio-optimierung mehr als ausgeglichen werden.

Die Vertriebskosten in Prozent des Umsatzes sanken um 60 Basispunkte auf 8,3% des Umsatzes, was hauptsächlich auf niedrigere Transport- und Energiekosten zurückzuführen ist.

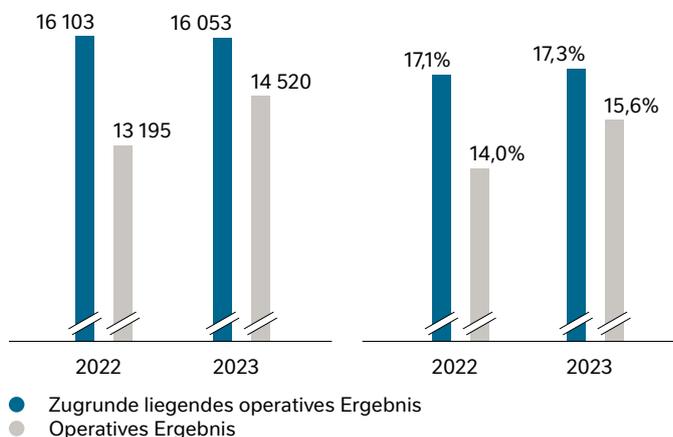
Die Marketing- und Verwaltungskosten in Prozent des Umsatzes betragen 18,9%. Innerhalb dieser Position lagen die Ausgaben für Werbung und Marketing bei 7,7% des Umsatzes, was einem Anstieg um 80 Basispunkte gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Die Restrukturierungskosten und sonstige Nettoaufwendungen sanken von CHF 2,9 Milliarden auf CHF 1,5 Milliarden, was auf Sonderposten im Vorjahr, insbesondere Wertbeeinträchtigungen, zurückzuführen ist. Daher stieg das zugrunde liegende operative Ergebnis um 10,0% auf CHF 14,5 Milliarden. Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge erreichte 15,6%, was einem Anstieg um 160 Basispunkte auf publizierter Basis und um 190 Basispunkte zu konstanten Wechselkursen entspricht.

Zugrunde liegendes operatives Ergebnis und operatives Ergebnis

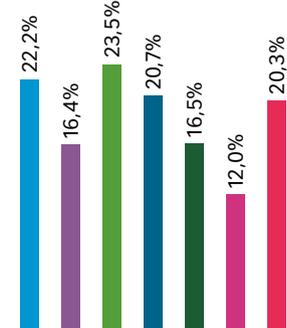
In Millionen CHF

In % des Umsatzes



Zugrunde liegendes operatives Ergebnis nach operativen Segmenten

In % des Umsatzes



Operatives Ergebnis nach operativen Segmenten

In % des Umsatzes



- Zone NA
- Zone EUR
- Zone AOA
- Zone LATAM
- Zone GC
- Nestlé Health Science
- Nespresso

Nettofinanzaufwand und Ertragssteuern

Der Nettofinanzaufwand stieg auf CHF 1,4 Milliarden, was auf einen Anstieg der Zinssätze und eine höhere durchschnittliche Nettoverschuldung zurückzuführen ist. Der durchschnittliche Finanzierungsaufwand betrug 2,5% gegenüber 2,2% im Jahr 2022.

Der ausgewiesene Steuersatz der Gruppe sank aufgrund von Sonderposten um 600 Basispunkte auf 18,2%. Der zugrunde liegende Steuersatz stieg um 30 Basispunkte auf 21,2%, hauptsächlich bedingt durch die geografische Ausrichtung und den Geschäftsmix.

Reingewinn und Gewinn je Aktie

Der Reingewinn stieg um 20,9% auf CHF 11,2 Milliarden. Die Reingewinnmarge erhöhte sich um 230 Basispunkte auf 12,1% auf publizierter Basis und um 240 Basispunkte zu konstanten Wechselkursen. Der Anstieg war vor allem auf die geringeren Wertbeeinträchtigungen von Sachanlagen, niedrigere ausgewiesene Steuern und höhere Erträge aus assoziierten Unternehmen zurückzuführen. Folglich stieg der publizierte Gewinn je Aktie um 23,7% auf CHF 4.24.

Der zugrunde liegende Gewinn je Aktie stieg zu konstanten Wechselkursen um 8,4% und auf publizierter Basis um 0,1% auf CHF 4.80. Dieser Anstieg war hauptsächlich auf das starke organische Wachstum und die Verbesserung der zugrunde liegenden operativen Ergebnismarge zurückzuführen. Das Aktienrückkaufprogramm von Nestlé trug – abzüglich des Finanzierungsaufwands – 1,2% zum Zuwachs des zugrunde liegenden Gewinns je Aktie bei.

Geldfluss

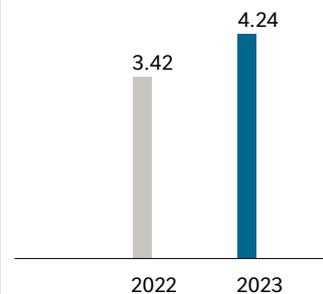
Der freie Geldfluss stieg von CHF 6,6 Milliarden auf CHF 10,4 Milliarden, was vor allem auf niedrigere Lagerbestände zurückzuführen ist.

Kursentwicklung der Nestlé AG 2023



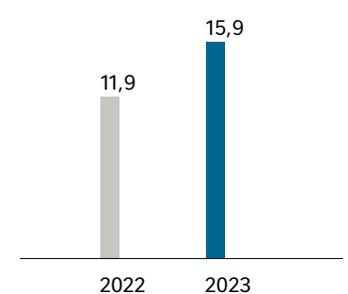
Gewinn je Aktie

In CHF

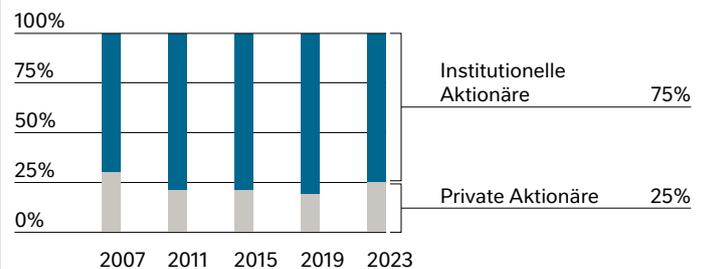


Geldfluss aus Geschäftstätigkeit

In Milliarden CHF



Aktienkapital nach Anlegerkategorie, langfristige dynamische Entwicklung (a)



(a) Prozentsatz aller eingetragenen Namenaktien. Eingetragene Namenaktien entsprechen 45,2% des gesamten Aktienkapitals. Die Zahlen sind gerundet; Stand 31. Dezember 2023.

Dividende

An der ordentlichen Generalversammlung am 18. April 2024 wird der Verwaltungsrat eine Dividende von CHF 3.00 je Aktie vorschlagen, eine Erhöhung um 5 Rappen. Bei einer Annahme wird dies die 29. Erhöhung der jährlichen Dividende in Folge sein. Das Unternehmen hat seine Dividende in Schweizer Franken in den letzten 64 Jahren immer entweder beibehalten oder erhöht. Nestlé ist bestrebt, an der langjährigen Praxis der alljährlichen Dividendenerhöhung in Schweizer Franken festzuhalten.

Der letzte Handelstag, der zum Erhalt der Dividende berechtigt, ist der 19. April 2024. Die Nettodividende wird ab dem 24. April 2024 ausbezahlt.

Stimmberechtigt sind Aktionäre, die am 11. April 2024 um 12.00 Uhr mittags (MESZ) im Aktienregister mit Stimmrecht eingetragen sind.

Aktienrückkaufprogramm

Die Gruppe kaufte im Jahr 2023 eigene Aktien im Wert von CHF 5,0 Milliarden zurück. Der Rückkauf erfolgte im Rahmen des im Januar 2022 lancierten und auf drei Jahre ausgelegten Aktienrückkaufprogramms über CHF 20 Milliarden. An der nächsten ordentlichen Generalversammlung wird der Verwaltungsrat eine Herabsetzung des Aktienkapitals um 50 Millionen Aktien von CHF 267 Millionen auf CHF 217 Millionen beantragen, indem die im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms erworbenen Aktien storniert werden.

Nettoverschuldung

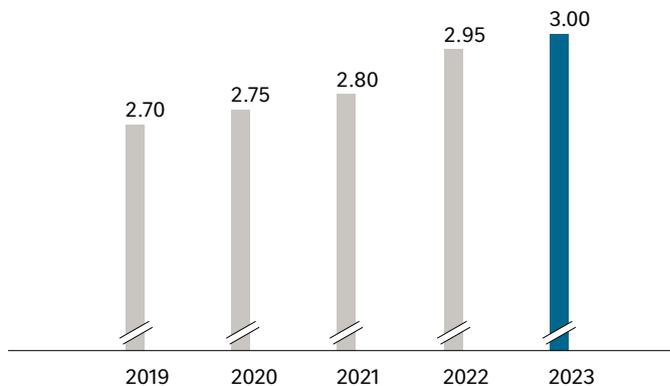
Die Nettoverschuldung betrug per 31. Dezember 2023 CHF 49,6 Milliarden, verglichen mit CHF 48,2 Milliarden per 31. Dezember 2022. Der Anstieg ist hauptsächlich auf die Dividendenausschüttung in Höhe von CHF 7,8 Milliarden und Aktienrückkäufe in Höhe von CHF 5,1 Milliarden zurückzuführen.

Gesamtkapitalrendite

Die Gesamtkapitalrendite der Gruppe lag bei 13,9%, eine Erhöhung um 170 Basispunkte.

Dividende je Aktie

In CHF



Portfoliomanagement

Per 1. September 2023 schlossen Nestlé und das Private-Equity-Unternehmen PAI Partners die Transaktion zur Gründung eines Joint Venture für das Tiefkühlpizza-Geschäft von Nestlé in Europa ab. Nestlé behält neben PAI Partners eine nicht-kontrollierende Beteiligung mit gleichen Stimmrechten, um weiterhin in diesem Geschäft investiert zu bleiben und am zukünftigen Wachstum und an der Wertschöpfung in dieser Kategorie teilzuhaben.

Am 4. September 2023 veräusserte Nestlé *Palforzia*, ihr Geschäft zur Behandlung von Erdnussallergien, an Stallergenes Greer. Das biopharmazeutische Unternehmen Stallergenes Greer ist auf die Diagnose und Behandlung von Allergien spezialisiert. Die Transaktion wurde bei der Unterzeichnung abgeschlossen.

Am 7. September 2023 gab Nestlé eine Vereinbarung mit Advent International über den Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an Grupo CRM, einem brasilianischen Premium-Schokoladenhersteller, bekannt. Die Transaktion wird vorbehaltlich der üblichen aufsichtsrechtlichen Genehmigungen voraussichtlich im Jahr 2024 abgeschlossen.

Nestlé Waters-Geschäft

Nach der Umsetzung eines Transformationsplans in Frankreich überprüft Nestlé in mehreren Ländern die Betriebspraktiken im Geschäft mit natürlichem Mineralwasser. Das Unternehmen verfolgt die Lebensmittelsicherheit als vorrangiges Ziel, wobei möglicherweise nicht alle Produktionsstandorte den geltenden behördlichen Auflagen entsprechen. Nestlé bedauert diese Situation und steht derzeit mit den zuständigen Behörden im Austausch, um sicherzustellen, dass die Betriebsabläufe gänzlich regelkonform sind. Das Unternehmen unterstreicht, dass seine Wasserprodukte immer sicher für den Konsum waren und es auch weiterhin sind. Darüber hinaus hat die einzigartige Mineralzusammensetzung seiner natürlichen Mineralwassermarken stets den Angaben auf dem Etikett entsprochen.

Ausblick

Ausblick 2024: Wir erwarten ein organisches Umsatzwachstum um 4% und einen leichten Anstieg der zugrunde liegenden operativen Ergebnismarge. Beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen wird ein Anstieg zwischen 6% und 10% erwartet.

Mittelfristige Ziele für 2025 voll bestätigt: organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich sowie eine zugrunde liegende operative Ergebnismarge zwischen 17,5% und 18,5% bis 2025. Anstieg zwischen 6% und 10% beim zugrunde liegenden Gewinn je Aktie zu konstanten Wechselkursen.

Umsatz, Mitarbeitende und Fabriken nach geografischer Aufteilung

	Umsatz		Mitarbeitende		Fabriken	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
NA	34,9%	35,0%	14,3%	14,5%	57	56
EUR (a)	23,6%	24,0%	28,7%	28,6%	99	96
AOA	22,2%	21,4%	26,2%	26,0%	100	100
LATAM	13,1%	13,7%	21,9%	22,1%	65	65
GC	6,2%	5,9%	8,9%	8,8%	23	23

(a) 8304 Mitarbeitende in der Schweiz 2023.

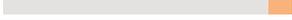
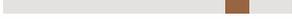
Mitarbeitende nach Tätigkeitsbereichen

In Tausenden

	2022	2023
Fabriken	140	134
Verwaltung und Verkauf	135	136
Total	275	270

Übersicht nach Produktkategorien und operativen Segmenten

In Millionen CHF

	2022	2023	Anteil am Gesamtumsatz (%)	RIG (%)	OW (%)
Getränke in flüssiger und Pulverform					
Löslicher Kaffee / Kaffeesysteme	16 891	16 648	 67,2%		
Übrige	8 327	8 138	 32,8%		
Gesamtumsatz	25 218	24 786		0,0%	+6,4%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	5 593	5 130	20,7%		
Operatives Ergebnis	5 358	4 945	20,0%		
Wasserprodukte					
Gesamtumsatz	3 536	3 320		-5,1%	+4,9%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	277	351	10,6%		
Operatives Ergebnis	241	161	4,8%		
Milchprodukte und Speiseeis					
Milchprodukte	10 359	10 092	 91,9%		
Speiseeis	930	889	 8,1%		
Gesamtumsatz	11 289	10 981		-1,6%	+6,1%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	2 568	2 688	24,5%		
Operatives Ergebnis	2 508	2 601	23,7%		
Nutrition-Produkte und Health Science					
Gesamtumsatz	15 678	15 278		-1,6%	+5,4%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	2 990	2 831	18,5%		
Operatives Ergebnis	1 323	2 291	15,0%		
Fertiggerichte und Kulinarikprodukte					
Tiefkühl- und gekühlte Produkte	5 859	5 095	 43,7%		
Kulinarische und andere Produkte	6 625	6 571	 56,3%		
Gesamtumsatz	12 484	11 666		-2,5%	+4,9%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	2 038	2 136	18,3%		
Operatives Ergebnis	1 508	1 849	15,8%		
Süsswaren					
Schokolade	6 139	6 208	 76,6%		
Zuckerkonfekt	661	676	 8,3%		
Snacks und Biskuits	1 318	1 223	 15,1%		
Gesamtumsatz	8 118	8 107		+1,5%	+8,5%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	1 364	1 364	16,8%		
Operatives Ergebnis	1 259	1 231	15,2%		
Produkte für Heimtiere					
Gesamtumsatz	18 101	18 860		+2,8%	+12,1%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	3 706	3 912	20,7%		
Operatives Ergebnis	3 494	3 862	20,5%		

Übersicht nach Zonen, Nestlé Health Science und Nespresso

Zone Nordamerika (NA)

Umsatz	CHF 26,0 Milliarden
Organisches Wachstum	+ 7,3%
Internes Realwachstum	-0,3%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	22,2%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	+ 120 Basispunkte
Operative Ergebnismarge	21,3%
Operative Ergebnismarge	+ 270 Basispunkte

- 7,3% organisches Wachstum: -0,3% internes Realwachstum; 7,6% Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone stieg um 120 Basispunkte auf 22,2%.

Das organische Wachstum betrug 7,3%, mit Preisanpassungen von 7,6%. Das interne Realwachstum lag bei -0,3%, was die schwache Konsumentennachfrage, Kapazitätsengpässe und die Einstellung des Geschäfts mit Tiefkühlgerichten und Tiefkühlpizza in Kanada widerspiegelt. Das interne Realwachstum kehrte im vierten Quartal in den positiven Bereich zurück. Die Nettoveräusserungen verringerten den Umsatz um 1,7% als Ergebnis der Veräusserung einer Mehrheitsbeteiligung an Freshly sowie der Veräusserung der Säuglingsnahrungsmarke Gerber Good Start im Jahr 2022.

Wechselkurseffekte belasteten den Umsatz mit 6,8%. Der publizierte Umsatz der Zone Nordamerika ging um 1,3% auf CHF 26,0 Milliarden zurück.

Das Wachstum in der Zone Nordamerika war breit abgestützt und wurde von Preisanpassungen sowie der anhaltend starken Dynamik im E-Commerce und in den Ausser-Haus-Kanälen angetrieben. Die Zone erzielte Marktanteilsgewinne bei Tierfutter, Kaffee und Tiefkühlgerichten.

Nach Produktkategorie leisteten Purina-Produkte für Heimtiere den grössten Wachstumsbeitrag, mit einer breit abgestützten Nachfrage über Segmente, Kanäle und Marken hinweg, insbesondere nach *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* und *Friskies*. Die Ausser-Haus-Produkte von Nestlé Professional und *Starbucks* verbuchten erneut ein zweistelliges Umsatzwachstum, das von der Neukundengewinnung angetrieben wurde. Die Kategorie Getränke, einschliesslich *Starbucks*-Produkte, *Coffee mate* und *Nescafé*, verbuchte ein mittleres einstelliges Wachstum. *Nido*-Wachstumsmilch verzeichnete ein starkes zweistelliges Wachstum. Süsswaren in Kanada wiesen ein hohes einstelliges Wachstum aus, angetrieben von *KitKat* und *Aero*. Wasserprodukte verzeichneten ein niedriges einstelliges Wachstum, das auf der starken Umsatzentwicklung im vierten Quartal beruhte. *S.Pellegrino*

Zone NA

In Millionen CHF

	2022	2023	Anteil am Gesamtumsatz (%)	RIG (%)	OW (%)
Vereinigte Staaten von Amerika und Kanada	26 328	25 995			
Getränke in flüssiger und Pulverform	3 891	3 892			15,0%
Wasserprodukte	1 042	990			3,8%
Milchprodukte und Speiseeis	3 143	3 065			11,8%
Fertiggerichte und Kulinarikprodukte	5 328	4 790			18,4%
Süsswaren	696	682			2,6%
Produkte für Heimtiere	10 926	11 504			44,3%
Nutrition-Produkte und Health Science	1 302	1 072			4,1%
Gesamtumsatz	26 328	25 995		-0,3%	+7,3%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	5 528	5 768			22,2%
Operatives Ergebnis	4 904	5 546			21,3%
Erwerb von Anlagevermögen	2 272	2 401			9,2%

und *Acqua Panna* verbuchten ein zweistelliges Wachstum, das die Auswirkungen der Kapazitätsengpässe bei *Perrier* mehr als ausglich. Das Wachstum im Tiefkühlgeschäft war negativ, was auf die schwache Konsumentennachfrage und die Einstellung des Geschäfts mit Tiefkühlgerichten und Tiefkühlpizza in Kanada zurückzuführen ist. In den Vereinigten Staaten von Amerika blieb das Tiefkühlgeschäft nahezu unverändert, unterstützt durch *Stouffer's*, *Jack's* und *Tombstone*.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone verbesserte sich um 120 Basispunkte, was hauptsächlich auf die Veräusserung der Mehrheitsbeteiligung an *Freshly* sowie Massnahmen zur Portfoliooptimierung zurückzuführen ist. Preisanpassungen und der Produktmix trugen ebenfalls dazu bei, die Kosteninflation und einen deutlichen Anstieg der Werbe- und Marketingausgaben auszugleichen.

Zone Europa (EUR)

Umsatz	CHF 19,1 Milliarden
Organisches Wachstum	+8,2%
Internes Realwachstum	-2,4%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	16,4%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	0 Basispunkte
Operative Ergebnismarge	14,1%
Operative Ergebnismarge	-10 Basispunkte

- 8,2% organisches Wachstum; -2,4% internes Realwachstum; 10,6% Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone blieb unverändert bei 16,4%.

Das organische Wachstum betrug 8,2%, mit Preisanpassungen von 10,6%. Das interne Realwachstum lag bei -2,4%, was auf die Nachfrageelastizität und Kapazitätsengpässe zurückzuführen ist. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 4,9%. Die Nettoveräusserungen verringerten den Umsatz um 3,4%. Der publizierte Umsatz der Zone Europa sank um 0,2% auf CHF 19,1 Milliarden.

Das Wachstum der Zone Europa wurde durch Preisanpassungen, die starke Umsatzentwicklung im E-Commerce und die anhaltende Dynamik in den Ausser-Haus-Kanälen unterstützt. Die Zone verzeichnete Marktanteilsgewinne bei Tierfutter sowie Säuglings- und Babynahrung.

Nach Produktkategorien leisteten Purina-Produkte für Heimtiere den grössten Wachstumsbeitrag, angetrieben durch das differenzierte Angebot der Premiummarken *Felix*, *Gourmet* und *Purina ONE*. Kaffee verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von löslichen und trinkfertigen Produkten von *Nescafé*. Süswaren verbuchten ein hohes einstelliges Wachstum, mit anhaltenden Marktanteilsgewinnen bei *KitKat*. Nestlé Professional wies ein zweistelliges Wachstum aus, angeführt von Getränken. Säuglings- und Babynahrung verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, das auf der anhaltenden Dynamik bei Premium-Säuglingsnahrung beruhte, insbesondere bei *NAN*. Kulinarikprodukte verzeichneten ein mittleres einstelliges Wachstum, mit einer robusten Umsatzentwicklung bei *Maggi* und *Thomy*. Wasserprodukte verbuchten ein niedriges einstelliges Wachstum, da die starke Dynamik bei *S.Pellegrino* und *Acqua Panna* zum Grossteil durch die Auswirkungen vorübergehender Kapazitätsengpässe bei *Perrier* ausgeglichen wurde.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone blieb gegenüber dem Vorjahr unverändert. Die erhebliche Kosteninflation und höhere Ausgaben für Werbung und Marketing hoben die Preisanpassungen und die Massnahmen zur Portfoliooptimierung auf.

Zone EUR

In Millionen CHF

	2022	2023	Anteil am Gesamtumsatz (%)	RIG (%)	OW (%)
Westeuropa	13 334	13 488	 70,6%		
Osteuropa	4 272	4 022	 21,1%		
Türkiye und Israel	1 522	1 588	 8,3%		
Getränke in flüssiger und Pulverform	5 140	5 066	 26,5%		
Wasserprodukte	1 626	1 573	 8,2%		
Milchprodukte und Speiseeis	345	381	 2,0%		
Fertiggerichte und Kulinarikprodukte	2 820	2 610	 13,7%		
Süßwaren	3 091	3 027	 15,8%		
Produkte für Heimtiere	4 732	5 056	 26,5%		
Nutrition-Produkte und Health Science	1 374	1 385	 7,3%		
Gesamtumsatz	19 128	19 098		-2,4%	+8,2%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	3 138	3 127	16,4%		
Operatives Ergebnis	2 719	2 698	14,1%		
Erwerb von Anlagevermögen	1 489	1 680	8,8%		

Zone Asien, Ozeanien und Afrika (AOA)

Umsatz	CHF 17,5 Milliarden
Organisches Wachstum	+8,3%
Internes Realwachstum	+0,3%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	23,5%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	+ 60 Basispunkte
Operative Ergebnismarge	22,5%
Operative Ergebnismarge	+ 10 Basispunkte

- 8,3% organisches Wachstum: 0,3% internes Realwachstum; 8,0% Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone stieg um 60 Basispunkte auf 23,5%.

Das organische Wachstum betrug 8,3%, das interne Realwachstum lag bei 0,3%. Die Preisanpassungen stiegen auf 8,0%, mit breit abgestützten Beiträgen aller Regionen und Produktkategorien. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 13,5%, beeinflusst durch erhebliche Währungsabwertungen. Der publizierte Umsatz der Zone AOA sank um 5,2% auf CHF 17,5 Milliarden.

Das Wachstum der Zone AOA wurde durch Preisanpassungen sowie die anhaltende Dynamik im E-Commerce und in

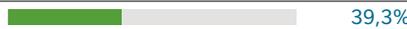
den Ausser-Haus-Kanälen unterstützt. Die Zone verzeichnete Marktanteilsgewinne bei Süswaren und Kaffee.

Südostasien verbuchte ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, angeführt von den Philippinen, mit starker Umsatzentwicklung bei *Nescafé* und *Maggi*. Südasiens verzeichnete in den meisten Kategorien ein starkes zweistelliges Wachstum. Das Wachstum in Indien basierte auf dem kontinuierlichen Ausbau des Vertriebs und neuen Produkteinführungen, mit starker Dynamik bei *Maggi*, *KitKat* und *Nescafé*. Der Umsatz im Nahen Osten und in Afrika wuchs zweistellig und besonders stark bei erschwinglichen Angeboten von *Maggi*, *NAN* und *Milo*. Japan wies ein mittleres einstelliges Wachstum aus, angeführt von Purina-Produkten für Heimtiere, *KitKat* und trinkfertigen Produkten von *Nescafé*. Südkorea verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, das von *Starbucks*-Produkten angetrieben wurde. Das neue Angebot an löslichem Kaffee von *Starbucks* fand bei den Konsumenten grossen Anklang. Ozeanien verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum, unterstützt durch Innovationen bei *KitKat*, Purina-Produkten für Heimtiere und *Nescafé*.

Nach Produktkategorien trug Säuglings- und Babynahrung am stärksten zum Wachstum bei, angeführt von *NAN*,

Zone AOA

In Millionen CHF

	2022	2023	Anteil am Gesamtumsatz (%)	RIG (%)	OW (%)
ASEAN-Märkte	7 112	6 880			
Ozeanien und Japan	2 964	2 802			
Südasiatischer Subkontinent	3 156	3 042			
Naher Osten und Afrika	5 252	4 795			
Getränke in flüssiger und Pulverform	6 108	5 767			
Wasserprodukte	641	582			
Milchprodukte und Speiseeis	3 636	3 310			
Fertiggerichte und Kulinarikprodukte	2 560	2 476			
Süswaren	1 372	1 332			
Produkte für Heimtiere	702	662			
Nutrition-Produkte und Health Science	3 465	3 390			
Gesamtumsatz	18 484	17 519		+0,3%	+8,3%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	4 237	4 109			23,5%
Operatives Ergebnis	4 133	3 944			22,5%
Erwerb von Anlagevermögen	930	928			5,3%

Lactogen und *Cerelac*. Kulinarikprodukte verzeichneten ein zweistelliges Wachstum, mit anhaltender Stärke bei *Maggi*. Kaffee verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, mit einer robusten Nachfrage nach Produkten von *Nescafé* und *Starbucks*, insbesondere nach trinkfertigen Angeboten. Ungekühlte Milchprodukte verzeichneten ein mittleres einstelliges Wachstum, das auf den verstärkten Fokus auf Produkte mit funktionalen Zusätzen zurückzuführen ist. Der Umsatz von Nestlé Professional wuchs in den meisten Regionen und Kategorien deutlich zweistellig, unterstützt von der Durchdringung der Kanäle und der Kundengewinnung. Süßwaren verbuchten ein hohes einstelliges Wachstum, das durch die starke Dynamik bei *KitKat* beflügelt wurde. Purina-Produkte für Heimtiere verzeichneten ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von *Purina ONE*, *Supercoat* und *Felix*.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone verbesserte sich um 60 Basispunkte. Die Auswirkungen des Anstiegs der Einkaufspreise und der höheren Ausgaben für Werbung und Marketing wurden durch Preisanpassungen, disziplinierte Kostenkontrolle und die Portfoliooptimierung mehr als ausgeglichen.

Zone Lateinamerika (LATAM)

Umsatz	CHF 12,2 Milliarden
Organisches Wachstum	+9,2%
Internes Realwachstum	+0,3%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	20,7%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	-50 Basispunkte
Operative Ergebnismarge	19,2%
Operative Ergebnismarge	-110 Basispunkte

- 9,2% organisches Wachstum; 0,3% internes Realwachstum; 8,9% Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone sank um 50 Basispunkte auf 20,7%.

Das organische Wachstum betrug 9,2%, mit Preisanpassungen von 8,9%. Das interne Realwachstum lag bei 0,3%, nachdem es im zweiten Halbjahr wieder ins Plus drehte. Wechselkurseffekte belasteten den Umsatz mit 5,8%. Der publizierte Umsatz der Zone Lateinamerika stieg um 3,2% auf CHF 12,2 Milliarden.

Die Zone Lateinamerika verzeichnete ein starkes Wachstum über alle Regionen und Produktkategorien hinweg. Das Wachstum wurde durch Preisanpassungen, die starke

Zone LATAM

In Millionen CHF

	2022	2023	Anteil am Gesamtumsatz (%)	RIG (%)	OW (%)
Lateinamerika und Karibik	11 819	12 196			
Getränke in flüssiger und Pulverform	2 422	2 543			20,9%
Wasserprodukte	175	129			1,1%
Milchprodukte und Speiseeis	3 030	3 126			25,6%
Fertiggerichte und Kulinarikprodukte	845	888			7,3%
Süßwaren	2 067	2 218			18,2%
Produkte für Heimtiere	1 614	1 510			12,4%
Nutrition-Produkte und Health Science	1 666	1 782			14,5%
Gesamtumsatz	11 819	12 196		+0,3%	+9,2%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	2 501	2 520			20,7%
Operatives Ergebnis	2 401	2 346			19,2%
Erwerb von Anlagevermögen	805	923			7,6%

operative Umsetzung und die anhaltende Dynamik in den Ausser-Haus-Kanälen unterstützt. Die Zone verzeichnete Marktanteilsgewinne bei Tierfutter, Säuglings- und Baby-nahrung und Kulinarikprodukten.

Brasilien verbuchte ein starkes zweistelliges Wachstum, mit anhaltender Dynamik bei Süswaren, Säuglings- und Baby-nahrung sowie Getränken. Bei den Getränken verzeichnete *Nescafé* ein starkes Umsatzwachstum, angetrieben von portioniertem Kaffee. Mexiko verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, mit einer starken Umsatzentwicklung bei Milchprodukten, Kaffee und Nestlé Professional.

Nach Produktkategorien leisteten Süswaren den grössten Wachstumsbeitrag, was die starke Nachfrage nach *KitKat* und lokalen Schlüsselmarken widerspiegelt. In dieser Kategorie verzeichneten *Chocobiscuits* ein besonders starkes Umsatzwachstum. Kaffee verbuchte ein hohes einstelliges Wachstum, angeführt von löslichem und trinkfertigem Kaffee von *Nescafé*. Milchprodukte verzeichneten ein hohes einstelliges Wachstum, gestützt durch Milchprodukte aus dem Bereich Kulinarik und angereicherte Milch. Der Umsatz mit Säuglings- und Babynahrung wuchs im hohen einstelligen Bereich, basierend auf der soliden Dynamik bei *NAN*-Säuglingsnahrung, *Mucilon*-Zerealien für Säuglinge und *Materna*-Produkten. Der Umsatz von Nestlé Professional wuchs deutlich zweistellig, mit anhaltender Kundengewinnung bei Markenkaffee. Kulinarikprodukte verbuchten ein hohes einstelliges Wachstum, basierend auf Produktneueinführungen und der anhaltenden Attraktivität von *Recetas Nestlé*, der grössten Online-Rezeptplattform in Lateinamerika. Purina-Produkte für Heimtiere verzeichneten nach einer hohen Vergleichsbasis 2022 ein mittleres einstelliges Wachstum.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone sank um 50 Basispunkte. Die Preisanpassungen und Effizienzsteigerungen wurden durch Sonderposten im Vorjahr mehr als ausgeglichen.

Zone Greater China (GC)

Umsatz	CHF 5,0 Milliarden
Organisches Wachstum	+ 4,2%
Internes Realwachstum	+ 2,5%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	16,5%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	+ 40 Basispunkte
Operative Ergebnismarge	9,3%
Operative Ergebnismarge	- 640 Basispunkte

- 4,2% organisches Wachstum: 2,5% internes Realwachstum; 1,7% Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone stieg um 40 Basispunkte auf 16,5%.

Das organische Wachstum betrug 4,2%, mit einem internen Realwachstum von 2,5% und Preisanpassungen von 1,7%. Wechselkurseffekte belasteten den Umsatz mit 10,2%. Der publizierte Umsatz der Zone Greater China sank um 5,9% auf CHF 5,0 Milliarden.

Das Wachstum in der Zone Greater China wurde durch die starke Umsatzentwicklung im Ausser-Haus-Geschäft und die Dynamik im E-Commerce unterstützt. Die Zone erzielte Marktanteilsgewinne bei löslichem Kaffee, Tierfutter und Süswaren.

Nach Produktkategorien leistete Nestlé Professional den grössten Wachstumsbeitrag, unterstützt durch Innovationen und die Ausweitung des Vertriebs. Kulinarikprodukte verzeichneten ein hohes einstelliges Wachstum, mit erhöhter Nachfrage nach *Totole* in den Ausser-Haus-Kanälen und Produktneueinführungen. Süswaren verbuchten ein mittleres einstelliges Wachstum, angeführt von *Shark-Waffeln* und *Hsu Fu Chi*. Säuglings- und Babynahrung verzeichnete ein positives Wachstum, angeführt von hypoallergenen Angeboten und Spezialprodukten von *NAN*. Im vierten Quartal führte die Zone eine *illumina*-Wachstumsmilch ein, die humane Milch-Oligosaccharide (HMO) enthält. Der Umsatz mit Produkten für gesundes Altern wuchs zweistellig, unterstützt durch die Einführung von *N3*-Milch, einer einzigartigen wissenschaftsbasierten Innovation, die genauso nahrhaft wie Milch und dabei laktosearm ist. Bei Kaffee lag das Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich, gestützt durch trinkfertige Angebote. Der Umsatz von Purina-Produkten für Heimtiere wuchs zweistellig, basierend auf Produktneueinführungen und der starken Dynamik im E-Commerce.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge der Zone verbesserte sich um 40 Basispunkte, unterstützt durch den günstigen Produktmix und die disziplinierte Kostenkontrolle.

Zone GC

In Millionen CHF

	2022	2023	Anteil am Gesamtumsatz (%)	RIG (%)	OW (%)
Greater China	5 351	5 037			
Getränke in flüssiger und Pulverform	1 018	936			18,6%
Wasserprodukte	52	46			0,9%
Milchprodukte und Speiseeis	1 121	1 080			21,5%
Fertiggerichte und Kulinarikprodukte	930	902			17,9%
Süswaren	843	800			15,9%
Produkte für Heimtiere	127	128			2,5%
Nutrition-Produkte und Health Science	1 260	1 145			22,7%
Gesamtumsatz	5 351	5 037		+2,5%	+4,2%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	862	832			16,5%
Operatives Ergebnis	840	468			9,3%
Erwerb von Anlagevermögen	207	161			3,2%

Nestlé Health Science

Umsatz	CHF 6,5 Milliarden
Organisches Wachstum	+ 1,6%
Internes Realwachstum	- 3,2%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	12,0%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	- 160 Basispunkte
Operative Ergebnismarge	10,3%
Operative Ergebnismarge	+ 1930 Basispunkte

- 1,6% organisches Wachstum: -3,2% internes Realwachstum; 4,8% Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge sank um 160 Basispunkte auf 12,0%.

Das organische Wachstum betrug 1,6% mit Preisanpassungen von 4,8%. Das interne Realwachstum lag bei -3,2%, beeinträchtigt durch vorübergehende Lieferengpässe im Geschäft mit Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln. Die Nettozukäufe steigerten den Umsatz um 3,1%, vor allem im Zusammenhang mit der Konsolidierung von *Orgain* im April 2022. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 6,2%. Der publizierte Umsatz von Nestlé Health Science sank um 1,6% auf CHF 6,5 Milliarden.

Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel verzeichneten ein negatives Wachstum. Der Umsatz im zweiten Halbjahr ging aufgrund eines IT-Integrationsproblems während der Konsolidierung der Verpackungsstandorte in den Vereinigten Staaten von Amerika zurück. Die Erholung dauert länger als erwartet, da das Problem umfangreicher und komplexer war als ursprünglich angenommen. Die daraus resultierenden Lieferengpässe werden voraussichtlich bis zum Ende des ersten Halbjahrs 2024 vollkommen behoben sein, wonach eine Wachstumsbeschleunigung im zweiten Halbjahr erwartet wird. *Pure Encapsulations*, die Marke für

Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel, war von dem Lieferproblem nicht betroffen und verbuchte ein zweistelliges Wachstum.

Active Nutrition verzeichnete ein mittleres einstelliges Wachstum, mit einer robusten Umsatzentwicklung bei *Orgain* und *Vital Proteins*.

Medical Nutrition verbuchte ein starkes zweistelliges Wachstum mit Marktanteilsgewinnen in allen Segmenten. Das Wachstum wurde von medizinischen Produkten für Erwachsene, pädiatrischen Produkten und *Vitaflor* angeführt. Das Magen-Darm-Portfolio, einschliesslich *Vowst* und *Zenpep*, verzeichnete ein starkes zweistelliges Wachstum.

Nach Regionen verbuchte Nordamerika einen Umsatzrückgang. Europa wies ein mittleres einstelliges Wachstum aus. Die übrigen Regionen erzielten zusammengenommen ein hohes einstelliges Wachstum.

Die zugrunde liegende operative Gewinnmarge von Nestlé Health Science sank aufgrund der Auswirkungen vorübergehender Lieferengpässe um 160 Basispunkte.

Nestlé Health Science

In Millionen CHF

	2022	2023	RIG (%)	OW (%)
Gesamtumsatz	6 602	6 498	-3,2%	+1,6%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	899	777	12,0%	
Operatives Ergebnis	(596)	670	10,3%	
Erwerb von Anlagevermögen	1 795	478	7,4%	

Nespresso

Umsatz	CHF 6,4 Milliarden
Organisches Wachstum	+ 5,3%
Internes Realwachstum	+ 2,0%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	20,3%
Zugrunde liegende operative Ergebnismarge	- 120 Basispunkte
Operative Ergebnismarge	20,1%
Operative Ergebnismarge	- 20 Basispunkte

- 5,3% organisches Wachstum: 2,0% internes Realwachstum; 3,3% Preisanpassungen.
- Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge von Nespresso sank um 120 Basispunkte auf 20,3%.

Das organische Wachstum betrug 5,3%, mit Preisanpassungen von 3,3%. Das interne Realwachstum lag bei 2,0%. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 6,0%. Der publizierte Umsatz von Nespresso sank um 1,2% auf CHF 6,4 Milliarden.

Der wichtigste Wachstumstreiber war das *Vertuo*-System, das weiterhin eine breit abgestützte Dynamik zeigte. Ein starkes Wachstum war auch in den Ausser-Haus-Kanälen zu verzeichnen, wobei das *Momento*-System, insbesondere im Bürosegment, weitere Annahme fand. Innovationen fanden weiterhin grossen Anklang bei den Konsumenten, einschliesslich der Einführung von heimkompostierbaren Kaffeekapseln sowie des Ultra-Premium Limited Edition-Kaffees *N°20*, einer einzigartigen Arabica-Sorte. Im Jahr 2023 wurde *Nespresso* als eine der 100 wertvollsten Marken der Welt ausgezeichnet.*

Nach Regionen wuchs Nordamerika zweistellig mit anhaltenden Marktanteilsgewinnen. Europa wies ein niedriges einstelliges Wachstum aus. Die übrigen Regionen erzielten zusammengenommen ein mittleres einstelliges Wachstum.

Die zugrunde liegende operative Ergebnismarge von Nespresso sank um 120 Basispunkte. Die Preisanpassungen und Effizienzsteigerungen wurden durch die erhebliche Kosteninflation und die Aufwertung des Schweizer Franken mehr als ausgeglichen. Das Unternehmen investierte weiter in die Einführung des *Vertuo*-Systems sowie in das Brand Marketing.

* Jährliches Ranking von Interbrand

Nespresso

In Millionen CHF

	2022	2023	RIG (%)	OW (%)
Gesamtumsatz	6 448	6 372	+2,0%	+5,3%
Zugrunde liegendes operatives Ergebnis	1 388	1 291	20,3%	
Operatives Ergebnis	1 309	1 283	20,1%	
Erwerb von Anlagevermögen	520	282	4,4%	

Hauptrisiken und Unwägbarkeiten

Das Risikoprofil der Gruppe ist auf unseren Unternehmenssinn und unsere Geschäftsstrategie abgestimmt. Wir wollen durch eine ausgewogene Mischung aus nachhaltigem Wachstum und Ressourceneffizienz langfristige Wertschöpfung erzielen. Unsere Kultur und Werte leiten unsere Entscheidungen und Handlungen. Grundlage dafür ist Respekt – für uns und für andere, für Vielfalt und für unsere gemeinsame Zukunft. Ausgehend von unserem Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung ermitteln wir Schwerpunktbereiche, in denen wir maximalen Mehrwert für unsere Aktionäre schaffen und positive soziale und ökologische Veränderungen anstossen können.

Der «Enterprise Risk Management Framework (ERM)»-Ansatz von Nestlé dient dazu, Risiken zu bewerten und zu vermeiden, um deren mögliche Auswirkungen zu minimieren und die Umsetzung des langfristigen Unternehmenssinns und der Geschäftsstrategie von Nestlé zu unterstützen. Einmal im Jahr wird eine «Top down»-Beurteilung auf Konzernebene vorgenommen. Parallel dazu findet eine «Bottom up»-Beurteilung statt, bei der die Bewertungen der einzelnen Märkte aggregiert werden. Dadurch sind wir über die grössten Risiken für den Konzern informiert und können die Zuständigkeiten für den Umgang mit diesen Risiken beziehungsweise Massnahmen zu deren Bewältigung festlegen.

Nestlé steht zudem im Dialog mit externen Anspruchsgruppen, um mehr über die Themen zu erfahren, die ihnen am wichtigsten sind. Im Rahmen einer Relevanzanalyse (im *Creating Shared Value and Sustainability Report* enthalten) werden die Bedeutung für die externen Anspruchsgruppen und die potenziellen Auswirkungen für unser Unternehmen beurteilt. So kann sichergestellt werden, dass bei der unternehmensweiten Prüfung von Risiken und Chancen auch breitere Nachhaltigkeitsfragen berücksichtigt werden.

Die jeweilige Linienführung ist für die Risikobeurteilung und die Umsetzung der Risikominderungsmassnahmen verantwortlich. Sobald eine Intervention auf Gruppenebene erforderlich ist, entscheidet in der Regel die Konzernleitung, wer für die Umsetzung der jeweiligen Massnahmen zuständig ist. Konzernleitung, Kontrollausschuss und Verwaltungsrat werden einmal im Jahr über die jährliche Risikobeurteilung des Konzerns in Kenntnis gesetzt. Im Rahmen der Governance der Gruppe ist der gesamte Verwaltungsrat für die Risikoüberwachung zuständig. Weitere Einzelheiten des ERM-Prozesses sind dem *Bericht zur Corporate Governance* zu entnehmen.

Wir haben uns bei klimabedingten Risiken und Chancen zur Transparenz verpflichtet und wollen die nötigen Massnahmen ergreifen. Wir haben unsere Berichterstattung entsprechend den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) angepasst. Sie ist in unserem *Creating Shared Value and Sustainability Report* zu finden.

Den nachfolgend aufgeführten Risiken wurde die höchste Relevanz für unser Geschäft und unsere Ergebnisse zugemessen. Viele der langfristigen Risikominderungsstrategien werden in unserem *Creating Shared Value and Sustainability Report* detaillierter dargestellt.

Risiko *	Beschreibung	Mögliche Auswirkungen	Wichtigste Massnahmen
Geschäftstransformationen	Versagen strategischer Transformationen wie grosser Managementprojekte, Restrukturierungen, Fusionen, Akquisitionen usw.	<ul style="list-style-type: none"> – Nichteintreten des erwarteten Nutzens – Wertbeeinträchtigungen – Belastung der Stimmung und/oder des Engagements der Mitarbeitenden 	<ul style="list-style-type: none"> – Betreuung von Transformationen durch Mitglieder der Konzernleitung mit abgestimmten Zielen und den erforderlichen Ressourcen, um ihre erfolgreiche Umsetzung sicherzustellen
Klimawandel	Klimabedingte physische (z. B. extreme Wetterereignisse, Wasserknappheit, Landnutzungsänderungen, Abholzung, Biodiversitätsverlust usw.) und transformationsbedingte Beeinträchtigungen (z. B. politische Massnahmen, technologische Veränderungen, Marktstimmungen usw.), die unseren Betrieb und/oder die Kundennachfrage beeinträchtigen	<ul style="list-style-type: none"> – Volatilität des Rohstoffangebots aufgrund physischer Klimaveränderungen (z. B. Wasserstress, Hitzestress usw.) – Politische Massnahmen wie CO₂-Abgaben, Landnutzungsbeschränkungen und Veränderungen bei den Agrarsubventionen, welche die Betriebskosten beeinträchtigen – Zunehmende Bedenken von Konsumenten und/oder Anspruchsgruppen im Zusammenhang mit dem Klimawandel, welche die Reputation des Unternehmens beeinträchtigen 	<ul style="list-style-type: none"> – Umsetzung des Wegs von Nestlé zur «Grünen Null» – <i>Generation Regeneration</i>-Aktivitäten zur Förderung regenerativer Ernährungssysteme – Fortschritte bei den Abhilfemassnahmen, die im <i>Creating Shared Value and Sustainability Report</i>, im <i>Climate Risk and Impact Report</i> und in den Antworten von Nestlé auf die vom CDP gestellten Informationsanfragen ausgewiesen werden
Konsumentenpräferenzen	Unvermögen, sich verändernde Konsumentengewohnheiten angemessen zu antizipieren; Unvermögen, innovative relevante und konkurrenzfähige Produkte und Marken anzubieten; und/oder Unvermögen, schnell zu handeln	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Nichterreichen der Wachstumsziele, Marktanteilsverlust 	<ul style="list-style-type: none"> – Verstärkte Konsumentenorientierung der Innovationsprozesse – Anwendung von ernährungswissenschaftlichem Know-how zur Verbesserung von Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden der Menschen – Verbesserter Zugang zu sicherer und erschwinglicher Nahrung
Kunden- und Channel-Management	Unvermögen, Handelsbeziehungen über traditionelle und neue Kanäle aufzubauen und aufrechtzuerhalten	<ul style="list-style-type: none"> – Reduzierter Vertrieb unserer Produkte an die Konsumenten – Eingeschränkte Möglichkeit, über den Preis die Marge zu beeinflussen – Nichterreichen der Wachstumsziele, Marktanteilsverlust 	<ul style="list-style-type: none"> – Strategisches Kundenbeziehungsmanagement – Anhaltende Beschleunigung der Digitalisierung und Ausbau von E-Commerce und Online-Kommunikation
Verantwortung für die Umwelt	Nichteinhaltung oder -erfüllung von rechtlichen Vorgaben oder Erwartungen im Umweltbereich (z. B. Auswirkungen auf die Biodiversität, Nutzung natürlicher Ressourcen, Emission von Luft- und Wasserschadstoffen usw.)	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Bussgelder und/oder Besteuerung von Produkten/Kategorien – Hindernisse bei Betriebsgenehmigungen (z. B. beim Zugang zu Wasser usw.) – Rechtsstreitigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> – Umsetzung des <i>Caring for Water</i>-Plans zum Erhalt der Wasserressourcen – Verpflichtungen zur Verbesserung der Effizienz unserer Betriebe (z. B. Übergang zu Energie aus erneuerbaren Quellen, Verringerung des Schadstoffausstosses usw.) – Mitgliedschaft von Nestlé in der Taskforce on Nature-related Financial Disclosures
Ethik und Compliance	Mangelnde Integrität oder Verhalten, das unvereinbar ist mit unserem Unternehmenssinn und unseren Werten	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Strafen und/oder Geldbussen – Rechtsstreitigkeiten – Verlust von Lizenzen 	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Unternehmensgrundsätze</i> und <i>Nestlé Code of Business Conduct</i> als Ausdruck unserer Verpflichtung zu Integrität – Compliance-Programm und -Systeme einschliesslich Beschwerdeverfahren
Geopolitische und soziale Faktoren	Instabilität und/oder Unsicherheit (z. B. politische Instabilität, Konflikte, Handelskriege, Pandemien oder Ausbruch von Krankheiten sowie beschäftigungs- und/oder infrastrukturbezogene Risiken usw.)	<ul style="list-style-type: none"> – Rückgang der Kundennachfrage in Kategorien und/oder Kanälen – Beeinträchtigung der Geschäftstätigkeit des Konzerns in einem Land oder einer Region – Unterbrechung der Versorgungskette 	<ul style="list-style-type: none"> – Überwachung und Ad-hoc-Pläne zur Fortführung der Geschäftstätigkeit, um die Folgen derartiger Ereignisse zu begrenzen – Geografische Reichweite und breite Produktpalette von Nestlé – Dezentrale Managementstruktur – Beschaffungsstrategie

Risiko *	Beschreibung	Mögliche Auswirkungen	Wichtigste Massnahmen
Gesundheit und Sicherheit	Nichteinhaltung der lokalen Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften und/oder fehlende Förderung sicherer, gesunder Arbeitsplätze in den Ländern, in denen Nestlé tätig ist	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Strafen und/oder Geldbussen – Rechtsstreitigkeiten – Verletzungen oder Todesfälle – Berufskrankheiten oder Unfälle 	<ul style="list-style-type: none"> – Langfristige Initiativen, um sichere und gesunde Verhaltensweisen der Mitarbeitenden zu fördern – Richtlinien und Verfahren zur Sicherstellung der Gesundheit und Sicherheit – Vorhandene Verfahren zur Einhaltung der lokalen Gesetze zum Arbeits- und Gesundheitsschutz – Gesundheitsstrategie für Mitarbeitende (z. B. <i>#HealthyLives</i>, um das Bewusstsein der Mitarbeitenden für ihre Gesundheit, Sicherheit und ihr Wohlbefinden zu stärken usw.)
Menschenrechte	Unvermögen, Menschenrechtsverletzungen (z. B. Zwangsarbeit, Kinderarbeit, existenzsichernde Einkommen und Löhne, Vereinigungsfreiheit usw.) im direkten Betrieb und in der erweiterten Versorgungskette zu identifizieren und/oder zu verhindern	<ul style="list-style-type: none"> – Negative Auswirkungen auf den Einzelnen – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Strafen und/oder Geldbussen – Hindernisse bei Betriebsgenehmigungen – Rechtsstreitigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> – Menschenrechts-Rahmenwerk und Roadmap – Aktionspläne zu wichtigen Themen – Programme zur nachhaltigen Beschaffung (z. B. <i>Nescafé Plan, Nestlé Cocoa Plan</i> usw.) – Richtlinien, Verfahren und Kontrollen zur Achtung und Förderung der Menschenrechte – Beschwerdeverfahren und Folgenmanagement
Makro-ökonomische Faktoren	Volatilität und/oder plötzliche Ereignisse, die sich auf makroökonomische Faktoren auswirken (z. B. Devisen, Zinssätze, Kapitalkosten, Kreditratings, Pensionsverpflichtungen usw.)	<ul style="list-style-type: none"> – Staatliche Eingriffe (z. B. Kapitalkontrollen, Preiskontrollen usw.), die Betriebe und finanzielle Leistung beeinflussen – Erschwerter Zugang zu Kapitalmärkten 	<ul style="list-style-type: none"> – Erforderliche Governance und Risikominderungsmaßnahmen, um Risiken aktiv zu verwalten, sowie eine langfristige Perspektive bei Finanzanlagen und Verbindlichkeiten
Nicht finanzielle Corporate Governance	Nichteinhaltung und/oder Nichterfüllung der Erwartungen der Anspruchsgruppen in Bezug auf die nicht finanzielle Leistung und Berichterstattung	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Strafen und/oder Geldbussen – Rechtsstreitigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> – Überwachung durch den Verwaltungsrat, unterstützt durch den Nachhaltigkeitsausschuss – Leitung durch den ESG & Sustainability Council – Spezielle ESG-Strategie- und Entwicklungseinheit – Ausrichtung an einschlägigen Rahmenwerken für die nicht finanzielle Berichterstattung
Mitarbeiterbindung	Unvermögen, in einem umkämpften, dynamischen Markt talentierte Mitarbeitende anzuwerben und zu binden	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Mitarbeitende sind nicht mit den für das digitale Zeitalter erforderlichen Fähigkeiten ausgestattet – Nichterreichen der Wachstums- und Gewinnziele 	<ul style="list-style-type: none"> – Initiativen, um ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis und kulturelle Vielfalt zu fördern – Entwicklung von Strategien, um den Anforderungen einer sich wandelnden Belegschaft gerecht zu werden
Produkt- und Kunststoffverpackungen	Nichteinhaltung von aktuellen oder künftigen Vorschriften und Unvermögen, eine entsprechende Ersatzverpackung zu beschaffen und/oder neue innovative Lösungen zu entwickeln	<ul style="list-style-type: none"> – Besteuerung, Verbot und/oder Auslistung von spezifischen Verpackungen (z. B. Einwegkunststoffe usw.) und/oder Verpackungselementen (z. B. Strohhalme usw.) – Stigmatisierung und/oder Obsoleszenz von Produkten, Marken und/oder Kategorien – Nichterreichen der Wachstumsziele, Marktanteilsverlust 	<ul style="list-style-type: none"> – Transformation von Verpackungssystemen, einschliesslich recyclingfähiger oder wiederverwendbarer Verpackungen, neuer Verpackungsmaterialien und Zusammenarbeit zur Steigerung von Recyclingquoten – Innovative Verpackungslösungen des Nestlé Institute of Packaging Sciences

Risiko *	Beschreibung	Mögliche Auswirkungen	Wichtigste Massnahmen
Produktqualität und -sicherheit	Bedeutendes Ereignis im Zusammenhang mit ersten Verstössen gegen die Nahrungsmittelsicherheit, die Produktqualität oder mit anderen produktbezogenen Compliance-Themen	<ul style="list-style-type: none"> – Schwere Schaden oder Tod – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Nichterfüllung sich verändernder regulatorischer Anforderungen – Verlust von Vertrauen – Strafen und/oder Geldbussen – Rechtsstreitigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> – Richtlinien, Verfahren und Kontrollen, um eine hohe Produktqualität und sichere Produkte zu gewährleisten sowie Gesundheitsrisiken vorzubeugen – Kultur der Qualität und Nahrungsmittelsicherheit
Regulierung	Anhaltende negative Wahrnehmung der Gesundheitsfolgen von verarbeiteten Nahrungsmitteln und Getränken	<ul style="list-style-type: none"> – Zunehmende Regulierung der Branche/spezifischer Kategorien – Abnahme des Vertrauens der Konsumenten in die Branche – Einschränkungen von Marketing und Vertrieb 	<ul style="list-style-type: none"> – Ernährungswissenschaftliches Know-how mit Fokus auf die Verbesserung von Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden der Menschen – Richtlinien, darunter die Richtlinie von Nestlé für die Marketingkommunikation an Kinder und die Richtlinie von Nestlé zur Umsetzung des WHO-Kodex
Strategische Investitionsentscheidungen	Die Investitionsentscheidungen verändern sich im Laufe der Zeit und können Investitionen in aufkommende Technologien, neue Geschäftsmodelle, Aufbau von beziehungsweise Eintritt in neue Kategorien und/oder Expansion in neue Regionen umfassen	<ul style="list-style-type: none"> – Weitreichendere Risiken für den Konzern – Akzeptanz eines höheren Risiko-Ertrags-Verhältnisses 	<ul style="list-style-type: none"> – Die Investitionsentscheidungen des Konzerns sind auf die Strategie abgestimmt und werden anhand ihres langfristigen Wertschöpfungspotenzials priorisiert
Unterbrechung der Versorgungskette	Bedeutendes Ereignis, das die Beschaffung von Rohstoffen, den Transport sowie interne oder externe Produktionsanlagen beeinträchtigt (z. B. Rohstoffengpässe, Streiks, Sanktionen, Naturkatastrophen, Pandemien oder Ausbruch von Krankheiten, Konflikte usw.)	<ul style="list-style-type: none"> – Beeinträchtigung der Versorgungssicherheit bei wichtigen Produkten, Zutaten und Verpackungen, einschliesslich Beschaffung, Transport zu Betriebsstätten und Vertrieb an die Kunden – Anstieg der Inputkosten und/oder der Produktions- und Vertriebskosten 	<ul style="list-style-type: none"> – Pläne zur Fortführung der Geschäftstätigkeit sowie Notfallpläne für wichtige Standorte – Aktives Management von Rohstoffpreisisiken – Verschiedene Versorgungsoptionen, gegebenenfalls auch lokale Beschaffung
Verantwortungsbewusste Steuerung der Versorgungskette	Unvermögen, eine transparente, nachhaltige und robuste Versorgungskette für Nahrungsmittel zu gewährleisten	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf den Ruf von Nestlé und/oder ihre Marken – Geldbussen und/oder Strafen – Hindernisse bei Betriebsgenehmigungen – Produktknappheit 	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Generation Regeneration</i>-Aktivitäten, um die Förderung regenerativer Ernährungssysteme zu unterstützen – Nachhaltige Beschaffungsprogramme, um Transparenz und Rückverfolgbarkeit bei wichtigen Rohstoffen zu erreichen
Systeme, Sicherheit und Datenschutz	Bedrohung durch Cyberangriffe, neue Technologien wie KI und/oder Versagen interner Systeme und digitaler Netzwerke und dadurch Beeinträchtigung der Zuverlässigkeit, Sicherheit und Vertraulichkeit der Daten und/oder der operativen Fähigkeit von Nestlé	<ul style="list-style-type: none"> – Aussetzen der betrieblichen Aktivitäten – Reputationsschäden durch den Verlust vertraulicher Daten – Verlust von Konsumentenvertrauen – Geldbussen und/oder Strafen – Rechtsstreitigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> – Notfallpläne und Verfahren, um Hard- und Software zu schützen – Datenschutzprogramm zum Schutz vor Bedrohungen der Datensicherheit und zur Einhaltung der sich wandelnden regulatorischen Vorschriften
Steuerliche Faktoren	Änderung oder Neuauslegung bestehender Steuervorschriften und/oder neuer Steuervorschriften (z. B. Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) der OECD usw.)	<ul style="list-style-type: none"> – Nichteinhaltung von Steuervorschriften – Erhöhung der effektiven Steuersätze – Anstieg der Kosten für die Einhaltung der Vorschriften 	<ul style="list-style-type: none"> – Grundsätze des Konzernsteuermanagements zur Verwaltung und Überwachung der Einhaltung der Steuervorschriften – Verfahren und Werkzeuge zur Gewährleistung der Einhaltung neuer Anforderungen

*Die Reihenfolge der Risiken entspricht der alphabetischen Reihenfolge im englischen Ausgangsdokument.

Fabriken

Nordamerika (NA)

Kanada	2		●			●	
Vereinigte Staaten	54	●		●	●	●	●

Europa (EUR)

Belgien	1		●				
Bulgarien	1					●	
Tschechische Rep.	3				●	●	
Dänemark	1				●		
Finnland	2			●	●		
Frankreich	14	●	●		●		●
Deutschland	12	●			●	●	●
Griechenland	2	●	●				
Ungarn	2	●				●	●
Irland	1			●			
Italien	6		●			●	●
Niederlande	1			●			
Polen	5		●	●	●	●	●
Portugal	2	●		●	●		
Republik Serbien	1	●			●		
Russland	6	●		●	●	●	●
Slowakische Rep.	1				●		
Spanien	10	●	●	●	●	●	●
Schweden	1	●					
Schweiz	10	●	●		●	●	●
Türkiye	3	●	●	●		●	
Ukraine	3				●		
Grossbritannien	8	●	●	●		●	●

Asien, Ozeanien und Afrika (AOA)

Algerien	2		●	●			
Angola	1			●			
Australien	6	●				●	●
Bahrain	1		●				
Bangladesch	1	●		●	●	●	
Kamerun	1			●		●	
Côte d'Ivoire	2	●				●	
Ägypten	2	●	●	●	●	●	
Ghana	1	●		●	●	●	
Indien	8	●		●	●	●	●
Indonesien	4	●		●	●	●	
Iran	2	●	●		●		
Israel	6	●			●	●	●
Japan	3	●		●	●		●
Jordanien	1		●				
Kenia	1	●			●	●	
Libanon	1		●				
Malaysia	6	●		●	●	●	●
Marokko	1	●		●			
Neuseeland	4				●	●	●
Nigeria	3	●	●	●		●	●
Pakistan	4	●	●	●	●		
Papua-Neuguinea	1	●				●	
Philippinen	5	●		●	●		
Katar	1		●				
Senegal	1			●		●	
Singapur	2	●			●		
Saudi-Arabien	5		●				
Südafrika	5	●		●	●	●	●
Sri Lanka	1	●		●		●	
Thailand	9	●	●	●	●		●
Vereinigte Arabische Emirate	2	●	●	●	●	●	●
Vietnam	6	●	●	●	●	●	
Simbabwe	1			●			

Die Länderfolge innerhalb der Kontinente entspricht der alphabetischen Reihenfolge im englischen Ausgangsdokument. Die schwarze Ziffer hinter den Ländern gibt die Anzahl der Fabriken an.

- Getränke in flüssiger und Pulverform
- Wasserprodukte
- Milchprodukte und Speiseeis
- Nutrition-Produkte und Health Science
- Fertiggerichte und Kulinarikprodukte
- Süßwaren
- Produkte für Heimtiere

Lateinamerika (LATAM)

Argentinien	6	●	●	●	●	●	●	●
Bolivien	1							●
Brasilien	12	●		●	●	●	●	●
Chile	9	●		●	●	●	●	●
Kolumbien	5	●		●	●	●	●	●
Kuba	3		●	●				
Dominikanische Republik	2			●		●		
Ecuador	3	●		●	●	●	●	
Guatemala	2					●		
Mexiko	12	●	●	●	●	●	●	●
Nicaragua	1	●		●				
Panama	1			●		●		
Peru	1	●		●	●	●	●	
Trinidad und Tobago	1	●		●		●		
Uruguay	1	●						
Venezuela	5	●		●		●	●	●

Greater China (GC)

Greater China	23	●		●	●	●	●	●
---------------	----	---	--	---	---	---	---	---

Corporate Governance und Compliance

Corporate Governance

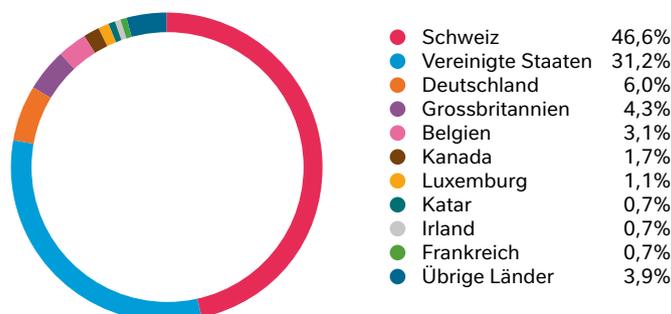
Ein prinzipienbasierter Governance-Ansatz bildet die Grundlage für unsere zahlreichen Massnahmen, um nachhaltigen Mehrwert für unsere Aktionäre zu schaffen und eine gemeinsame Wertschöpfung für alle unsere Anspruchsgruppen zu erzielen.

Das Wertschöpfungsmodell von Nestlé ermöglicht uns, weiter zu investieren, zu erneuern und zu wachsen. Wir haben auf unserem Weg, die absoluten THG-Emissionen in unserer Lieferkette zu reduzieren, Fortschritte erzielt und unterstützen weiterhin die Umstellung auf ein regeneratives Nahrungsmittelsystem. Unsere Massnahmen zum Klimaschutz stehen im Einklang mit unserem Weg zur «Grünen Null», den unsere Aktionäre an der ordentlichen Generalversammlung 2021 befürwortet haben. Ab 2024 werden wir unseren nicht finanziellen Bericht den Aktionären zur Abstimmung vorlegen, wie es das Schweizer Recht verlangt. Während wir unser Portfolio zum Wohle unseres Planeten gestalten, haben wir unsere Anstrengungen zur Versorgung der Konsumenten mit nahrhaften, gesunden und schmackhaften Produkten und zur Einführung neuer, weltweit bewährter Verfahren für die Transparenz bezüglich der Nährstoffe von Produkten weiter intensiviert.

Der Verwaltungsrat von Nestlé ist für die Leitung des Unternehmens verantwortlich. Wir haben ihn mit neuen unabhängigen Mitgliedern weiter gestärkt, deren zusätzliche vielfältige Erfahrung und Fachkenntnisse für Nestlé relevant sind, zum Beispiel in Bezug auf Nahrungssysteme, Nahrungsmittel und Getränke, Digitalisierung, Marketing, Nachhaltigkeit, Geopolitik und weitere Themen. Den Dialog mit unseren Aktionären pflegen wir über Roadshows, Investorentreffen, Analystengespräche und Rundtischgespräche mit unserem Verwaltungsratspräsidenten, bei denen wir Investoren aus Asien, Nordamerika, der Schweiz, Deutschland, Grossbritannien, Frankreich und den Niederlanden treffen.

Der Präsidial- und Corporate-Governance-Ausschuss überprüft regelmässig unsere Governance. Im Jahr 2023 prüfte er die Rollen und Verantwortlichkeiten im Hinblick auf unsere ESG-/Nachhaltigkeits-Berichterstattung. Der Verwaltungsrat genehmigt die vom Management vorgeschlagene ESG-/Nachhaltigkeits-Strategie und legt der ordentlichen Generalversammlung unseren nicht finanziellen Bericht vor. Der Nachhaltigkeitsausschuss berät über unsere ökologische und soziale Nachhaltigkeit, einschliesslich unserer Reaktion auf den Klimawandel und unseres Due-Diligence-Programms für die Menschenrechte, und hat die Aufsicht

Geografische Verteilung des Aktienkapitals



über die Struktur und den Inhalt der ESG-/Nachhaltigkeits-Berichterstattung. Der Kontrollausschuss überwacht die interne und externe Revision und überprüft die Berichte über interne Kontrollen, Compliance, Betrug und Risikomanagement. Er hat ausserdem die Aufsicht über die Genauigkeit unserer finanziellen und nicht finanziellen Berichterstattung. Der Nominationsausschuss unter der Leitung des Lead Independent Director prüft die Zusammensetzung, Leistung, Struktur und Nachfolgeplanung des Verwaltungsrats und evaluiert Kandidaten für dieses Gremium. Der Vergütungsausschuss gewährleistet die Abstimmung unserer Vergütungssysteme mit unseren Werten, Strategien und Leistungen. Im Jahr 2023 hat er die Weiterentwicklung der KPIs in unseren kurz- und langfristigen Bonusplänen fortgesetzt und die damit verbundene Offenlegung weiter verbessert.

Verwaltungsrat der Nestlé AG

Verwaltungsrat der Nestlé AG am 31. Dezember 2023

Paul Bulcke (1, 2, 4)

VR-Präsident

U. Mark Schneider (1, 2)

Delegierter des Verwaltungsrats

Henri de Castries (1, 2, 4, 6)

Vize-Präsident

Lead Independent Director

Ehemaliger VR-Präsident und

CEO der AXA

Pablo Isla (1, 2, 3)

Ehemaliger Präsident und CEO

von Inditex

Renato Fassbind (1, 2, 6)

Ehemaliger Vize-Präsident

der Swiss Re AG

Patrick Aebischer (1, 3)

Präsident Emeritus der

Eidgenössischen Technischen

Hochschule Lausanne (EPFL)

Kimberly A. Ross (1, 6)

Ehemalige CFO von Baker Hughes

LLC, Avon Products Inc. und Royal

Ahold N.V.

Dick Boer (1, 3, 5)

Ehemaliger Präsident

und CEO von

Ahold Delhaize N.V.

Dinesh Paliwal (1, 3, 4)

Ehemaliger Präsident und

CEO von Harman International

Industries Inc.

Hanne Jimenez de Mora (1, 2, 5)

Mitgründerin der a-connect group

Lindiwe M. Sibanda (1, 5)

Ausserordentliche Professorin an

der Universität Pretoria, Südafrika

Luca Maestri (1, 6)

Chief Financial Officer

von Apple Inc.

Chris Leong (1, 5)

Chief Marketing Officer

von Schneider Electric

Rainer Blair (1)

Präsident und CEO

der Danaher Corporation

Marie-Gabrielle

Ineichen-Fleisch (1, 4)

Ehemalige Staatssekretärin

und Direktorin des Schweizer

Staatssekretariats für Wirtschaft

SECO

Peter Brabeck-Letmathe

Präsident Emeritus

David P. Frick

Sekretär des Verwaltungsrats

EY (1)

Unabhängige Revisoren

(1) Ende des Mandats zum Zeitpunkt
der ordentlichen Generalversammlung
der Aktionäre 2024

(2) Präsidial- und Corporate-Governance-
Ausschuss

(3) Vergütungsausschuss

(4) Nominationsausschuss

(5) Nachhaltigkeitsausschuss

(6) Kontrollausschuss

Weiterführende Informationen zum
Verwaltungsrat sind dem *Bericht zur
Corporate Governance 2023* zu entnehmen.



Paul Bulcke



U. Mark Schneider



Henri de Castries



Pablo Isla



Renato Fassinot



Patrick Aebischer



Kimberly A. Ross



Dick Boer



Dinesh Paliwal



Hanne Jimenez de Mora



Lindiwe M. Sibanda



Luca Maestri



Chris Leong



Rainer Blair



Marie-Gabrielle Ineichen-Fleisch



David P. Frick
Sekretär des Verwaltungsrats

Konzernleitung der Nestlé AG



Konzernleitung der Nestlé AG am 31. Dezember 2023

Von links nach rechts

GD: Generaldirektor
CEO: Chief Executive Officer

Weiterführende Informationen
zur Konzernleitung sind dem
Bericht zur Corporate Governance 2023
zu entnehmen.

Greg Behar
Stv. GD, CEO
Nestlé Health Science

Stefan Palzer
GD, Innovation, Technologie,
Forschung und Entwicklung

Leanne Geale
GD, Group General Counsel

Steven Wood Presley
GD, CEO Zone Nordamerika

Laurent Freixe
GD, CEO Zone Lateinamerika

David Xiqiang Zhang
GD, CEO Zone Greater China

Stephanie Pullings Hart
GD, Operations

U. Mark Schneider
Delegierter des Verwaltungsrats



Lisa Gibby
Stv. GD, Chief
Communications Officer

Bernard Meunier
GD, Strategische
Geschäftseinheiten, Marketing
und Verkauf

Béatrice Guillaume-Grabisch
GD, Human Resources
und Business Services

David Rennie
Stv. GD, Nestlé Coffee Brands

Remy Ejel
GD, CEO Zone Asien,
Ozeanien und Afrika

Marco Settembri
GD, CEO Zone Europa

Sanjay Bahadur
Stv. GD, Group Strategy
and Business Development

François-Xavier Roger
GD, Chief Financial Officer

Besuch eines LENSs-Betriebs
EJ Barker and Sons mit Sitz auf der
Lodge Farm in Suffolk, Grossbritan-
nien, ist einer der Partnerbetriebe im
Rahmen der Landscape Enterprise
Networks (LENs) und führt regenera-
tive Landwirtschaftspraktiken ein, um
das Ressourcenmanagement und die
Biodiversität zu verbessern. Der Betrieb
liefert Weizen an Purina und Nestlé
Cereal Partners UK.

Compliance

Compliance ist unsere Verpflichtung, mit Aufrichtigkeit, Integrität und Respekt in Bezug auf unsere eigenen Werte, Grundsätze und Richtlinien sowie die Gesetze und Vorschriften an unseren Standorten zu handeln. Sie ist eine nicht verhandelbare Voraussetzung für unser Handeln und ermöglicht ein nachhaltiges Geschäftswachstum. Unser umfassendes Compliance-Managementsystem besteht aus Richtlinien, Prozessen, Kontrollen und Tools. Es wird regelmässig überprüft, um sicherzustellen, dass wir uns proaktiv für unsere Werte einsetzen und relevante Risiken angehen und gleichzeitig die zahlreichen und zunehmenden regulatorischen Anforderungen erfüllen.

Der Verwaltungsrat und die Konzernleitung von Nestlé überwachen und fördern die konzernweite Umsetzung guter Praktiken. Das Management wird von unserer Legal- und Compliance-Funktion mit Beratung und funktionaler Anleitung unterstützt, sowie von allen anderen Funktionen, die an unserem risiko- und prinzipienbasierten Compliance-Programm beteiligt sind. Das Group Compliance Committee stellt sicher, dass unser integrierter Prüfungsrahmen kontinuierlich weiterentwickelt wird, während Market Compliance Officers und Ausschüsse ein konzernweit einheitliches Vorgehen gewährleisten und bei der Ermittlung lokaler Compliance-Prioritäten helfen. Die Compliance wird durch unsere Unternehmensfunktionen, einschliesslich Audit, und externe Revisionsstellen überwacht.

Im Jahr 2023 haben die Mitarbeitenden mehr als 970 000 E-Module zu Themen wie unsere *Unternehmensgrundsätze*, Compliance, Menschenrechte, Sicherheit, sexuelle Belästigung, Kartellrecht sowie Vielfalt und Inklusion absolviert. Wir haben ausserdem eine neue obligatorische Schulung zu ethischem und verantwortungsbewusstem Handeln (mit Schwerpunkt auf der Bekämpfung von Geldwäsche) für eine ausgewählte Untergruppe von Personalmanagern sowie eine empfohlene Schulung zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption für alle Mitarbeitenden eingeführt.

Dieses Jahr ist das letzte Jahr im Zyklus 2021–2023 des CARE-Programms, in dessen Rahmen wir an unseren Standorten mithilfe unabhängiger Revisoren spezifische Aspekte unserer sozialen Compliance beurteilen, darunter Gesundheit und Sicherheit, Umwelt und Arbeitsbedingungen. Im Jahr 2023 wurden insgesamt 194 Audits an 440 Standorten durchgeführt. Wir haben das Programm in Vorbereitung auf den neuen CARE-Zyklus 2024–2026 verbessert, insbesondere die Bewertung der Menschenrechte an unseren Standorten.

Unser «Speak Up»-System, das unabhängig von einem Dritten betrieben wird, ermöglicht es uns, Beschwerden von Mitarbeitenden und externen Anspruchsgruppen zu möglichen Compliance-Verstössen zu untersuchen und darauf einzugehen. Wir sind begründeten Beschwerden zu Fällen wie Machtmissbrauch und/oder Mobbing/Schikanen, Arbeitspraktiken, sexuelle Belästigung und Interessenkonflikten nachgegangen. Als Konsequenz aus allen begründeten Fällen im Jahr 2023 mussten 122 Mitarbeitende unser Unternehmen verlassen und 15 Dienstleistern wurde aufgrund von Compliance-Verstössen gekündigt. Im Jahr 2023 haben wir eine neue Schulung mit dem Titel «Durchführung von Untersuchungen zu verhaltensbezogenen Vorwürfen» entwickelt, die unseren Märkten als Orientierung und als umfassendes Toolkit mit bewährten Verfahren dienen soll.

Ein jährlicher Compliance-Kommunikationsplan stärkt und bewahrt unsere Geschäftsethik und unsere Compliance-Kultur. Dies ermöglicht gute Geschäftsentscheidungen und erhöht das Vertrauen unserer Anspruchsgruppen in Nestlé.

Aktionärsinformation

Börsenkotierungen

Am 31. Dezember 2023 sind die Aktien der Nestlé AG an folgender Börse kotiert: SIX Swiss Exchange, Zürich (ISIN-Nummer: CH0038863350). Auf Nestlé AG-Aktien ausgestellte «American Depositary Receipts» (ADRs) (ISIN-Nummer: US6410694060) werden in den Vereinigten Staaten durch Citibank N.A., New York, ausgegeben.

Sitze der Gesellschaft

Nestlé AG
Avenue Nestlé 55
CH-1800 Vevey (Schweiz)
Tel. +41 (0)21 924 21 11

Nestlé AG (Aktienbüro)
Zugerstrasse 8
CH-6330 Cham (Schweiz)
Tel. +41 (0)41 785 20 20

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:

Nestlé AG
Investor Relations
Avenue Nestlé 55
CH-1800 Vevey (Schweiz)
Tel. +41 (0)21 924 35 09
E-Mail: ir@nestle.com

Für Auskünfte in Bezug auf das Aktienregister (Eintragungen, Übertragungen, Dividenden usw.) wenden Sie sich bitte an:

Nestlé AG (Aktienbüro)
Zugerstrasse 8
CH-6330 Cham (Schweiz)
Tel. +41 (0)41 785 20 20
Fax +41 (0)41 785 20 24
E-Mail: shareregister@nestle.com

Der *Lagebericht* ist auf Englisch, Französisch und Deutsch auch im PDF-Format via Internet erhältlich. Die konsolidierte Erfolgsrechnung, Bilanz und Geldflussrechnung stehen auch als Excel-Tabellen zur Verfügung.

www.nestle.com

18. April 2024

157. ordentliche Generalversammlung

19. April 2024

Letzter Handelstag mit Berechtigung zur Dividende

22. April 2024

Datum Ex Dividende

24. April 2024

Auszahlung der Dividende

25. April 2024

Bekanntgabe des Umsatzes für das erste Quartal 2024

25. Juli 2024

Veröffentlichung des Halbjahresberichts Januar-Juni 2024

17. Oktober 2024

Bekanntgabe des Umsatzes für die ersten neun Monate 2024

13. Februar 2025

Jahresergebnisse 2024

© 2024, Nestlé AG, Cham und Vevey (Schweiz)

Der *Geschäftsbericht* enthält Voraussagen, welche die gegenwärtige Sicht und Einschätzung der Unternehmensleitung widerspiegeln. Diese Voraussagen beinhalten gewisse Risiken und Unsicherheiten, welche zu einer wesentlichen Diskrepanz zwischen den vorausgesagten und den tatsächlichen Ergebnissen führen könnten. Potenzielle Risiken und Unsicherheitsfaktoren umfassen Elemente wie die generelle Wirtschaftslage, Währungsschwankungen, den Wettbewerbsdruck auf Produkte und Preise sowie veränderte gesetzliche Rahmenbedingungen.

Der *Geschäftsbericht* erscheint auf Englisch, Deutsch und Französisch. Der englische Wortlaut ist inhaltlich massgebend.

Bei den kursiv gedruckten Marken handelt es sich um Warenzeichen, die von der Nestlé-Gruppe verwendet werden.

Konzept und Gestaltung

Société des Produits Nestlé AG, Corporate Identity & Design, mit Large Network

Fotografie

Niels Ackermann,
Gaëtan Bally,
Matthew Joseph,
Nestlé AG

Druckvorstufe

Images3 S.A. (Schweiz)

Produktion

Stämpfli AG (Schweiz)

Papier

Dieser Bericht ist auf Refutura gedruckt, einem Papier, das zu 100% aus Altpapier produziert und FSC-zertifiziert ist (Forest Stewardship Council).

