

## Geschäftsbericht 2001

Die strategischen Prioritäten von Nestlé zielen darauf ab, durch ein nachhaltiges, kapitaleffizientes, gewinnbringendes und langfristiges Wachstum die Wertschöpfung zu Gunsten der Aktionäre zu erhöhen.

Schlüsselzahlen	▶
Geschäftsentwicklung der Gruppe	7
Nachhaltige Entwicklung	26
Produkte und Marken	39
Allgemeine Informationen	84
Finanzielle Berichterstattung 2001	Anhang



**Peter Brabeck-Letmathe**  
Delegierter des Verwaltungsrates

**Rainer E. Gut**  
Präsident des Verwaltungsrates

## Schlüsselzahlen nach Verantwortungsbereichen und geografischen Regionen

### Umsatz

In Millionen CHF

			2001	2000	1999
Zone Europa	31,6%		26 742	26 285	27 098
Zone Nord- und Südamerika	31,4%		26 598	25 524	22 045
Zone Asien, Ozeanien und Afrika	18,2%		15 458	15 710	13 611
Andere Aktivitäten (a)	18,8%		15 900	13 903	11 906
	100%		84 698	81 422	74 660

### Ergebnis

In Millionen CHF

			2001	2000	1999
Zone Europa	25,2%		2 783	2 753	2 671
Zone Nord- und Südamerika	31,9%		3 531	3 503	2 799
Zone Asien, Ozeanien und Afrika	23,5%		2 598	2 673	2 185
Andere Aktivitäten (a)	19,4%		2 149	2 015	1 675
	100%		11 061	10 944	9 330
Nicht zugeteilt (b)			(1 843)	(1 758)	(1 416)
Betriebsergebnis			9 218	9 186	7 914

### Investitionen in Sachanlagen

In Millionen CHF

			2001	2000	1999
Zone Europa	27,3%		954	946	923
Zone Nord- und Südamerika	21,4%		747	766	718
Zone Asien, Ozeanien und Afrika	17,9%		626	550	381
Andere Aktivitäten (a)	33,4%		1 169	949	665
	100%		3 496	3 211	2 687
Nicht zugeteilt (c)			115	94	119
			3 611	3 305	2 806

(a) Hauptsächlich pharmazeutische Produkte und Wasser, werden weltweit verwaltet.

(b) Hauptsächlich zentrale Verwaltungskosten, Forschungs- und Entwicklungskosten sowie Abschreibungen auf Goodwill.

(c) Sachanlagen der zentralen Verwaltung sowie der Forschung und Entwicklung.

# Schlüsselzahlen nach Produktgruppen

## Umsatz

In Millionen CHF

			2001	2000	1999
Getränke	28,3%		24 023	23 044	20 859
Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis	27,1%		22 953	21 974	19 411
Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere	25,2%		21 324	20 632	20 185
Schokolade, Süswaren und Biscuits	13,3%		11 244	10 974	10 195
Pharmazeutische Produkte	6,1%		5 154	4 798	4 010
	100%		84 698	81 422	74 660

## Ergebnis

In Millionen CHF

			2001	2000	1999
Getränke	37,5%		4 259	4 318	3 764
Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis	22,7%		2 572	2 620	2 168
Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere	17,9%		2 026	1 948	1 850
Schokolade, Süswaren und Biscuits	10,8%		1 234	1 166	882
Pharmazeutische Produkte	11,1%		1 255	1 212	1 077
	100%		11 346	11 264	9 741
Nicht zugeteilt <sup>(d)</sup>			(2 128)	(2 078)	(1 827)
Betriebsergebnis			9 218	9 186	7 914

(d) Hauptsächlich zentrale Verwaltungskosten, Forschungs- und Entwicklungskosten, Abschreibungen auf Goodwill und Restrukturierungskosten.

## Investitionen in Sachanlagen

In Millionen CHF

			2001	2000	1999
Getränke	29,4%		1 062	936	618
Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis	15,9%		573	530	366
Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere	12,8%		460	390	464
Schokolade, Süswaren und Biscuits	6,9%		249	250	280
Pharmazeutische Produkte	2,7%		99	113	91
	67,7%		2 443	2 219	1 819
Verwaltung, Distribution, Forschung und Entwicklung	32,3%		1 168	1 086	987
	100%		3 611	3 305	2 806

## Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Damen und Herren,

Die Nestlé-Gruppe hat ein turbulentes Jahr mit Erfolg hinter sich gebracht und hat dabei sowohl beim Umsatzwachstum als auch bei der Performance ein ausgezeichnetes Niveau aufrecht erhalten. Der Umsatz stieg auf CHF 84,7 Milliarden. Die Verkäufe der Gruppe wuchsen bei vergleichbarer Struktur und unveränderten Wechselkursen um 9,7%, was sich infolge der Stärke des Schweizer Franks in einem konsolidierten Wachstum von 4,0% niederschlug. Mit 4,4% blieb unser internes Realwachstum über unserem langjährigen Ziel von 4%, eine hervorragende Leistung in einem an Herausforderungen reichen Jahr.

Die Betriebsspanne betrug 10,9%, eine gute Leistung angesichts des Einflusses der Initiative zur Revision der Vertriebskosten sowie der Anfangskosten des GLOBE-Projekts auf diese Marge. Der Reingewinn stieg um 15,9% auf CHF 6681 Millionen, was zu einer verbesserten Nettomarge von 7,9% führte. Der Gewinn pro Aktie erhöhte sich um 15,7% von CHF 14.91 auf 17.25. Der Mittelfluss bleibt mit CHF 8,6 Milliarden besonders stark. Diese Leistung, sowie die günstigen Zukunftsaussichten, begründen den Dividendenvorschlag von CHF 6.40, eine Erhöhung gegenüber CHF 5.50 im Vorjahr (neu berechnet nach dem Aktiensplit).

Das geschäftliche Umfeld von 2001 unterschied sich erheblich von demjenigen des Vorjahres. Es war von Anfang an klar, dass Nordamerika in eine Rezession eintreten und auch Westeuropa ein langsames Wachstum verzeichnen würde. Osteuropa sowie die meisten asiatischen Länder waren davon weniger betroffen. In Lateinamerika war die wirtschaftliche Verlangsamung, mit Ausnahme von Argentinien und Venezuela, weniger ausgeprägt als befürchtet.

Alles in allem haben die meisten unserer Märkte diese Herausforderungen erfolgreich bewältigt und waren in der Lage, einen Umsatz und eine Unternehmensleistung zu erzielen, die leicht über unseren

Erwartungen lagen. Dies beweist die Stärke unserer Menschen, Produkte und Marken sowie die Widerstandskraft unseres Geschäfts gegenüber wirtschaftlichen Zyklen.

Die tragischen Ereignisse des 11. September und ihre weltweiten Auswirkungen hatten keinen direkten Einfluss auf das Ergebnis der Gruppe. Sie gaben indes Anlass zum Nachdenken über die Werte und Haltungen, die in unserer Unternehmenskultur zum Ausdruck kommen. Als ein wahrhaft globales Unternehmen, das Menschen aus über 100 Ländern und vielen Glaubensrichtungen beschäftigt, hat Nestlé stets die Bedeutung des gegenseitigen Respekts und der Toleranz unterstrichen, ungeachtet der Kultur, Religion oder der nationalen Herkunft. Ohne diese Werte kann unsere kleiner werdende Welt weder funktionieren noch gedeihen.

Wir möchten diese Gelegenheit ergreifen, allen Mitgliedern des Managements und des Personals für ihre harte Arbeit und ihren Einsatz zu danken. Das Wettbewerbsklima und der ständige Druck zur Veränderung stellen eine echte Herausforderung dar, und wir sind uns wohl bewusst, dass Nestlé ihre ehrgeizigen Ziele nur mit loyalen, motivierten und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erreichen kann.

Wir bleiben unserem Willen treu, durch nachhaltiges, kapitaleffizientes und gewinnbringendes Wachstum für die Aktionäre Wert zu schaffen. Ihre Gesellschaft geht zielbewusst entlang der strategischen Linien vor, die sie sich gesetzt hat: operationelle Effizienz, Renovation und Innovation, Produkteverfügbarkeit und relevantere Kommunikation mit den Konsumenten – die vier Pfeiler, welche unseren Willen untermauern, unsere führende Stellung in der Industrie zu stärken und noch weiter auszubauen sowie ein Ergebnis zu erwirtschaften, das dieser Stellung angemessen ist.

Im Dezember 2001 schloss Nestlé die Akquisition von Ralston Purina erfolgreich ab. Das Zusammenführen des Know-hows, der Technologie und der internationalen Präsenz von Ralston und Friskies macht uns zu einem Marktführer im rasch wachsenden Geschäft mit Produkten für Heimtiere. Unser

Ziel für 2002 besteht darin, eine rasche Integration dieser Geschäftseinheiten zu sichern und die ersten Gewinne des erweiterten Unternehmens zu verzeichnen, sowohl in kommerzieller als auch in finanzieller Hinsicht. Es zeugt von der Stärke der Finanzlage von Nestlé und von unserer aussergewöhnlichen Mittelschöpfung, dass wir ungeachtet dieser Akquisition im Wert von USD 10,3 Milliarden unser AAA-Kreditrating beibehalten.

Wir wurden auch zum alleinigen Besitzer von Ice Cream Partners USA, was es uns ermöglichen wird, die innovative Kultur des Impulsgeschäfts mit Nestlé-Speiseeis in die Vorzugsmarke Häagen-Dazs in Nordamerika einzubringen. Auch in Europa verstärkten wir unsere Stellung im Norden und Osten des Kontinents durch ein Angebot an die in Deutschland beheimatete Schöller Holding-Gruppe. Diese Initiativen unterstreichen unsere Entschlossenheit, die Kernbereiche unter unseren Produktgruppen weiter zu stärken. Speiseeis wurde erst in den neunziger Jahren zu einem strategischen Wachstumsbereich für Nestlé. Wir nähern uns dem Ende einer Periode, die durch Akquisitionen gekennzeichnet war und die Gruppe ist nun daran, diesen Geschäftsbereich zu konsolidieren und dessen Profitgrundlage zu verbessern.

Ein weiterer wichtiger Schritt während des Jahres 2001 war die Ankündigung eines möglichen Börsengangs (IPO) unseres Augenheilgeschäfts Alcon, welches 2001 einen Umsatz von CHF 4,6 Milliarden hatte. Alcon reichte am 22. Februar 2002 bei der «Securities and Exchange Commission» in den USA ein «Registration Statement» für diesen Börsengang ein. Das Angebot eines Minderheitsanteils an Investoren durch einen Börsengang wird den Wert der verbleibenden Beteiligung von Nestlé hervorheben. Wir haben die Absicht, weiterhin von der Performance von Alcon zu profitieren. Der Vorstoss in das pharmazeutische Geschäft im Jahre 1977 hat für unsere finanzielle Entwicklung über die Jahre

eine positive Rolle gespielt. Der Sinn des Börsengangs liegt gerade darin, den Beitrag zu illustrieren, welchen Alcon weiterhin zu unserem Gewinn und an unsere Bilanz leistet. Der Verwaltungsrat ist der Ansicht, dass der teilweise Börsengang die richtige Vorgehensweise darstellt, um eine korrekte Bewertung von Alcon sicherzustellen und gleichzeitig Nestlé an der künftigen Performance von Alcon teilhaben zu lassen.

Wir sind uns durchaus bewusst, dass diese Massnahmen lediglich unsere Hauptaufgabe vervollständigen, die darin besteht, nach kontinuierlichen Verbesserungen der Effizienz von Nestlé zu suchen und gleichzeitig Umsatzwachstum zu erzielen. Eine erste Serie von Massnahmen, die vorwiegend auf die Produktion zugeschnitten waren, wurde von 1997 bis 2001 erfolgreich durchgeführt und ergab Einsparungen von über CHF 4 Milliarden, was unsere Erwartungen übertraf. Eine zweite Initiative mit einer breiteren Zielsetzung, Target 2004, wurde im Januar 2002 eingeleitet, und wir sind zuversichtlich, dass sie bis 2004 jährliche Einsparungen von über CHF 500 Millionen auslösen wird. Bis dahin werden wir auch die ersten ins Gewicht fallenden Einsparungen durch die GLOBE-Initiative (Global Business Excellence) spüren, die uns unter anderem in die Lage versetzen wird, auf neue geschäftliche Trends rascher zu reagieren, die operationellen Geschäftskosten zu senken und die Skalenerträge effizienter auszunützen.

Wenn wir die längerfristigen Perspektiven von Nestlé betrachten, so glauben wir, dass unser Optimismus voll gerechtfertigt ist. In den über 136 Jahren ihres Bestehens hat unsere Gesellschaft ein ausserordentlich starkes Markenportfolio sowie eine unerreichte weltweite Präsenz aufgebaut und war dabei immer in der Lage, hoch motivierte und loyale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anzuziehen und zu behalten. Zusammen mit einer kohärenten Struktur und der internationalen Streuung ihrer Aktien ist unsere Gesellschaft gut darauf vorbereitet, die Herausforderungen dieser Zeit zu meistern. Ihre Unterstützung und ihre realistischen Erwartungen als loyale, langjährige Aktionäre

haben eine Schlüsselrolle gespielt, indem sie es dem Management erlaubten, sich auf seine wichtigste Aufgabe zu konzentrieren, die darin besteht, die Geschäfte des Unternehmens so zu führen, dass daraus langfristiger und nachhaltiger Wert für Sie entsteht. Nestlé hat ihre Strukturen und Prozeduren sowohl auf der Ebene des Verwaltungsrates als auch auf jener der Generalversammlung auf eine evolutionäre Art und Weise angepasst und spielte dabei in der Schweiz oft eine Pionierrolle. Wir werden weiter so handeln, wenn neue Erkenntnisse ein solches Vorgehen empfehlen. Unsere Prozedurregeln und internen Kontrollen sind strikt und werden laufend überprüft. Sie ergänzen die hohen Standards der persönlichen Integrität und der Verantwortung, die wir von unserem Personal erwarten.

Im Laufe des Jahres verzeichnete die Generaldirektion der Gruppe einige wichtige Veränderungen. Im März verliess Herr Mario Corti Nestlé nach fünf sehr erfolgreichen Jahren als Chief Financial Officer. Herr Wolfgang Reichenberger, damals Chef unseres Marktes in Japan, verfügte über die erforderlichen Erfahrungen und Qualifikationen zur Übernahme dieser Schlüsselfunktion und wurde im April 2002 zum Generaldirektor und Finanzchef der Gruppe ernannt. Er war 1977 als Rechnungsprüfer bei Nestlé eingetreten und bekleidete seither eine Anzahl wichtiger Funktionen sowohl am Hauptsitz als auch in verschiedenen Märkten. Zur gleichen Zeit übernahm Herr Chris Johnson, Stellvertretender Generaldirektor, zusätzlich zu GLOBE auch die Verantwortung für den gesamten Bereich Informationstechnologie, wobei er direkt dem Delegierten des Verwaltungsrates berichtet.

Ende Juni trat Herr Robert Raeber, Generaldirektor und Chef der Zone Europa, in den Ruhestand, nach 34 Jahren Tätigkeit in der Gruppe, vor allem in Deutschland und Frankreich. Herr Raeber hat wesentlich dazu beigetragen, die Geschäftsstrukturen den Erfordernissen der Zukunft anzupassen und hat durch seinen Unternehmergeist und seine Dynamik bei der

Expansion der Gruppe nach Zentral- und Osteuropa eine wichtige Rolle gespielt. Herr Lars Olofsson, der seit 1976 für Nestlé tätig ist, wurde sein Nachfolger. Er hatte seine Laufbahn in Skandinavien begonnen und wurde Leiter unseres wichtigen französischen Marktes, bevor er im Juli 2001 seine Funktion als Chef der Zone Europa aufnahm.

Im Dezember wählte der Verwaltungsrat Herrn Frits van Dijk zum Stellvertretenden Generaldirektor. Herr van Dijk ist für das weltweite Wassergeschäft der Gruppe verantwortlich und berichtet direkt dem Delegierten des Verwaltungsrates. Seine Wahl unterstreicht die strategische Bedeutung des Geschäfts mit abgefülltem Wasser, welches zu einem unserer wichtigsten Wachstumsbereiche geworden ist.

Über alles gesehen, können wir mit Genugtuung auf das Berichtsjahr zurückblicken, in welchem Nestlé einmal mehr eine robuste Leistung erbrachte. Wir sind zuversichtlich, dass unsere Gesellschaft auf dem richtigen Weg ist, ihren Erfolg heute und in den kommenden Jahren zu wiederholen. Wir möchten auch allen Menschen unsere Dankbarkeit ausdrücken, die durch ihre harte Arbeit, ihre Loyalität und ihre Kreativität zu diesen Ergebnissen beigetragen haben.

**Rainer E. Gut**  
Präsident  
des Verwaltungsrates

**Peter Brabeck-Letmathe**  
Vize-Präsident und Delegierter  
des Verwaltungsrates

# Verantwortliche Organe

**Dr. h.c. Helmut O. Maucher (DE)**

Ehrenpräsident

Ablauf der Amtsdauer<sup>1</sup>

## Verwaltungsrat der Nestlé AG

**Rainer E. Gut (CH)** <sup>2, 4</sup> 2005

Präsident

**Peter Brabeck-Letmathe (AT)** <sup>2</sup> 2002

Vize-Präsident

Delegierter des Verwaltungsrates

**Vreni Spoerry (CH)** <sup>2, 3, 4</sup> 2002

Mitglied des Eidgenössischen Parlaments

**George Simpson (GB)** <sup>2, 4</sup> 2004

Industrieller

**Stephan Schmidheiny (CH)** 2003

Präsident der Anova Holding

**Jean-Pierre Meyers (FR)** <sup>3</sup> 2006

Vize-Präsident von L'Oréal

**Prof. Dr. Peter Böckli (CH)** <sup>3</sup> 2003

Rechtsanwalt

**Prof. Dr. h.c. Arthur Dunkel (CH)** 2004

Wirtschaftsberater

**Nobuyuki Idei (JP)** 2006

Präsident und Delegierter des

Verwaltungsrates der Sony Corporation

**André Kudelski (CH)** 2006

Präsident und Delegierter des

Verwaltungsrates der Kudelski-Gruppe

## Sekretär des Verwaltungsrates

**Bernard Daniel (CH)**

Generalsekretär

## Unabhängige Revisoren

KPMG Klynveld Peat Marwick

Goerdeler SA 2002

London und Zürich

Mit Ausnahme von Herrn P. Brabeck-Letmathe sind alle Verwaltungsräte nicht-exekutiv und unabhängig

## Konzernleitung

am 31. Dezember 2001

## Delegierter des Verwaltungsrates

**Peter Brabeck-Letmathe (AT)**

Direkte Verantwortung: Strategische  
Geschäftsdivision Ernährung, Perrier Vittel-Gruppe

## Generaldirektoren

**Francisco Castañer (ES)**

Pharmazeutika und Kosmetik, Verbindung zu L'Oréal,  
Human Resources, Corporate Affairs

**Frank Cella (US)**

Strategische Geschäftseinheiten, Marketing

**Michael W. O. Garrett (GB/AU)**

Asien, Ozeanien, Afrika, Mittlerer Osten

**Rupert Gasser (CH/AT)**

Technik, Produktion, Umwelt,  
Forschung und Entwicklung

**Lars Olofsson (SE)\***

Europa

**Dr. Wolfgang H. Reichenberger (CH/AT)\*\***

Finanzen, Controlling, Rechtswesen,  
Steuern, Einkauf, Export

**Carlos E. Represas (MX)**

Vereinigte Staaten von Amerika,  
Kanada, Lateinamerika

**Chris Johnson (US)**

Stellvertretender Generaldirektor  
Programm GLOBE, Informationssysteme,  
Logistik, eNestlé

<sup>1</sup> Zum Zeitpunkt der ordentlichen Generalversammlung der Aktionäre

<sup>2</sup> Mitglied des Verwaltungsrats-Ausschusses  
und des Auswahl-Ausschusses

<sup>3</sup> Mitglied des Kontroll-Ausschusses

<sup>4</sup> Mitglied des Vergütungs-Ausschusses

\* Robert Raeber (CH) bis zum 30. Juni 2001

\*\* Dr. Mario A. Corti (CH) bis zum 5. April 2001





**Konzernleitung** (von links nach rechts):

Wolfgang H. Reichenberger, Lars Olofsson, Frank Cella,  
Michael W.O. Garrett, Peter Brabeck-Letmathe, Rupert Gasser,  
Carlos E. Represas, Francisco Castañer, Chris Johnson

# Inhaltsverzeichnis

<b>7</b>	<b>Geschäftsentwicklung der Gruppe</b>
8	Allgemeine Kommentare
16	Schlüsselzahlen (konsolidiert)
19	Umsatz
20	Rentabilität
21	Investitionen in Sachanlagen und Cashflow
22	Akquisitionen und Veräusserungen
23	Finanzlage
24	Rohstoffe und Verpackungsmaterial
25	GLOBE – Global Business Excellence
<b>26</b>	<b>Nachhaltige Entwicklung</b>
27	Investition in Nestlé-Mitarbeiter
28	Konsumenten
29	Geschäftspartner; Sozialpartnerschaften
30	Umwelt
<b>32</b>	<b>Zonen im Brennpunkt</b>
33	Zone Europa
35	Zone Nord- und Südamerika
37	Zone Asien, Ozeanien und Afrika
<b>39</b>	<b>Produkte und Marken</b>
40	Getränke
46	Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis
54	Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere
64	Schokolade, Süswaren und Biscuits
68	FoodServices
72	Pharmazeutische Produkte
76	Assoziierte Gesellschaften
80	Geschichtlicher Rückblick
82	Herstellung und Verkauf der Produkte
<b>84</b>	<b>Allgemeine Informationen</b>
85	Traktanden der 135. ordentlichen Generalversammlung der Nestlé AG
86	Wichtige Daten
87	Aktionärsinformation

## Anhang

	<b>Finanzielle Berichterstattung 2001</b>
	Konzernrechnung der Nestlé-Gruppe
	Jahresbericht der Nestlé AG

## Geschäftsentwicklung der Gruppe

Die strategischen Prioritäten von Nestlé zielen darauf ab, durch ein nachhaltiges, kapitaleffizientes, gewinnbringendes und langfristiges Wachstum die Wertschöpfung zu Gunsten der Aktionäre zu erhöhen. Wir verbessern unsere Rentabilität, wobei wir jederzeit die Qualitäts- und Sicherheitsstandards respektieren. Diese Verbesserung erfolgt durch eine kontinuierliche Stärkung unseres Markenportfolios, in das unsere Gruppe weiterhin massiv investieren wird.

## Allgemeine Kommentare

2001 dürfte im Nachhinein als zukunftssträchtiges Jahr für die Gruppe bezeichnet werden, obwohl sich das Finanzergebnis von Nestlé eher verhalten denn dynamisch zeigte: Es war das Jahr, in dem wir eine aggressive Effizienzsteigerung innerhalb der Gruppe vorantrieben, die grösste Akquisition in der Geschichte der Gruppe getätigt und erste Schritte im Hinblick auf einen Börsengang (IPO) von Alcon unternommen haben, der nach seinem Abschluss der grösste bisherige Börsengang in der pharmazeutischen Industrie sein dürfte.

All diese Initiativen, sowohl interne als auch externe, verfolgen ein gemeinsames Ziel: eine Erhöhung der Gesamrendite für unsere Aktionäre durch die Optimierung bestehender Prozesse, die Investition unseres Cashflows in Geschäftsbereiche mit höherer Rendite und eine verbesserte Sichtbarkeit der Gruppe innewohnenden Werte durch die Ausschöpfung des bestehenden Potenzials. Dies sind wichtige Schritte, damit Nestlé als weltweit führendes Nahrungsmittelunternehmen anerkannt wird, nicht nur hinsichtlich seiner Grösse, sondern auch bezüglich seines Finanzergebnisses.

**Optimierung bestehender Prozesse** Unsere produktionsspezifische Kostensenkungsinitiative MH97 wurde im Dezember 2001 erfolgreich abgeschlossen. Es wurden Einsparungen in Höhe von über CHF 4 Milliarden in fünf Jahren erreicht, was die Zielsetzung von CHF 600 Millionen pro Jahr deutlich übertrifft. Mit Target 2004, dem auf drei Jahre ausgerichteten Nachfolgeprogramm, soll auf der durch MH97 geschaffenen Basis der kontinuierlichen Verbesserung aufgebaut werden. Target 2004 ist strikter und strukturierter als MH97 und fusst auf «Best-Practice»-Methoden, die sich weltweit bewährt haben. Unser Ziel ist es, in der Produktion bis Ende 2004 weitere Kosteneinsparungen von mindestens CHF 1,5 Milliarden zu realisieren.

Wir haben unsere Effizienzbestrebungen auf sämtliche Aspekte der Geschäftstätigkeit von Nestlé ausgedehnt. Dies begann mit der Lancierung von GLOBE im letzten Geschäftsbericht. Unsere Funktionen ausserhalb des Produktionsbereichs sowie beim Einkauf bieten grosses Potenzial für Effizienzsteigerungen noch vor 2005, wenn die ersten Erfolge von GLOBE sichtbar sein werden.

Eine Effizienzsteigerung ist auch bei den administrativen Funktionen sowie bei der Interaktion mit Lieferanten und Kunden anzustreben, da sonst die in der Produktion realisierten Einsparungen relativiert werden könnten. In diesem Zusammenhang wurden zwei Initiativen lanciert: «IC<sup>3</sup>» und «Projekt Fitness».

Die Initiative «IC<sup>3</sup>» («Increasing Customer and Channel Contributions») beruht auf einem Benchmarkvergleich: Wir messen unsere jeweilige Performance bei vergleichbaren Einzelhändlern, um dann eine Verbesserung bei jenen zu erreichen, die schlechter abschnitten. Können wir unsere Performance beispielsweise durch ein anderes Produkteangebot, Änderungen bei den Vertriebsvereinbarungen oder Verkaufspunkten verbessern, wird auch der Kunde davon profitieren, sei es mit einem höheren Umsatz und/oder höheren Margen. Ziel ist nicht unbedingt die Reduktion der effektiven Vertriebskosten, sondern die Zusammenarbeit mit unseren Kunden, um diese Ausgabe effizienter zu gestalten. Damit wird beabsichtigt, die Schwungkraft unseres Umsatzwachstums zu verstärken.

«Projekt Fitness», eine eher introspektive Initiative, hat zwei Prioritäten und konzentriert sich vor allem auf die administrativen Bereiche der Gruppe. Die administrativen Kosten sollen reduziert und die Verwaltungsfunktionen neu ausgerichtet werden, so dass diese in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich zur Wertschöpfung beitragen müssen. Mit diesem Projekt sollen in den kommenden drei bis vier Jahren Einsparungen in Höhe von 1% des Umsatzes erzielt werden.

Kostengünstigster Produzent oder im Bereich effiziente Administration tonangebend zu sein, ist nur eine Voraussetzung für den Erfolg. Eine weitere ist Qualität. Dies steht bei all unseren Aktivitäten im Vordergrund und ist für unsere Mitarbeiter ein unabdingbares Muss. Dennoch sollen die Effizienzziele nicht auf Kosten der Qualität erreicht werden, obwohl mit einer Effizienzsteigerung oft sogar eine Qualitätsverbesserung einhergeht.

Fast genauso wichtig wie Qualität ist, dass die Konsumenten unsere Produkte jenen unserer Konkurrenten vorziehen. Auch hier messen wir unsere Effektivität anhand einer Benchmark mit dem Ziel, dass unsere Produkte bei den Konsumenten mindestens eine Präferenz von 60:40 geniessen.

**Investitionen für höhere Renditen** Die Steigerung der Verbraucherpräferenz ist ein Gebiet, auf dem Ralston Purina, die grösste Übernahme in der Geschichte von Nestlé, schon bisher sehr erfolgreich war. Wir erhielten am 11. Dezember 2001 grünes Licht für die Akquisition und begannen sofort mit der Integration in unser Heimtierprodukte-Geschäft Friskies. Wir wissen, dass in einem so dynamischen Markt wie demjenigen für Heimtierprodukte rasches

und entschlossenes Handeln für die Erzeugung von Mehrwert unabdingbar ist. Die Arbeit vor der Integration hat gezeigt, dass die beiden Unternehmen viel voneinander profitieren können. Wir freuen uns, die versprochenen Synergien von USD 260 Millionen zu realisieren und die Performance des ausgebauten Heimtiergeschäftes zu erhöhen.

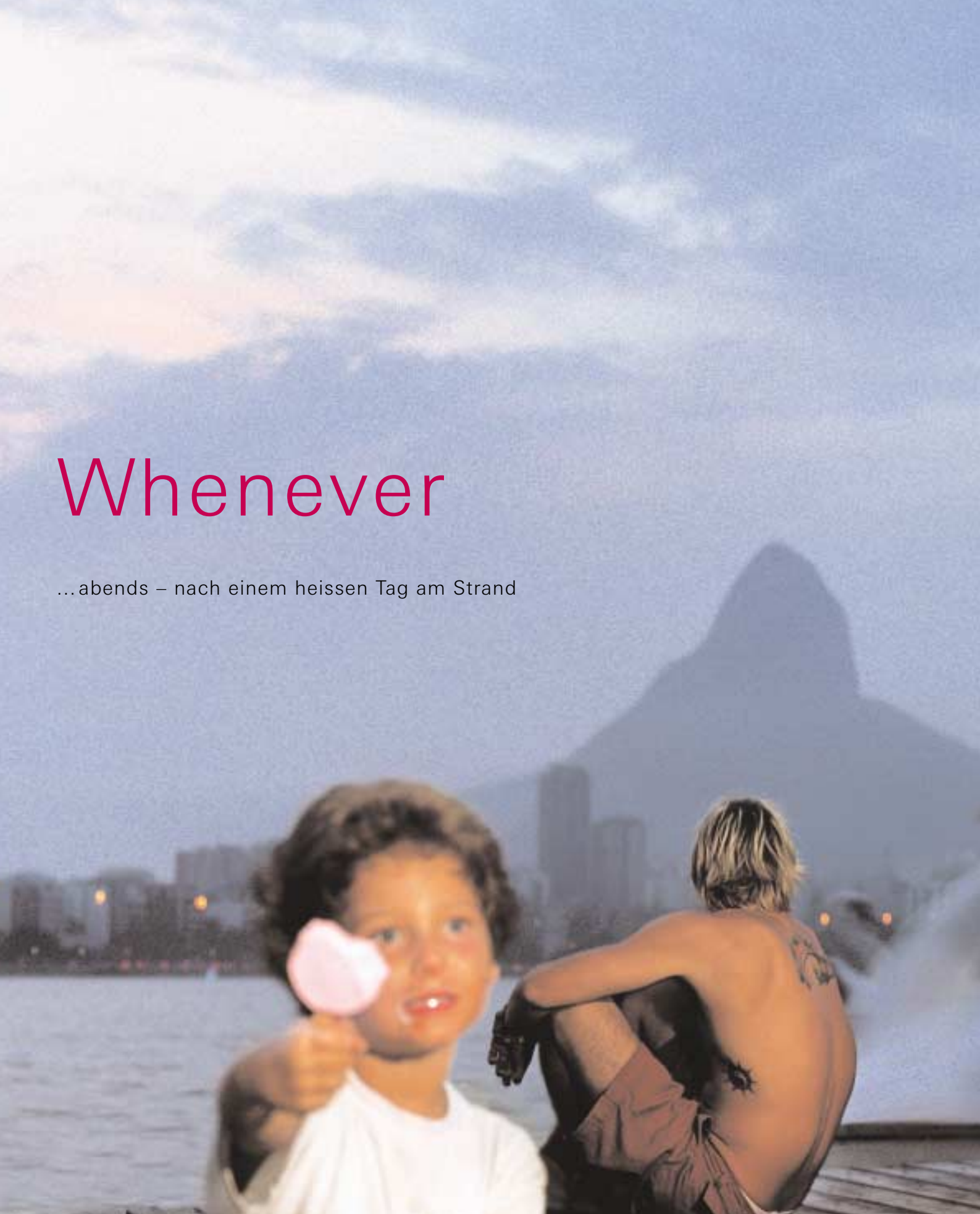
Wir suchen weitere Möglichkeiten zur Verbesserung des Finanzergebnisses der Gruppe durch den Ausbau unseres Portfolios mittels neuer Geschäftsbereiche, konzentrieren uns aber auch weiterhin auf das interne Wachstum.

**Bessere Sichtbarkeit** Hinter dem Erfolg von Alcon, unserem in der Augenheilkunde weltweit führenden Unternehmen, steht die Fähigkeit zur permanenten Performancesteigerung. Die erhöhte Sichtbarkeit dieser Performance, die wir von einem teilweisen Börsengang von Alcon nach dessen Abschluss im Jahre 2002 erwarten, sollte sowohl zeigen, welches Potenzial noch in Nestlé steckt, als auch eine genaue Bewertung von Nestlé erleichtern.

Die Bewertung von Nestlé hängt vor allem von der Umsetzung der hier aufgeführten Verpflichtungen durch das Management ab. Wir sind diese Verpflichtungen eingegangen, da sie unserer Ansicht nach realistisch sind, so wie beim GLOBE-Projekt eine Einsparung von CHF 3 Milliarden bis zum Jahr 2006 durchaus realistisch ist. Wir sind diese Verpflichtungen jedoch auch eingegangen, da wir glauben, dass Nestlé das führende Nahrungsmittelunternehmen weltweit ist. Daher ist eine Performancesteigerung zur Erhöhung der Rendite möglich, die dieser führenden Stellung entspricht.

# Whenever

...abends – nach einem heissen Tag am Strand





# Wherever

...aus dem tragbaren Dispenser – zur Feier der persönlichen Bestzeit im Slalom







# However

...nach einem harten Spiel – zum Wiederauftanken vor  
der nächsten Herausforderung





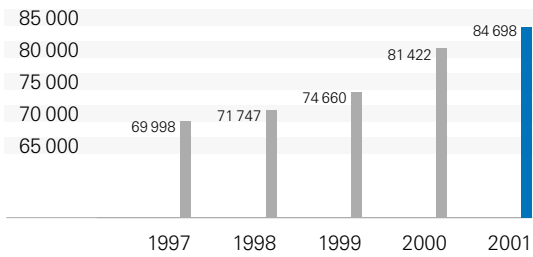
## Schlüsselzahlen (konsolidiert)

In Millionen CHF (mit Ausnahme der Angaben pro Aktie)

	<b>2001</b>	2000
<b>Umsatz</b>	<b>84 698</b>	81 422
<b>EBITDA</b> Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation (Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen, immateriellen Werten und Goodwill)	<b>12 444</b>	12 516
in % des Umsatzes	<b>14,7%</b>	15,4%
<b>EBITA</b> Earnings Before Interest, Taxes and Amortisation (Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf Goodwill)	<b>9 713</b>	9 600
in % des Umsatzes	<b>11,5%</b>	11,8%
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>9 218</b>	9 186
in % des Umsatzes	<b>10,9%</b>	11,3%
<b>Reingewinn</b>	<b>6 681</b>	5 763
in % des Umsatzes	<b>7,9%</b>	7,1%
in % des durchschnittlichen Eigenkapitals	<b>21,0%</b>	21,2%
<b>Investitionen in Sachanlagen</b>	<b>3 611</b>	3 305
in % des Umsatzes	<b>4,3%</b>	4,1%
<b>Eigenkapital</b> vor der beantragten Gewinnverwendung der Nestlé AG	<b>33 653</b>	29 904
<b>Börsenkapitalisierung Ende Dezember</b>	<b>137 230</b>	146 864
<b>Pro Aktie</b> (Zahlen um den Aktiensplit bereinigt)		
Reingewinn	CHF <b>17.25</b>	14.91
Eigenkapital vor der beantragten Gewinnverwendung der Nestlé AG	CHF <b>86.88</b>	77.40
Dividende gemäss Antrag des Verwaltungsrates der Nestlé AG	CHF <b>6.40</b>	5.50
Personal (2001 ohne 6964 von Ralston Purina)	Bestand am 31.12. <b>229 765</b>	224 541
Fabriken (2001 ohne 29 von Ralston Purina)	Anzahl am 31.12. <b>468</b>	479

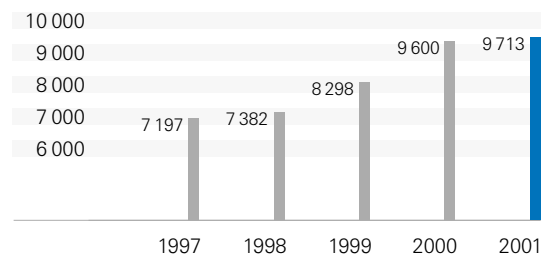
**Umsatz**

In Millionen CHF



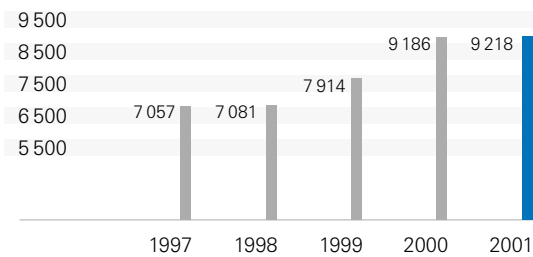
**EBITA**

In Millionen CHF



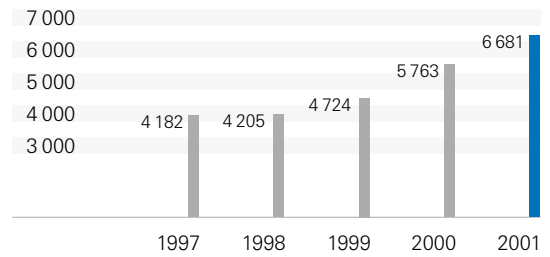
**Betriebsergebnis**

In Millionen CHF



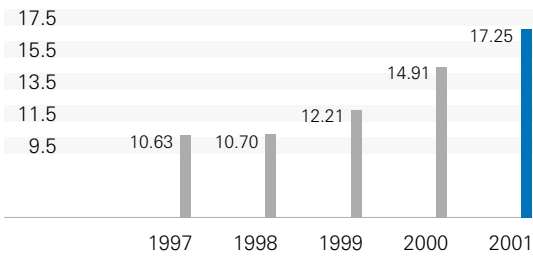
**Reingewinn**

In Millionen CHF



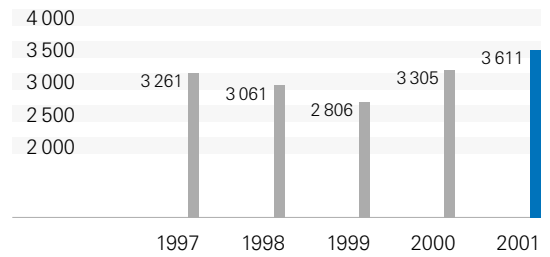
**Gewinn pro Aktie**

In CHF



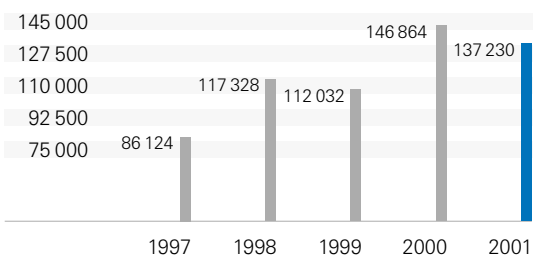
**Investitionen in Sachanlagen**

In Millionen CHF



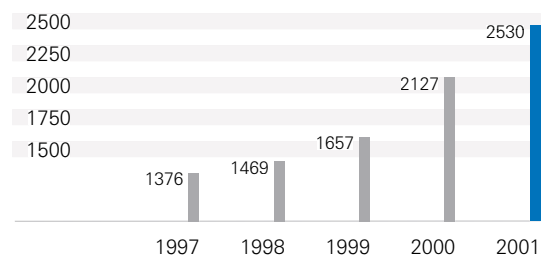
**Börsenkapitalisierung**

In Millionen CHF



**Ausbezahlte Dividenden**

In Millionen CHF



**Wichtigste Schlüsselzahlen in USD** (zur Veranschaulichung)

In Millionen USD (mit Ausnahme der Angaben pro Aktie). Alle Zahlen sind zum Jahresendkurs umgerechnet

	2001	2000
Umsatz	50 415	49 648
EBITDA	7 407	7 632
EBITA	5 781	5 854
Betriebsergebnis	5 487	5 601
Reingewinn	3 977	3 514
Eigenkapital vor der beantragten Gewinnverwendung der Nestlé AG	20 032	18 234
Börsenkaptalisierung Ende Dezember	81 685	89 551

**Pro Aktie** (Zahlen um den Aktiensplit bereinigt)

Reingewinn	USD	10.27	9.09
Eigenkapital vor der beantragten Gewinnverwendung der Nestlé AG	USD	51.71	47.17

**Wichtigste Schlüsselzahlen in EUR** (zur Veranschaulichung)

In Millionen EUR (mit Ausnahme der Angaben pro Aktie). Alle Zahlen sind zum Jahresendkurs umgerechnet

	2001	2000
Umsatz	57 228	53 567
EBITDA	8 408	8 234
EBITA	6 563	6 316
Betriebsergebnis	6 228	6 043
Reingewinn	4 514	3 792
Eigenkapital vor der beantragten Gewinnverwendung der Nestlé AG	22 739	19 674
Börsenkaptalisierung Ende Dezember	92 723	96 621

**Pro Aktie** (Zahlen um den Aktiensplit bereinigt)

Reingewinn	EUR	11.65	9.81
Eigenkapital vor der beantragten Gewinnverwendung der Nestlé AG	EUR	58.70	50.90

## Umsatz

Der Umsatz von Nestlé nahm im Jahr 2001 um 4,0% auf CHF 84,7 Milliarden zu. Auf vergleichbarer Basis, ohne Berücksichtigung von Akquisitionen und Veräusserungen sowie bei konstanten Wechselkursen, wäre der Umsatz um 9,7% gestiegen.

Das **interne Realwachstum** war während des ganzen Jahres stark. Mit 4,4% blieb es gegenüber dem Vorjahr zwar unverändert, lag aber über unserem gruppenweiten Ziel von 4%. Insgesamt handelt es sich erneut um ein ausgezeichnetes Ergebnis. Spitzenleistungen zeigten unter anderem Osteuropa, Afrika, die Perrier Vittel-Gruppe sowie der Bereich pharmazeutische Produkte. In einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld erwiesen sich viele unserer anderen Märkte als robust.

**Verkaufspreise** und generelle Preisreduktionen trugen 5,3% zum Umsatz im Berichtsjahr bei. Davon sind rund 2,0% auf Preiserhöhungen am Markt zurückzuführen; der Rest rührt von Effizienzsteigerungen her, die sich im Zuge unserer verstärkten Fokussierung auf kunden- und vertriebskanalspezifische Beiträge («IC<sup>3</sup>») ergaben. In Zusammenarbeit mit unseren Kunden haben wir unser Handelsbudget neu ausgerichtet, indem wir die Höhe der generellen Preisreduktionen senkten und mehr in die Frontaktivitäten bei den Konsumenten investierten. Die Mittel, die wir den Kunden insgesamt zur Verfügung stellten, blieben gleich, wobei tiefere generelle Preisreduktionen durch einen Anstieg der Marketingausgaben aufgewogen wurden.

Die um **Übernahmen bereinigten Veräusserungen** verringerten den Umsatz um 1,0%. Nähere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 22. Die Veräusserungen betrafen entweder nichtstrategische oder wenig rentable Bereiche. Im Berichtsjahr wurden nur zwei grössere Akquisitionen getätigt: Ralston Purina und die verbleibenden 50% von Ice Cream Partners USA. Diese wurden im Dezember 2001 abgeschlossen und hatten keinen materiellen Einfluss auf den Umsatz.

Der negative Einfluss von **Währungsschwankungen** auf den Umsatz betrug 4,7%, was auf die Stärke des Schweizer Frankens gegenüber den meisten anderen Währungen, mit Ausnahme des US-Dollars, zurückzuführen war.

### Umsatz 2001 <sup>(a)</sup>

In Millionen CHF

Veränderungen 2001/2000

in CHF in lokaler Währung

#### Nach wichtigsten Märkten

Vereinigte Staaten	+7,5%	+7,9%	<b>20 398</b>
Frankreich	+8,0%	+11,6%	<b>7 914</b>
Deutschland	+0,8%	+3,8%	<b>6 649</b>
Grossbritannien	-6,4%	-1,2%	<b>4 753</b>
Italien	+3,9%	+7,1%	<b>4 096</b>
Japan	-11,1%	+0,8%	<b>3 879</b>
Mexiko	+8,1%	+7,0%	<b>3 754</b>
Brasilien	+2,9%	+31,7%	<b>3 485</b>
Spanien	+7,8%	+10,9%	<b>2 470</b>
Kanada	+5,0%	+9,8%	<b>1 748</b>
Philippinen	-0,3%	+15,3%	<b>1 532</b>
Australien	-9,8%	+1,3%	<b>1 461</b>
Schweiz	+10,3%	+10,3%	<b>1 303</b>
Übrige Märkte	+5,6%	(b)	<b>21 256</b>

#### Nach Kontinenten

Europa	+3,7%	(b)	<b>34 057</b>
USA + Kanada	+7,3%	(b)	<b>22 147</b>
Asien	+0,0%	(b)	<b>12 872</b>
Lateinamerika + Karibik	+5,7%	(b)	<b>11 762</b>
Afrika	+3,6%	(b)	<b>2 083</b>
Ozeanien	-8,8%	(b)	<b>1 777</b>
Total Gruppe	+4,0%	(b)	<b>84 698</b>

<sup>(a)</sup> Der Umsatz nach Märkten und Kontinenten umfasst Nahrungsmittel und andere Aktivitäten.

<sup>(b)</sup> Vergleichswert nicht anwendbar.

Die **Zone Europa** erreichte ein internes Realwachstum von 2,1%, was ein leichter Rückgang gegenüber 2,5% im Jahr 2000 und 2,6% im ersten Halbjahr 2001 ist. Die **Zone Nord- und Südamerika** erzielte ein internes Realwachstum von 3,9%, gegenüber 4,4% im Vorjahr und 2,9% im ersten Halbjahr 2001. Die **Zone Asien, Ozeanien und Afrika** wies ein internes Realwachstum von 5,6% aus, nach 6,0% im Jahr 2000 und 7,2% im ersten Halbjahr 2001.

Bei unseren **anderen Aktivitäten** erhöhte die **Perrier Vittel-Gruppe** (ohne das Vertriebsgeschäft von Trinks) ihr internes Realwachstum von 5,4% im Jahr 2000 auf 9,1% im Berichtsjahr, auch wenn dies leicht hinter dem zur Jahreshälfte 2001 verzeichneten Wachstum von 9,6% zurücklag. Mit den Trinks-Aktivitäten stieg das interne Realwachstum von 5,7% 2000 auf 7,1% 2001. Auch **Alcon**, unser Pharmageschäft, verbesserte sein internes Realwachstum auf 9,2%, gegenüber 7,1% im Vorjahr und 7,5% im ersten Halbjahr 2001.

## Rentabilität

Das **Betriebsergebnis** (Gewinn vor Zinsen und Steuern EBIT) stieg 2001 leicht an, und zwar von CHF 9,19 Milliarden auf CHF 9,22 Milliarden, was einer Marge von 10,9% des Umsatzes entspricht.

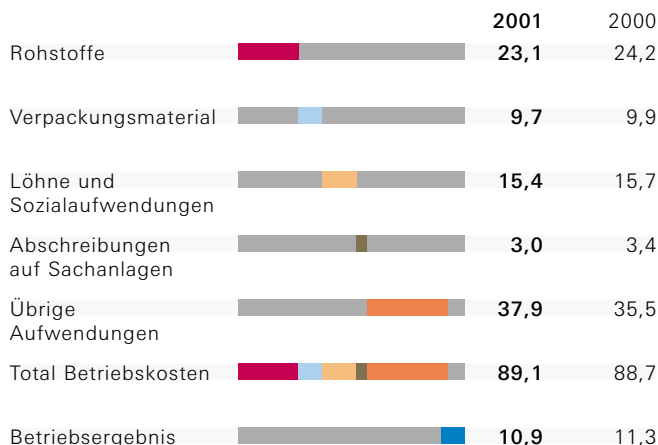
Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen, immateriellen Werten und Goodwill (EBITDA) betrug CHF 12,44 Milliarden und erreichte eine Marge von 14,7%, verglichen mit CHF 12,52 Milliarden im Vorjahr. Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Amortisationen (EBITA) nahm von CHF 9,60 Milliarden auf CHF 9,71 Milliarden zu, womit die Marge bei 11,5% lag.

Den wichtigsten Einfluss auf die Rentabilität hatten die höheren Vertriebskosten, die von CHF 5,88 Milliarden auf CHF 6,42 Milliarden anstiegen. Dies war unter anderem die Folge der erfolgreichen, aber vertriebsintensiven Perrier Vittel-Gruppe sowie der gestiegenen Ölpreise zu Beginn des Jahres. Ferner bauten wir die Investitionen in die Zukunft unseres Geschäftes weiter aus, wie der Anstieg des Aufwandes für Forschung und Entwicklung (F&E) um 12% auf CHF 1,16 Milliarden zeigt. Andererseits sanken die Kosten für Rohstoffe und Verpackungsmaterial.

Beim Vergleich der Betriebsspannen zwischen 2000 und 2001 darf die Implementierung unserer «IC<sup>3</sup>»-Initiative nicht ausser Acht gelassen werden. Diese hatte eine Verminderung der generellen Preisreduktionen um rund CHF 2,8 Milliarden zur Folge, die in Marketing und Vertrieb reinvestiert wurden.

### Kostenstruktur der Gruppe (zur Veranschaulichung)

In Prozenten



Die Leistungsbeiträge der einzelnen Zonen werden auf den Seiten 32 bis 38 ausführlich diskutiert. Bei den anderen Aktivitäten konnte die Rentabilität gesteigert werden, von CHF 2,01 Milliarden auf CHF 2,15 Milliarden; hierzu trugen sowohl das Pharmageschäft als auch die Perrier Vittel-Gruppe bei.

Der **Reingewinn** der Gruppe erhöhte sich deutlich von CHF 5,76 Milliarden auf CHF 6,68 Milliarden, was einer Marge von 7,9% des Umsatzes entspricht. Die Hauptgründe für diese Verbesserung sind der Rückgang des Steuersatzes von 33,1% auf 27,7% und die Abnahme der Finanzierungskosten, die sich infolge tieferer Zinsen und unseres im Vergleich zu 2000 niedrigeren durchschnittlichen Verschuldungsniveaus ergab. Die **Steuerlast** nahm auf Grund zahlreicher einmaliger Posten ab und wird 2002 voraussichtlich nicht auf diesem Stand verharren.

Der **Basisgewinn pro Aktie** erhöhte sich von CHF 14.91 (bereinigt um den Aktiensplit) auf CHF 17.25.



## Investitionen in Sachanlagen und Cashflow

Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich 2001 auf CHF 3,61 Milliarden oder 4,3% des Umsatzes und entsprachen damit unserer im Geschäftsbericht 2000 geäusserten Erwartung. Dies ist ein leichter Anstieg gegenüber 2000, als CHF 3,31 Milliarden oder 4,1% des Umsatzes ausgewiesen wurden.

In der Produktgruppe Getränke profitierte das Kaffeegeschäft von Investitionen in seine neusten technologischen Verbesserungen, mit der zum Beispiel in Grossbritannien *Nescafé Original* neu lanciert wurde. Den aufstrebenden Märkten flossen ebenfalls Investitionen für Kaffee, Malzgetränke und die Perrier Vittel-Gruppe zu. Ausserdem erhöhte die Perrier Vittel-Gruppe ihre PET-Kapazitäten in Europa und den USA.

Im Bereich Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis kamen die meisten Investitionen einer neuen Fabrik für Säuglingsnahrung in den USA und Frühstückszerealien in Grossbritannien zugute.

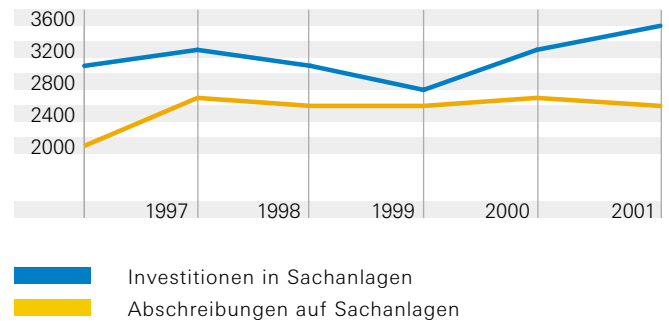
Die Schlüsselprojekte im Bereich Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere betrafen neben den Heimtiermärkten in Mexiko und Grossbritannien auch Desserts sowie die Tiefkühlprodukte der Marke *Stouffer's* in den USA.

Im Geschäft mit Schokolade, Süswaren und Biscuits sicherten die Investitionen den weiteren Erfolg von *KitKat*.

Grösster Nutzniesser nach Verantwortungsbereichen und geografischen Regionen war die Sparte andere Aktivitäten, insbesondere die Perrier Vittel-Gruppe. Die Zone Europa erhielt mehr Investitionen als die anderen Zonen, gefolgt von Nord- und Südamerika sowie der Zone Asien, Ozeanien und Afrika. Ersichtlich wird dies aus den relativen Beiträgen der Zonen an den Gruppenumsatz, den Standorten unserer Fabriken und den Kommentaren zu den Produktgruppen (siehe oben).

### Investitionen in Sachanlagen

In Millionen CHF



### Cashflow

Der Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit blieb im Berichtsjahr mit CHF 8,61 Milliarden ausserordentlich gesund, wenngleich der Rekordstand des Vorjahres von CHF 8,85 Milliarden nicht erreicht wurde. Letzterer selbst lag 8,1% über dem Stand von 1999. Ein Grund dafür war die Erhöhung des Umlaufvermögens um CHF 870 Millionen in 2001. Der frei verfügbare Cashflow erreichte CHF 4,94 Milliarden, trotz der oben erwähnten Erhöhung der Investitionen in Sachanlagen. Diese Zahl verdeutlicht den stabilen und robusten Zustand der Gruppe, der ungeachtet der schwierigeren wirtschaftlichen Bedingungen im Berichtsjahr erreicht wurde.

## Akquisitionen und Veräusserungen

2001 tätigte Nestlé bedeutende Akquisitionen in drei strategischen Bereichen: Heimtierprodukte, Speiseeis und Wasser. Wir nahmen auch verschiedene kleinere, gezielte Akquisitionen vor und setzten den Verkauf nichtstrategischer und leistungsschwacher Geschäftszweige fort. Insgesamt wurden CHF 18,88 Milliarden in Akquisitionen, Allianzen und die Aufstockung von Beteiligungen investiert, während sich die Erlöse aus Veräusserungen auf CHF 635 Millionen beliefen.

### **Strategische und kleinere, gezielte Akquisitionen**

Heimtierprodukte sind seit der Akquisition von Friskies als Teil von Carnation im Jahr 1985 ein strategischer Wachstumsbereich. Die grösste Akquisition 2001 war jene der Ralston Purina, die im Januar bekannt gegeben und im Dezember, nach Genehmigung durch die Wettbewerbsbehörden, abgeschlossen wurde. Mit Heimtierprodukten erzielte Nestlé 2001 einen Umsatz von CHF 6,2 Milliarden. Ralston Purina ihrerseits erreichte einen Umsatz von USD 3 Milliarden, zu dem die Region Nordamerika USD 2,5 Milliarden beitrug. Der erweiterte Bereich nimmt am Markt für Heimtierprodukte weltweit eine führende Stellung ein. Ferner dürfte die operationelle Effizienz in allen Bereichen steigen und bis 2003 jährliche Kosten von USD 260 Millionen einsparen helfen. In Südafrika erwarben wir ausserdem Pet Products Pty.

Wasser ist zusammen mit Heimtierprodukten eine unserer am raschesten wachsenden Produktkategorien. Unsere führende Position in diesem Segment haben wir mit Akquisitionen in jeder unserer drei Zonen weiter ausgebaut. Zahlreiche davon betrafen die Sparte Haus- und Büro-Lieferdienst, die in vielen Teilen der Welt, einschliesslich Europa, sogar schneller wächst als der Einzelhandel. Unser Portfolio von Einzelhandelsmarken haben wir ebenfalls erweitert.

Speiseeis profitierte 2001 als drittes unserer strategischen Segmente von bedeutenden Akquisitionen. Wir übernahmen die Hälfte von Ice Cream Partners USA, die uns noch nicht gehörte, und kontrollieren nun die Speiseeis-Marke Häagen-Dazs in den USA und Kanada vollständig. In den USA erhöhten wir zudem unsere Beteiligung an Dreyer's Grand Ice Cream, Inc. auf rund 24%.

In Europa gaben wir die Akquisition von Schöller Holding bekannt, mit der wir unseren Anteil am deutschen Speiseeis- und Tiefkühlproduktemarkt erhöhen und Zugang zum interessanten Direktvertriebskanal in diesem Land erhalten.

Weitere Akquisitionen umfassten Zerealien für Kleinkinder in Iran und Hühnerbrühen in China. Sie verbessern unsere Position in dynamischen Produktkategorien in Ländern mit einer grossen und wachsenden Zahl aktiver Konsumenten.

### **Veräusserungen**

2001 nahmen wir zahlreiche Veräusserungen vor, die alle verhältnismässig klein und auf nichtstrategische oder wenig rentable Bereiche beschränkt waren. Betroffen waren Bereiche wie Snacks, Backzutaten, Speiseeis, Heimtier-Accessoires und Süswaren. Im Januar 2002 gaben wir ebenfalls den Verkauf unseres Aromengeschäfts Food Ingredients Specialities bekannt.

Weitere Informationen zu den Akquisitionen sind im Kapitel Produkte und Marken zu finden (Seiten 39-83).

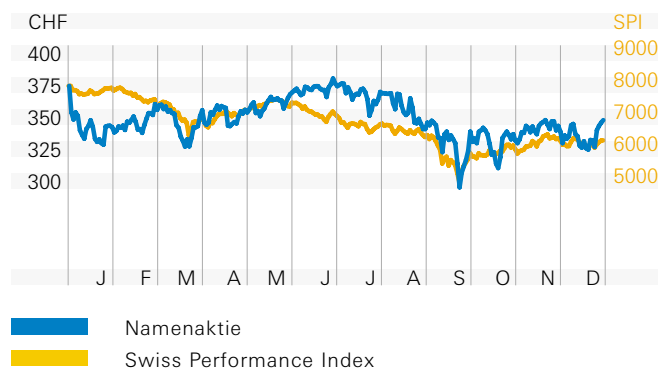
## Finanzlage

Die Nettoverschuldung der Gruppe ist im Verlauf des Jahres gegenüber dem Stand von Ende 2000, als wir eine Nettoverschuldung von CHF 3 Milliarden auswiesen, zurückgegangen. Die Akquisitionen von Ralston Purina für CHF 16,4 Milliarden und von Ice Cream Partners USA für CHF 1,1 Milliarden im Dezember haben die Situation zum 31. Dezember 2001 indes radikal verändert. Aus diesem Grund beendeten wir das Berichtsjahr mit einer Nettoverschuldung von CHF 19,39 Milliarden. Dank ihrer ausgezeichneten Mittelflusserschöpfung war die Gruppe in der Lage, ihr AAA-Kredit-Rating trotz dieser Akquisitionen aufrechtzuerhalten.

Das Eigenkapital stieg von CHF 29,90 Milliarden auf CHF 33,65 Milliarden. Darin sind die eigenen Aktien nicht mit eingerechnet, deren Buchwert sich von CHF 2,62 Milliarden auf CHF 2,79 Milliarden erhöhte.

Das Verhältnis zwischen Nettoverschuldung und Eigenkapital stieg von 9,9% am 31. Dezember 2000 auf 56,6% am 31. Dezember 2001.

Kursentwicklung der Nestlé-Namenaktie 2001



**Aktien, Börse** 2001 war ein höchst volatiles Jahr für die globalen Aktienmärkte, und die Schweiz bildete keine Ausnahme, fiel doch der Swiss Market Index im Jahresverlauf um 21,1%. Der breiter gefasste Dow Jones Stoxx 600 Index gab um 17% nach.

Der Aktienkurs von Nestlé war ein Spiegel dieser Marktvolatilität. Anfang Jahr notierte er bei CHF 378 (um Aktiensplit bereinigt), stieg dann leicht auf ein Jahreshoch von CHF 387, um das Jahr bei CHF 354 zu beenden, was in Anbetracht des Jahrestiefs von CHF 302 eine erfreuliche Erholung war. 2001 bildete sich der Aktienkurs um insgesamt 6,3% zurück, was zwar auf den ersten Blick enttäuschend scheint, aber im Vergleich zum europäischen Gesamtmarkt eine überdurchschnittliche Performance von 18,8% darstellt. Überdies schnitt die Nestlé-Aktie zum vierten Mal in Folge besser als der Schweizer Markt ab.

Der Aktiensplit erfolgte am 11. Juni 2001 nach der Genehmigung durch die ordentliche Generalversammlung vom April 2001. Im Rahmen dieses Splits erhielten die Nestlé-Aktionäre für jede alte zehn neue Namenaktien. Ebenfalls als Folge des Splits entsprechen nun vier «American Depositary Receipts» (ADRs) einer Nestlé-Namenaktie. Wir hoffen, dass dieser Split den Handel mit Nestlé-Aktien erleichtern wird.

## Rohstoffe und Verpackungsmaterial

Die Preise für Rohstoffe und Verpackungsmaterialien entwickelten sich 2001 insgesamt günstig. Die Stärke des US-Dollars als dominanter Handelswährung schwächte den positiven Einfluss indes ab.

Die weltweite Milchproduktion nahm 2001 erneut zu und knüpfte damit – wenn auch weniger ausgeprägt – an die Entwicklung der Vorjahre an. Die Produktion in Westeuropa stagnierte weiter, derweil Ozeanien und Asien zulegen; die USA und Osteuropa entwickelten sich rückläufig, Letzteres liess aber Anzeichen einer Erholung erkennen. Dass sich die Nachfrage in der zweiten Jahreshälfte abschwächte, war die Folge des schwierigeren Handelsumfeldes und der hohen Preise für Milchprodukte in den vorangegangenen 18 Monaten. Zusammen mit der Verfügbarkeit südamerikanischer Exporte, der aggressiven Verkaufspolitik von Neuseeland und der Wiedereinführung von Exporterstattungen und -prämien in der EU und den USA führte dies dazu, dass die Milchpulverpreise bis Ende Jahr um bis zu 20% nachgaben.

Die Rohkaffeepreise standen im Berichtsjahr zumeist unter Druck und tendierten zuletzt auf historischen Tiefständen, belastet durch den Angebotsüberhang der Ernte 2000/2001. Negativen Einfluss auf die Marktstimmung hatten der milde, dem Reifeprozess der Ernte 2002 in Brasilien förderliche Winter auf der südlichen Halbkugel und die während der Real-Schwäche gegenüber dem US-Dollar aufrechterhaltenen Verkäufe. Im letzten Quartal schienen sich die Preise jedoch einzupendeln, zumal der zwischen zwei Ernten übliche Angebotsrückgang den Preiszerfall bremste.

Der Markt für Kakaobohnen durchlebte eine Phase hoher Preisvolatilität. Der starke Aufschwung im Frühjahr konnte nicht fortgesetzt werden. In den darauf folgenden sechs Monaten gaben die Preise für Kakaobohnen nach und bildeten im Sommer einen Sockel, als der Markt auf die nächste westafrikanische Ernte mit dem üblichen saisonalen Preisdruck wartete. Unsicherheit entstand, als sich bestätigte,

dass sich die viel versprechende Entwicklung der Frühernte nicht fortsetzen würde, und weil sich die Bekanntgabe der internen Vermarktungs- und Exportkonditionen der Côte d'Ivoire für die Ernte 2001/2002 verzögerte. Auslöser des nachfolgenden Preisanstieges waren aggressive Käufe im Vorfeld der zu erwartenden Deckungseinkäufe durch die Schokoladeindustrie.

Die Rohzuckerpreise gaben im Verlaufe des Jahres vor dem Hintergrund erhöhter Verfügbarkeit und dem zögerlichen Aufschwung nach, während raffinierter Zucker in einem relativ engen Preisband gehandelt wurde.

Die Preise für Verpackungsmaterialien sanken vor allem wegen des globalen Konjunkturrückganges und Überkapazitäten in der Branche. Mit taktischen Einkaufsinitiativen in allen Zonen nutzten wir die Marktbedingungen und bauten zugleich die Beziehungen zu unseren Hauptlieferanten aus, derweil es in der Verpackungsindustrie zur Konsolidierung und in gewissen Sektoren zu Kapazitätsengpässen kam. Die Zellstoffpreise fielen ab Jahresbeginn um rund 35%. Die Papier/Wellpappe-Industrie senkte daher im Laufe des Jahres ihre Preise. Für PET stabilisierten sich die Preise nach einem beträchtlichen Anstieg im Vorjahr; die Preisaussichten werden von der Entwicklung der Rohölmärkte abhängen. Die Preise für Stahl und Aluminium blieben in der Defensive, was zusammen mit der niedrigen Kapazitätsauslastung der Veredler zu einem Absinken des Preisniveaus führte. Glas stand infolge erhöhter Rohmaterialkosten und Kapazitätssenkungen unter Preisdruck. Verstärkter Wettbewerbsdruck von Seiten alternativer Materialien zwang die Produzenten aber zur Erhöhung ihrer Konkurrenzfähigkeit.

## GLOBE – Global Business Excellence

GLOBE ist das ambitionöseste Projekt zur Optimierung der Geschäftsabläufe, das Nestlé je initiiert hat. Es beabsichtigt, die Leistung und die operationelle Effizienz unserer Geschäftstätigkeit weltweit zu verbessern. Dabei werden wir alle Aspekte unserer Geschäftspraktiken überprüfen und neue Führungsansätze für Nestlé ausarbeiten.

Hauptziel von GLOBE ist es, die Grösse von Nestlé zu nutzen anstatt sie als Bürde zu sehen, die Gruppe von innen her zu festigen und auf einen einheitlichen Nenner zu bringen, um sie nach aussen wettbewerbsfähiger zu machen, und die enormen Möglichkeiten der E-Welt auszuschöpfen.

GLOBE wird uns helfen, das Potenzial von Nestlé in zahlreichen Bereichen freizusetzen. Hierzu gehören die Fokussierung auf Kunden, Vertriebswege und Konsumenten, die Erhöhung von Geschwindigkeit und Flexibilität, die Innovationsförderung und Effizienzsteigerungen. GLOBE beruht auf sechs Grundsätzen: Pragmatismus, Prozessorientierung (Geschäftsabläufe), Einbezug der operativen Gesellschaften, Geschwindigkeit, Kommunikation und Qualität der Mitarbeiter.

Wir werden die Geschäftsabläufe gemäss Best-Practice standardisieren, um so Aktivitäten wie Einkauf, Umsatzprognostizierung, Produktionsplanung und Kundenservice auf eine gemeinsame, optimale Grundlage zu stellen. Über die Standardisierung der internen Abläufe können wir den Kundenbereich – wo wir mit unseren Produkten und Marken in Kontakt mit Kunden, Vertriebskanälen und Konsumenten kommen – in den Mittelpunkt stellen und ihn flexibler gestalten.

Wir werden einheitliche Codes entwickeln, so zum Beispiel für unsere Rohstoffe und Verpackungsmaterialien, Fertigerzeugnisse, Vertriebspartner und Kunden. Dies dient der Konsolidierung von Informationen (Nutzung unserer Grösse als Stärke) und der Verbesserung der Kommunikation (Verwendung der gleichen Sprache), was angesichts der wachsenden gegenseitigen Versorgung der Märkte innerhalb der Gruppe zusehends wichtiger wird.

Einheitliche «Best Practices» und die Datenkonsolidierung erfordern gemeinsame Informationssysteme. Heute haben die operativen Gesellschaften eigene Hard- und Software sowie Netzwerke, die von über 100 Datenzentren unterstützt werden. Künftig wird es bei Nestlé nur noch vier Datenzentren mit einheitlicher Hard-/Software und Netzwerkumgebung geben.

Die Ausarbeitung, Entwicklung und Umsetzung von GLOBE zwischen 2000 und 2005 wird rund CHF 3 Milliarden kosten. Davon entsprechen CHF 1,5 Milliarden bzw. durchschnittlich CHF 250 Millionen pro Jahr zusätzlichen projektbezogenen Aufwendungen, der Rest ersetzt bestehende Ausgaben für IT und Prozessentwicklung. Die meisten Vorteile werden erst zum Tragen kommen, wenn die gemeinsamen Abläufe, Daten und Systeme in den meisten operativen Gesellschaften umgesetzt sind. Der Gesamtnutzen dürfte bis zum Jahre 2006 rund CHF 3 Milliarden betragen und auf der Angebotssicherung, Nachfrageankurbelung und Supportorganisation beruhen.

GLOBE befindet sich zwar immer noch im Anfangsstadium, nachdem es im Juli 2000 lanciert wurde. Trotzdem hat es bis jetzt alle wichtigen Hürden genommen. Dennoch werden wir erst nach Abschluss der ersten Implementierungen eine genaue Vorstellung des tatsächlichen Nutzens haben.

Die ersten Implementierungen finden 2002 in der Schweiz, der Anden-Region (Chile/Peru/Bolivien) und in Malaysia/Singapur statt. Bis Ende 2005 werden die meisten Nahrungsmittel- und Wasseraktivitäten von Nestlé eingebunden sein.

Schöpfen wir die Möglichkeiten von GLOBE optimal aus, können wir damit unter anderem einzelne Bereiche neu gruppieren, rascher auf globale Geschäftstrends reagieren, operationelle Kosten senken, Kunden- und Konsumentenbedürfnisse erkennen und nutzen sowie von Grössenvorteilen profitieren.

## Nachhaltige Entwicklung

Dem *Nestlé-Geschäftsbericht 2001* liegt erstmals die Publikation: *Nestlé und die Nachhaltigkeit – Eine Übersicht* bei. In diesem Dokument berichten wir über die Fortschritte bei der Umsetzung der *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* und versuchen, unseren Einfluss auf das Wohlergehen der Menschen und des Planeten zu beschreiben. Wir bei Nestlé definieren nachhaltige Entwicklung als das Bestreben, den Zugang der Welt zu Lebensmitteln von höherer Qualität zu verbreitern, während wir gleichzeitig zu langfristiger gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Entwicklung beitragen und die Umwelt für kommende Generationen bewahren. Die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* sowie *Die grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé* definieren die für Nestlé-Manager auf der ganzen Welt verbindlichen Verhaltensregeln. Die überarbeiteten Unternehmensgrundsätze sind jüngst verteilt worden. Sie enthalten nun auch die neun Grundsätze der Initiative «UN Global Compact» zu den Menschenrechten, Arbeitsbedingungen und Umweltfragen. Die revidierten *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* umfassen auch die vor kurzem ausgearbeitete *Nestlé-Wasserpolitik* und die *Nestlé-Prinzipien der Corporate Governance* und werden in mehr als vierzig Sprachen übersetzt. Zudem werden zurzeit Hilfsmittel ausgearbeitet, um diese Prinzipien auf allen Unternehmensebenen bekannt zu machen.

Als das weltweit führende Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen wollen wir in den drei Pfeilern der nachhaltigen Entwicklung – Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt – mit gutem Beispiel vorangehen, nicht zuletzt, weil es auch aus unternehmerischer Sicht Sinn macht.

Die Errungenschaften von Nestlé in Sachen Nachhaltigkeit wurden zum zweiten Mal in Folge nach 2000 mit der Aufnahme in den «Dow Jones Sustainability Index» belohnt. Der Index fasst jährlich die obersten 10% der führenden nachhaltigen Unternehmen aus dem «Dow Jones Global Index» zusammen.

Beispiele des Engagements von Nestlé für eine nachhaltige Entwicklung werden auch in den Bericht des «United Nations Environment Programme» (UNEP) zu Händen des Weltgipfels für Nachhaltige Entwicklung einfließen, der im September 2002 in Johannesburg (Südafrika) stattfinden wird. Dieses Positionspapier wurde von der Vereinigung der Ernährungsindustrien der EU (CIAA) unter der Federführung von Nestlé erstellt.

**Grundlegender gesellschaftlicher Beitrag.** Nestlé leistet einen grundlegenden Beitrag an die Gesellschaft, indem sie mit einem nachhaltigen, gezielten und rentablen Wachstum eine produktive und langfristige Wirtschaftsentwicklung fördert. Wenn wir die Nachfrage unserer Konsumenten nach hochwertigen Nahrungsmitteln erfolgreich befriedigen, schaffen wir damit Arbeitsplätze, tragen zur wirtschaftlichen Entwicklung bei und bieten unseren Aktionären eine nachhaltige Rendite. Nestlé stellt eine langfristige Geschäftsentwicklung über den kurzfristigen Gewinn, wovon alle am Geschäftsleben Beteiligten, auch manche Volkswirtschaft, profitieren.

Ein besonderes Merkmal der Nestlé-Politik ist es, wertschöpfende Produktionsstätten in Entwicklungsländern anzusiedeln: 46% unserer Fabriken befinden sich in solchen Ländern und 48% unserer Mitarbeiter leben dort, obwohl diese Länder weniger als einen Drittel unserer Verkäufe ausmachen.

So trägt Nestlé weltweit auf vielerlei Weise zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung bei – mit Technologietransfers, Ausbildung lokaler Mitarbeiter auf internationalem Niveau sowie durch Steuerabgaben, die dazu beitragen, eine lokale Infrastruktur aufzubauen. Durch die Geschäftstätigkeit von Nestlé wurden weltweit schätzungsweise eine Million Arbeitsstellen geschaffen, die 3,4 Millionen Beschäftigten und Familienangehörigen ein Auskommen ermöglichen.

**Investition in Nestlé-Mitarbeiter** Nestlé vereint mit ihrer integrierenden Unternehmenskultur etwa 230 000 Beschäftigte aus praktisch allen Ländern der Erde unter einem Dach. Die Mitarbeiterfluktuation ist mit rund 5% jährlich relativ gering. Ausserdem



blicken Nestlé-Angestellte in unseren 20 grössten Märkten bei ihrer Pensionierung durchschnittlich auf 27 Dienstjahre zurück.

Umfragen bei Führungskräften in Europa, den USA und anderen Ländern haben ergeben, dass Nestlé einer der beliebtesten Arbeitgeber der Welt ist. Dies verdanken wir wohl vor allem der Verbundenheit mit unseren Mitarbeitern.

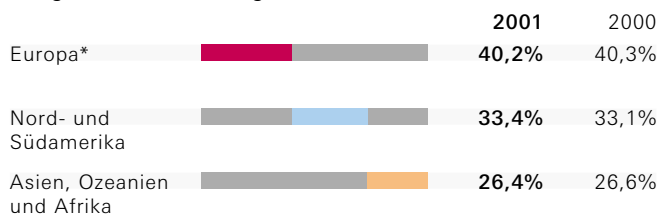
Die Unternehmenskultur von Nestlé, wie sie in den *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen* und den *Grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé* zum Ausdruck kommt, verlangt von allen Mitarbeitern, dass sie die Würde anderer Menschen respektieren.

Unser Geschäftsmodell stützt sich auf den Wissens- und Fähigkeitstransfer an nationale Arbeitskräfte im jeweiligen Standortland und auf die langfristige Bindung der Mitarbeiter. In zahlreichen Industrie- und Entwicklungsländern wurde eine ganze Reihe umfassender, praxisbezogener Ausbildungsprogramme geschaffen, damit Mitarbeiter mit unterschiedlichstem Hintergrund in unseren Fabriken Fähigkeiten erwerben und verfeinern können.

Mit Tausenden von internen Schulungen, darunter (wie in Brasilien) auch Alphabetisierungskurse, und den praxisbezogenen Ausbildungsprogrammen investieren wir beträchtliche Ressourcen in die Entwicklung unserer Mitarbeiter. Im Jahre 2001 führte unser internationales Schulungs- und Konferenzzentrum in der Nähe unseres Hauptsitzes in der Schweiz überdies 89 Seminare für 2107 Manager aus der ganzen Welt durch.

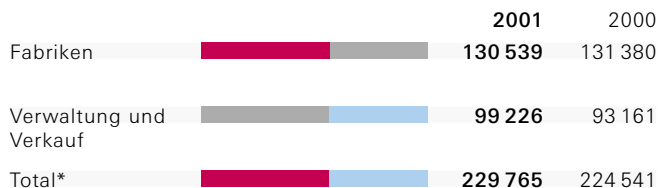
Führungsverantwortliche müssen zusehends in einem Netz von bereichs- und länderübergreifenden Teams arbeiten. Mit der Durchmischung von Arbeitsbereichen und Kulturen fördern wir den Wissensaustausch und die Effizienz innerhalb der Gruppe. Diese flexible Führungsmethode kommt bei internen Prozessen immer mehr zum Tragen und steigert die Produktivität von administrativen Funktionen.

**Geografische Aufteilung**



\* 6441 Mitarbeiter in der Schweiz (2001).

**Aufteilung nach Aktivitäten**



\* Ralston Purina ist in den Zahlen für 2001 nicht eingeschlossen.

Unserem Glauben an das lebenslange Lernen verliehen wir 2001 mit der Schaffung der Funktion «Corporate Training» Nachdruck, damit Schulungsprogramme den Unternehmensgrundsätzen besser Rechnung tragen. Schulungsmethoden können so optimiert und konzernweit eingesetzt werden. In das «E-Learning», das sich als ergänzende Schulungsmethode durchsetzt, haben wir ebenfalls beträchtlich investiert.

Mit der Erhöhung des variablen Gehaltsanteiles und der Ausweitung des Kapitalbeteiligungsprogrammes hat Nestlé ihre Konkurrenzfähigkeit am Arbeitsmarkt und ihre Attraktivität in den Augen der besten Führungs- und Fachkräfte erhöht. Alleine am Hauptsitz treffen monatlich über 2000 Bewerbungen auf der «Nestlé Career Website» ein.

**Konsumenten** Unser Geschäftserfolg hängt davon ab, inwieweit wir die Kundenbedürfnisse und -wünsche erfüllen. Täglich kaufen Milliarden von Menschen Nestlé-Produkte. Sie können aber jederzeit Konkurrenzprodukten den Vorzug geben.



Unser zentrales Markenversprechen an den Konsumenten steht für Qualität und Sicherheit des Nahrungsmittels oder Getränkes. Er kann darauf vertrauen, wenn er die Verpackung öffnet. Unser Standard für Lebensmittelsicherheit gilt zwingend für alle Produkte. Das Nestlé-Garantiesiegel darf erst auf Verpackungen angebracht werden, wenn die Fabrik – ob Neubau oder Übernahme – unseren detaillierten und rigorosen Anforderungskatalog erfüllt.

Auf jeder Verpackung sind eine Telefonnummer (meist gebührenfrei) und lokale Kundendienstadressen von Nestlé vermerkt, und dies in 80 Ländern. Die Kundendienstzentren bearbeiten Kundenwünsche und -anfragen und nehmen den Dialog auf. Rund fünf Millionen Kontakte mit dem Kundendienst pro Jahr erlauben es uns, unsere Dienstleistungen und Produkte den Kundenbedürfnissen besser anzupassen.

**Geschäftspartner** Nestlé zielt darauf, nur mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, die einen guten Ruf haben und bereit sind, die Nestlé-Standards einzuhalten. Die Beziehungen zu den Lieferanten werden einem Qualitätsvergleich und einer Prüfung unterzogen, um die Qualität und das Angebot laufend zu verbessern. Nestlé führt Audits bei Grosslieferanten durch, um sicherzustellen, dass sie die Nestlé-Unternehmensgrundsätze anwenden oder aktiv an deren Umsetzung arbeiten. Alle Chefs der operativen Gesellschaften haben zugesichert, dass die Anwendung der Unternehmensgrundsätze mit den Grosslieferanten besprochen wurde. Im Jahre 2000 wurden rund 3151 Lieferanten in solche Diskussionen einbezogen und über 1000 Produktionsstätten von Lieferanten überprüft. Fördert die Überprüfung Probleme mit der Einhaltung zu Tage oder werden uns solche Fälle signalisiert, fordert Nestlé Abhilfe, wenn der Lieferant weiterhin berücksichtigt werden soll.

**Sozialpartnerschaften** Nestlé arbeitet in ihren zahlreichen Standortländern mit lokalen, nationalen und internationalen Organisationen zusammen. Die Zusammenarbeit nimmt je nach gesellschaftlichen und

wirtschaftlichen Bedürfnissen des Lands andere Formen an, ruht aber grundsätzlich auf drei Pfeilern: Ernährung, Gesundheit sowie gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung. Im Folgenden nennen wir nur einige laufende Projekte in über 60 Ländern als Beispiele:

**Afrika – AIDS-Schulung für Jugendliche.** Nestlé ist der Hauptsponsor aus der Wirtschaft der «Africa Health Initiative» der Internationalen Föderation des Roten Kreuzes/Roten Halbmonds. Dieses 2001 gestartete AIDS-Präventionsprogramm will Afrika für HIV-Infektionsrisiken sensibilisieren, ausgehend von Nigeria, dem bevölkerungsreichsten Staat des Kontinents. Das Programm will mit seinen 2640 jugendlichen Tutoren in zwölf Ländern insgesamt 1,2 Millionen Jugendliche ansprechen. 7000 HIV-positive Personen erhalten Unterstützung in der Heimpflege, und 300 Freiwillige stehen für die Beratung zur Verfügung. Nestlé unterstützt in Nigeria auch Projekte in der Ernährungsbildung wie Lehrerworkshops und den «Nestlé Nutrition Duchess Club» für Frauen, wo Ernährungsberatungsfragen besprochen und Informationen weitergegeben werden.

**Russland – Uliza Sesam: Ernährung als Schulfach für 170 000 Kinder und 8000 Lehrkräfte in 2150 Schulen und 22 Regionen.** Figuren der russischen Version der Sesamstrasse beleben das ebenfalls von Nestlé gesponserte «Gute Ernährungsprogramm». Es wurde von Nestlé zusammen mit führenden russischen Ernährungs- und Bildungsfachleuten entwickelt und vom Erziehungsministerium offiziell zugelassen. Arbeitsbücher, ein Lehrerhandbuch, eine erläuternde Broschüre für Eltern sowie Poster und Videos gehören dazu. Russen nehmen zwar im Durchschnitt ausreichend Kalorien zu sich, essen aber oft unausgewogen. Ziel ist es, Kindern im Rahmen ihrer Esstraditionen, der lokal verfügbaren Lebensmittel und unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Zwänge, die auf vielen Familien lasten, die Grundlagen einer gesunden Ernährung zu vermitteln.

**Kanada – Nationales Programm zur Eindämmung der steigenden Jugendgewalt.** Im Jahr 2001 schloss sich Nestlé Kanada wegen ihrer Besorgnis über die Gewaltzunahme im Umfeld von Kindern und Jugendlichen dem «Family Service Canada» an. Das Programm zeigt Eltern auf, wie und in welchen Formen Kinder Gewalt ausgesetzt sein können, und fördert die Fähigkeiten von Kindern, mit diesem Problem umzugehen. Das Programm entstand aus dem Engagement von Nestlé Kanada als Gründungssponsor von «Kids Help Phone», einem rund um die Uhr erreichbaren Telefonberatungsdienst für Kinder und Jugendliche, da die Anzahl Anrufe infolge Gewaltandrohung in den letzten Jahren enorm gestiegen ist.

**Philippinen – Ausbildung und berufliche Weiterbildung.** Im Rahmen eines akademischen Praktikumsprogrammes bietet Nestlé Philippinen Studenten von Ausbildungsstätten wie der De La Salle University, Dualtech, dem Meralco Foundation Institute und der Xavier University in Cagayan de Oro praxisbezogene betriebliche Einsätze an. Nestlé unterstützt überdies eine Reihe von Ausbildungsstätten mit der Errichtung von Stiftungen und bietet finanziell weniger privilegierten Studenten Stipendien. Fördermittel erhalten unter anderen die University of the Philippines, die University of Sto. Tomas, die Nutrition Foundation of the Philippines, die Ateneo de Manila University und die Philippines Science High School.

**Umwelt** 2001 hielt Nestlé ihr Versprechen, die Umweltleistung entlang der gesamten Versorgungskette ständig zu verbessern.

**Umweltleistung.** Die weltweit geltenden Nestlé-Technischen Mindestumweltauflagen (EMTR) wurden 2001 überarbeitet. Sie sind ein wichtiger Bestandteil des Nestlé-Umweltmanagementsystems (NEMS). Sie legen interne ökologische Mindestkriterien bezüglich Energie- und Wassernutzungseffizienz, Abfallmanagement, Abwasseraufbereitung und Luftemissionen fest, um nur einige Bereiche zu nennen. Fehlen einschlägige lokale Gesetze oder sind sie weniger streng, müssen die EMTR von Nestlé eingehalten werden. Von ihnen geht der kontinuierliche NEMS-Verbesserungsprozess aus.

Nestlé unterzieht die Umweltleistung ihrer Herstellungsprozesse, wie aus der Tabelle der Umweltleistungs-Kennzahlen (EPI) ersichtlich wird, fortlaufenden Messungen. Die deutliche Reduktion ozonabbauender Emissionen geht auf die im Jahre 2000 in Beauvais (Frankreich) erfolgte Einführung einer neuen Kälteanlage mit natürlichen Kältemitteln zurück. Seit dem Beginn des Programmes zum Ersatz von ozonabbauenden Stoffen im Jahre 1986 konnten die Gesamtemissionen pro Tonne Produkt um 97% gesenkt werden.

Weitere Fortschritte wurden 2001 erzielt. Die industrielle Gefriertrocknungsanlage für Kaffee von Hayes (Grossbritannien) wurde erneuert. Mit einer Investition von über GBP 10 Millionen wurde ein System mit den natürlichen Kältemitteln Ammoniak und Kohlendioxid eingerichtet. Es bringt viele Vorteile, eliminiert HFCKW-Emissionen schon weit vor dem im Protokoll von Montreal gesetzten Termin und erhöht die Sicherheit. Die höhere Effizienz der Kälteanlage trägt zu einer besseren Fabrik- und Umweltleistung bei.

Weitere Informationen zur Umweltleistung von Nestlé werden in der Publikation: *Nestlé und die Nachhaltigkeit – Eine Übersicht* veröffentlicht.

Im Oktober veröffentlichte Nestlé anlässlich der Internationalen Fachmesse Kälte, Klima, Lüftung (IKK) in Hannover ein Positionspapier zur industriellen Kühlung. Darin verdeutlicht Nestlé ihre langjährige Präferenz für natürliche Kältemittel und ruft zur technischen Weiterentwicklung auf, um deren Verbreitung zu fördern.

**Initiative «Nachhaltige Landwirtschaft».** Nestlé, Unilever und Danone Group haben 2001 an der «Sustainable Agriculture Initiative (SAI)» zusammengearbeitet. Diese will aktiv in einem breiten Kreis die Entwicklung und den Informationsaustausch über die nachhaltige Landwirtschaft fördern. In diesem Zusammenhang wurde ein Positionspapier ausgearbeitet. Andere Nahrungsmittelhersteller sind herzlich eingeladen, der Initiative beizutreten.

**Förderung des Umweltbewusstseins durch Erziehung.** Perrier Vittel, die Nestlé-Division für Wasser, hat 2001 das Projekt «Wasserausbildung für Lehrer» (WET) weiter unterstützt. Seit Jahren erfolgreich in den USA, konnte das Programm bei seiner jüngsten Ausweitung auf Mexiko mit ähnlichen Ergebnissen aufwarten. WET ist ein internationales Programm mit wissenschaftlichen und pädagogischen Fragen rund ums Wasser, für Schullehrer und andere Ausbilder von 5- bis 18-jährigen Jugendlichen. WET will mit Lehrmitteln für Wasserprobleme und eine effiziente Nutzung der Ressourcen sensibilisieren.

Die Kommunikation in Umweltfragen wurde nach der Veröffentlichung des erfolgreichen *Umwelt-Fortschrittsberichtes 2000* im Berichtsjahr weiter ausgebaut.

**Umweltleistungs-Kennzahlen (EPI)**

**Überblick über die Fortschritte**

Die Zahlen unten beziehen sich auf die Periode 1997-2000, in der das Produktionsvolumen um 28% anstieg.

	1997	1998	1999	2000
Wasserverbrauch m <sup>3</sup> pro Tonne Produkt	11,0	9,37	8,59	8,40
Energieverbrauch 10 <sup>9</sup> Joule (GJ) pro Tonne Produkt	4,55	3,90	3,65	3,61
Abwasseranfall m <sup>3</sup> pro Tonne Produkt	8,86	7,11	6,62	6,30
Globaler Treibhauseffekt kg CO <sub>2</sub> pro Tonne Produkt	241	212	197	191
Versauerungs-Potenzial kg SO <sub>x</sub> -Äquiv. pro Tonne Produkt	1,74	1,34	1,21	1,17
Ozonabbauende Stoffe g R-11-Äquiv. pro Tonne Produkt	36,0 <sup>1</sup>	2,76	2,41	1,17
Anfall von Nebenprodukten/Abfällen kg pro Tonne Produkt	103	84,5	78,5	70,4
Verwertung von Nebenprodukten/ Abfällen, % Verwertung	75,7	74,2	74,9	72,6

<sup>1</sup> Erste Messung (1986)



# Zonen im Brennpunkt

## Zone Europa – Umsatz

	2001	2000	1999
Westeuropa	24 655	24 546	25 523
Mittel- und Osteuropa	2 087	1 739	1 575
Gesamtumsatz	26 742	26 285	27 098

## Zone Nord- und Südamerika – Umsatz

	2001	2000	1999
USA und Kanada	15 548	15 035	13 370
Lateinamerika und Karibik	11 050	10 489	8 675
Gesamtumsatz	26 598	25 524	22 045

## Zone Asien, Ozeanien und Afrika – Umsatz

	2001	2000	1999
Ozeanien und Japan	4 998	5 606	4 777
Übrige asiatische Märkte	6 380	5 955	5 137
Afrika und Mittlerer Osten	4 080	4 149	3 697
Gesamtumsatz	15 458	15 710	13 611

In Millionen CHF

## Zone Europa

Der Umsatz in der Zone Europa ist 2001 auf CHF 26,7 Milliarden gestiegen, gegenüber CHF 26,3 Milliarden im Vorjahr. Bei vergleichbarer Struktur (unter Ausschluss von Akquisitionen und Veräusserungen) und konstanten Wechselkursen nahm der Umsatz um 8,4% zu. Dieser Umsatzanstieg kam durch folgende Faktoren zu Stande:

Verkaufspreisanpassungen schlugen mit 6,2% zu Buche und fielen bei den Fleisch- und Milchprodukten – bedingt durch höhere Rohstoffkosten infolge der durch BSE und die Maul- und Klauenseuche (MKS) ausgelösten Krisen – am stärksten ins Gewicht; das interne Realwachstum betrug 2,1%, dank des moderaten Wachstums in **Westeuropa** und der guten Entwicklung in **Mittel- und Osteuropa**, das ein internes Realwachstum von 14,1% erreichte.

In Mittel- und Osteuropa setzte sich der positive Trend des Vorjahres fort. Hauptverantwortlich dafür zeichnete Russland mit einem Wachstum von 23,9%, das auf die Festigung der starken Stellung von Nestlé bei löslichem Kaffee und Schokolade sowie auf die positive Entwicklung in anderen Sektoren zurückgeht, unter anderem bei der Säuglingsernährung und den kulinarischen Produkten.

**Westeuropa** erreichte ein bescheidenes internes Realwachstum von 1,2%. Diese Entwicklung ist jedoch damit zu erklären, dass wir unsere Marktanteile in den meisten Produktkategorien ausweiteten bzw. behaupteten.

**Innovation und Renovation** trugen massgeblich zum internen Realwachstum bei. Beispiele hierfür sind unter anderem die Lancierung eines löslichen Kaffees mit verfeinertem Aroma und einem neuen Glaskonzept in Grossbritannien, das 2002 in anderen europäischen Märkten eingeführt wird, sowie die erfolgreiche Entwicklung von *Nestlé*-Schokoladensticks, die Ende 2000 in Frankreich lanciert wurden. Ebenfalls erfolgreich war die Lancierung von Flüssigsuppen in Frankreich sowie die Einführung einer Reihe von Tiefkühlpizzen in einigen Märkten.

Die **Optimierung der Verfügbarkeit** unserer Produkte trug ebenfalls erheblich zum internen Realwachstum bei. Beispiele innovativer Marktzugangswege, die im Verlaufe des Jahres eingeschlagen wurden, sind das Geschäft mit Verkaufsautomaten und Cafés in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien, die Lancierung von Speiseeis über den Automaten-Vertriebskanal in Spanien sowie die Entwicklung des Konzeptes «Nestlé Home Care» in Frankreich.

Fast alle Märkte Westeuropas erreichten 2001 ein positives internes Realwachstum. Ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichneten Deutschland, Spanien, die Schweiz, Skandinavien, Portugal und Griechenland. Italien hingegen litt unter der negativen Entwicklung von Olivenöl, Trockenteigwaren und Speiseeis. Ebenfalls schwächer als erwartet fiel das Wachstum von Friskies Europa aus, was in erster Linie auf den starken Wettbewerbsdruck am britischen Markt für Heimtierprodukte zurückzuführen ist.

Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf Goodwill (EBITA) erhöhte sich um 1,1% auf CHF 2,78 Milliarden. Der negative Einfluss der Wechselkurse betrug 3,3%, was auf die Stärke des Schweizer Frankens gegenüber den meisten anderen Währungen zurückzuführen war.

Die EBITA-Marge lag bei 10,4%. Es gab eine deutliche Verbesserung um 320 Basispunkte auf 13,8% in **Osteuropa**, wobei insbesondere in Russland, Polen sowie der Tschechischen und der Slowakischen Republik ein beachtliches Wachstum erzielt wurde.

Die Marge **Westeuropas** war mit 10,1% stabil, trotz der Herausforderungen des Wachstums, des Konkurrenzkampfs und des Drucks im Hinblick auf verstärkte handelsunterstützende Massnahmen. Die BSE- und MKS-Krisen zeitigten ebenfalls negative Auswirkungen auf die Rentabilität der Milch- und Fleischprodukte – insbesondere in Grossbritannien und Frankreich –, sowie auf Friskies Europa, das Geschäft mit Heimtierprodukten.

Die **verbesserte operationelle Effizienz** trug massgeblich zur Generierung finanzieller Mittel bei, durch die der Geschäftsgang 2001 verstärkt gefördert und das Finanzergebnis von Nestlé gesteigert wurden. Zu den wichtigsten in allen Sektoren unternommenen Massnahmen zählen folgende Initiativen:

**Produktion:** Fortführung des erfolgreichen MH97-Kostensenkungsprogrammes, das 2001 zusätzliche Einsparungen von CHF 265 Millionen ermöglichte. Laufende Optimierung der Industriestruktur, namentlich in den Bereichen Tiefkühlprodukte und gekühlte Milchprodukte.

**Versorgungskette:** Bildung europaweit koordinierter Einkaufsteams für eine wachsende Anzahl von Roh- und Verpackungsmaterialien. Ausserdem wurde in Europa der Aufbau einer neuen Betriebsstruktur für gekühlte Milchprodukte in Angriff genommen. 2001 lag der Schwerpunkt in erster Linie auf der Optimierung der Produktionsstrategie und -entwicklung, der Vertriebskette sowie der Produktpalette von Nestlé.

**Auswirkungen des Euro:** Nestlé hat ihre administrativen Systeme in den betroffenen Ländern angepasst und seit Anfang 1999 werden sämtliche Rechnungen für die Versorgung zwischen den Märkten in Euro erstellt. Die Einführung der europäischen Einheitswährung wird den grenzüberschreitenden Handel erleichtern und den administrativen Aufwand verringern.

**Die Zukunft** Wir sind bestrebt, unsere Stellung als führendes und dynamischstes Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen Europas durch die aktive Entwicklung unserer Nahrungsmittelkategorien sowie die Förderung von Kundendienst und Vertriebskanälen weiter auszubauen. Dies geschieht im Sinne unserer Hauptziele Wachstumsbeschleunigung und Gewinnsteigerung.

**Wachstum** Durch fokussierte Produkteinnovation und Marketingsupport, der zur Stimulierung und Förderung der Produktkategorien eingesetzt wird, wollen wir unsere Marktanteile ausweiten und schneller als die Nahrungsmittelindustrie wachsen. Ausserdem werden wir die Abdeckung und Verfügbarkeit unserer Produkte in den nichttraditionellen Vertriebskanälen und der Ausser-Haus-Verpflegung weiter ausbauen.

Zusätzlich gefördert werden soll auch das beträchtliche Potenzial für langfristig konsistentes Wachstum in den Haupttätigkeitsfeldern des osteuropäischen Marktes für verarbeitete Nahrungsmittel.

**Gewinn** Ziel ist die Steigerung der EBITA-Marge durch die Fokussierung unserer Ressourcen auf Produktkategorien mit hoher Wertschöpfung und die Nutzung unserer europäischen und internationalen Marken. Gleichzeitig straffen wir unser Produktportfolio und streben umfassende Effizienzsteigerungen im industriellen und administrativen Bereich an.

## Zone Nord- und Südamerika

2001 war ein Jahr der Herausforderungen für die Zone Nord- und Südamerika. Das interne Realwachstum erreichte 3,9%, während der EBITA mit CHF 3,5 Milliarden zu Buche schlug.

Im Vergleich zum Vorjahr wurde der Umsatz um 4,2% auf CHF 26,6 Milliarden gesteigert. Diese Steigerung konnte trotz verschiedener Ereignisse erzielt werden, die den Umsatz der Zone negativ beeinflussten: die tragischen Ereignisse vom 11. September; die Mitte Jahr einsetzende Konjunkturverlangsamung in den USA und deren Übergreifen auf Mexiko und Kanada; die Abwertung wichtiger Währungen in Lateinamerika (v.a. in Brasilien und Chile) sowie die wirtschaftlichen und politischen Schwierigkeiten in Argentinien und die Energiekrise in Brasilien. Überdies haben wir das umfangreiche Geschäft mit tiefgekühlten Kartoffeln in den USA Ende 2000 veräussert.

Bei vergleichbarer Struktur (ohne Übernahmen und Veräusserungen) und bei konstanten Wechselkursen stieg der Umsatz um 9,6%. Die Schlüsselfaktoren waren ein internes Realwachstum von 3,9% und Verkaufspreisanpassungen von 5,7%, wodurch steigende Lohn-, Energie- und Rohstoffkosten wettgemacht wurden. Die Verkaufspreisanpassungen waren teilweise auf Grund der Stärke unserer Marken und unserer Marktstellung, aber auch dank erfolgreicher Produkteinnovationen und Marketinginitiativen möglich. Ein Beispiel für Letzteres war unsere Kampagne «80 Jahre, 80 Häuser» in Brasilien, bei der 80 Nestlé-Konsumenten zur Feier des 80-jährigen Bestehens von Nestlé Brasilien ein Eigenheim gewinnen konnten. Durch diese Kampagne konnten Marktanteile und -volumen gesteigert werden.

Der EBITA der Zone betrug CHF 3,5 Milliarden, was einer Marge von 13,3% des Umsatzes entspricht. Die Gestehungskosten nahmen ab, und eine gute Gewinnperformance war namentlich in Brasilien, Kanada, Venezuela und Argentinien zu verzeichnen. Auf Grund der weniger günstigen Wirtschaftslage gab es eine Abschwächung in Mexiko, sowie bei Ice Cream Partners USA wegen des Verlustes von Vertriebsrechten. Ebenfalls auf das Ergebnis

ausgewirkt haben sich die fortgesetzten Marketingausgaben von Friskies, baut die Marke doch erfolgreich eine kritische Masse in Lateinamerika und der Karibik auf.

### Schlüsselinitiativen und Marktrückblick

Durch die jüngst abgeschlossenen Übernahmen von Ralston Purina und der restlichen 50% von Ice Cream Partners USA beweist Nestlé ihr Engagement beim Aufbau strategischer Kategorien von Produktgruppen. Ralston Purina erzielt 90% ihres Umsatzes und 95% ihres Gewinns in dieser Zone. Ausserdem bietet das Unternehmen mit seiner starken Position im Bereich Trockennahrung für Hunde eine ausgezeichnete Ergänzung der festen Stellung von Friskies am Markt für Katzendosen-nahrung. In den USA verschafft uns die Fusion die Führungsposition in dieser höchst interessanten Nahrungsmittelkategorie.

Friskies Lateinamerika und Karibik wurde im Berichtsjahr gegründet und zeichnet für die Entwicklung unseres Geschäftes mit Heimtiernahrung in dieser Region verantwortlich. Dies ermöglicht uns eine gezielte Ausdehnung unserer Ressourcen und wird sicherstellen, dass wir unsere Strategieziele im erweiterten Heimtiernahrungs-Geschäft schneller und effizienter erreichen werden.

Nestlé unterzeichnete eine Absichtserklärung über die Planung einer Milch-Allianz in Nord- und Südamerika mit Fonterra, einem Unternehmen, das aus der Fusion der wichtigsten neuseeländischen Milchkooperativen und des «New Zealand Dairy Board» hervorgegangen ist. Durch diese Allianz stärken die Partner ihre Wettbewerbsstellung im riesigen Markt für Milchprodukte auf dem amerikanischen Kontinent und werden die Chancen der schnell wachsenden Segmente gekühlte Milchprodukte und solche mit ernährungsbezogenem Zusatznutzen künftig noch besser nutzen.

Eine wichtige panamerikanische Initiative ist die beschleunigte Realisierung von Vertriebs synergien und die Steigerung der Vorzüge einer zentralisierteren Beschaffung. Die Initiative geht einher mit unseren fortlaufenden Anstrengungen, die Produktion auf eine

kleinere Anzahl spezialisierter und höchst effizienter Fabriken zu konzentrieren. Diese Initiativen senken die Gesteungskosten und erhöhen unsere Chancen, die Vorteile bereits bestehender oder in Vorbereitung befindlicher Abkommen für den grenzüberschreitenden Handel in Nord- und Südamerika zu nutzen.

In den **USA** erzielten die meisten Produktkategorien ein starkes Umsatz- und Gewinnwachstum, mit Ausnahme des FoodServices-Geschäfts. Insbesondere die Produkte für Heimtiere verbesserten weiterhin ihre Margen durch Preiserhöhungen und Senkung der Produktionskosten. Positiv zu vermerken ist, dass *PowerBar* ein zweistelliges Wachstum verzeichnete und somit die Ziele unserer Akquisitionsstrategie erfüllt hat. Der Biscuitteig der Marke *Nestlé Toll House* gewinnt dank fortlaufender Innovation weiterhin an Marktanteilen und Rentabilität hinzu. Die Einzelhandels-Tiefkühlprodukte von *Stouffer's* und *Lean Cuisine* entwickeln sich nach wie vor sehr stark. Angesichts des Erfolges in den USA und Kanada hat Nestlé USA den Bau einer vierten Fabrik für Tiefkühlprodukte in Jonesboro (Arkansas) angekündigt. Ausserdem wurde in den USA eine hochmoderne Fabrik für die Herstellung von Säuglingsnahrung in Auftrag gegeben.

In **Mexiko** erzielten wir in einem von Nullwachstum geprägten Wirtschaftsumfeld weitere Umsatzsteigerungen. Kulinarische Produkte und löslicher Kaffee befanden sich an der Spitze dieses positiven Trends. Im Bewusstsein um die schwierige Situation der Kaffeebauern unterstützte Nestlé Mexiko einen Regierungsplan und bot den Kaffeebauern ausserdem Direktunterstützung.

Nestlé **Brasilien** erzielte ein beträchtliches internes Realwachstum, trotz der währungs- und wirtschaftspolitischen Probleme und der Energiekrise. Es konnten sogar zweistellige Wachstumsraten erreicht werden, namentlich in wichtigen Segmenten wie gekühlte Milchprodukte, Schokolade und Speiseeis.

Nestlé **Kanada** erwirtschaftete ein starkes Umsatzwachstum bei Tiefkühlprodukten, Nutrition, Schokolade und Speiseeis. Die hauptsächlichen Triebkräfte der Gewinnverbesserung waren Tiefkühlprodukte, Speiseeis und Produkte für Heimtiere.

Nestlé **Argentinien** hat nach umfassenden Änderungen ihrer Geschäftspraktiken die seit Jahren beste Leistung erreicht, trotz der politischen, sozialen und wirtschaftlichen Krise. Durch die Abwertung des Peso in den ersten Tagen 2002 ist für alle, die in Argentinien tätig sind, eine weitere Herausforderung hinzugekommen.

**Die Zukunft** Ziel der Zone Nord- und Südamerika ist es, über die Nutzung von Wettbewerbsvorteilen weitere Marktanteile hinzuzugewinnen und die Erträge zu steigern. Grundlage künftiger EBITA-Steigerungen sind:

**Produktionseffizienz** (weniger, dafür höchst effiziente und kostengünstige Fabriken), Spitzenposition bei Produkten und Vertriebskanälen sowie optimale Organisation unseres Geschäftes mit verstärkt marktübergreifendem Vertrieb und zusätzlichen grenzüberschreitenden Dienstleistungen und Strukturen, um so die operationelle Produktivität zu steigern und gleichzeitig den Investitionsaufwand zu senken.

**Wachstum:** Internes Wachstum, basierend auf unseren Stärken bei Marken, Marktstellung und Produktinnovation, stellt nach wie vor in allen Märkten und Regionen eine Priorität dar. Durch die jüngsten Akquisitionen und Joint Ventures dürften sich uns weitere Möglichkeiten zur Steigerung von Umsatz und Marktanteilen eröffnen. Mit einem überdurchschnittlichen Wachstum wird in den Schlüsselsegmenten löslicher Kaffee, Tiefkühlprodukte, gekühlte Milchprodukte, Säuglingsernährung und Heimtierprodukte gerechnet.



## Zone Asien, Ozeanien und Afrika

Der Gesamtumsatz erreichte CHF 15,5 Milliarden, wobei sich auf Grund des starken Schweizer Francs gegenüber den meisten anderen Währungen eine Verzerrung ergab, die sich in einem Negativbeitrag von 10,2% und einem Rückgang des Gesamtumsatzes um 1,6% niederschlug. 2001 war dennoch ein weiteres Erfolgsjahr für die Zone mit einem internen Realwachstum von 5,6%, das deutlich über dem Durchschnitt der Gruppe lag, und einem EBITA von CHF 2,6 Milliarden.

Diese Leistung kam in einem schwierigen wirtschaftlichen und politischen Umfeld zu Stande: Die meisten Volkswirtschaften Asiens wuchsen deutlich langsamer als 2000 oder traten in eine Rezession ein, derweil die politische Lage in vielen Gegenden der Zone – insbesondere im Mittleren Osten und in Afrika – instabil blieb.

Die Margen befanden sich infolge der Preisanstiege bei vielen Roh- und Verpackungsmaterialien, einschliesslich Milchtrockenbestandteile, unter Druck. Vor diesem Hintergrund konnten wir unsere Verkaufspreise in der ganzen Zone um durchschnittlich 3,1% anheben.

Das Umsatzwachstum wurde vor allem durch unsere starken Marktanteile möglich, im Zusammenwirken mit einer ausgewogenen geografischen Präsenz und einem Portfolio von Marken mit sehr hohem Bekanntheitsgrad. Die drei bevölkerungsreichsten Märkte China, Indien und Indonesien glänzten mit beeindruckenden Leistungen. Afrika trug ebenfalls massgeblich zum internen Realwachstum der Zone bei.

Trotz des schwierigeren Umfeldes konnte die EBITA-Marge im Vergleich zu 2000 dank Effizienzsteigerungen praktisch unverändert aufrechterhalten werden.

**Marktrückblick** Der Markt **China** (einschliesslich Hongkong und Taiwan) hat sich 2001 sehr erfreulich entwickelt und wird auch künftig enorme Wachstumschancen bieten. Obwohl der Markt durch den Beitritt Chinas zur Welthandelsorganisation (WTO) zusätzliche Impulse erhalten dürfte, steigern wir das Wachstum in diesem Schlüsselmarkt mittels eigener Initiativen: Durch ein Joint Venture mit Haoji, dem

zweitgrössten Hühnerbrühenhersteller des Landes, werden wir unsere Führungsposition im Markt für kulinarische Trockenprodukte ausbauen; das neue F&E-Zentrum in Schanghai, das auf die Entwicklung von kulinarischen Trockenprodukten und Zerealien spezialisiert ist, dürfte diesen Produktgruppen weitere Wachstumsdynamik verleihen.

**Indien und Indonesien** verzeichneten ein hohes Umsatzwachstum und bergen beträchtliches Zukunftspotenzial. Unser Schwerpunkt in diesen Ländern ist der Ausbau unserer Marktstellungen, während die Märkte von selbst weiterwachsen, da sich ein immer grösserer Teil der Bevölkerung verpackte Lebensmittel leisten kann. In beiden Ländern sowie in Malaysia haben wir die Beteiligungen der Gruppe an unseren lokalen Unternehmen erhöht, was unser Engagement in diesem Teil der Welt verstärkt.

**Japan** bleibt weiterhin der grösste Markt der Zone und erreichte 2001 trotz der düsteren Konjunkturlage ein zufrieden stellendes Umsatzwachstum. Das 2000 angekündigte Joint Venture mit Snow Brands Milk Products Co. Ltd. wurde mit der erfolgreichen Einführung einer Reihe von gekühlten Produkten weiter vorangetrieben.

**Afrika** hat sich während des Berichtsjahres gut entwickelt, insbesondere die Region Zentral- und Westafrika erzielte ein beachtliches internes Realwachstum von 21%. Wir sehen Afrika als eine Art schlafenden Riesen und positionieren uns so, dass wir die verschiedenen Märkte nutzen können, sobald diese erwachen und ihr Wachstumspotenzial entfalten.

**Schlüsselinitiativen** Durch die starke Stellung unserer Marken und das Engagement unserer Mitarbeiter im **Mittleren Osten** konnten wir trotz der politisch instabilen Lage ein moderates Wachstum erzielen. In Übereinstimmung mit der Strategie der Gruppe, Führungspositionen aufzubauen, haben wir die Zustimmung für die Mehrheitsbeteiligung an Nestlé Iran erhalten, wo wir Zerealien und Milch für Kleinkinder sowie Milchpulver herstellen und Zugang zu einem Markt mit einer Bevölkerung von über 70 Millionen Menschen haben werden.

In **Usbekistan** wurde eine Fabrik in Betrieb genommen, in der seit Dezember 2001 abgefülltes Wasser und seit Anfang 2002 Milchprodukte hergestellt werden; in den kommenden Jahren sollen diverse andere Produktelinien folgen. So können wir Qualitätsnahrungsmittel für die Konsumenten in Zentralasien bereitstellen.

2001 haben wir eine separate Geschäftseinheit für Heimtierprodukte geschaffen, um unsere Ausrichtung in diesem Bereich zu verstärken und unsere Wettbewerbsstellung in einem von grossem Wachstumspotenzial geprägten Markt auszubauen. Die Geschäftseinheit mit Hauptsitz in Sydney nahe der Blayney-Fabrik, dem wichtigsten Herstellungszentrum der Zone, ist eine der vier regionalen Hauptniederlassungen des Heimtierproduktegeschäftes weltweit.

Da viele Länder der Zone in hohem Masse vom Exporthandel abhängig sind, ist die verstärkte Globalisierung eine Realität, die nicht ignoriert werden kann. In diesem Zusammenhang hat Nestlé 1999 das **Projekt AIS** («Asian Industrial Study») lanciert, um die industriellen Strukturen für Handelswaren in Asien und Ozeanien zu optimieren sowie den Umlauf der Aktiven und die Rentabilität zu steigern. Das Projekt ist nun zu über 75% abgeschlossen, und wir bewegen uns stetig weg von dezentralisierten Mehrprodukte-Fabriken mit geringen Produktionskapazitäten hin zu einem Ansatz, in dessen Rahmen spezialisierte Regionalbetriebe mit grossen, äusserst leistungsstarken Fabriken verbunden werden.

Das Projekt AIS umfasste im Jahre 1999 26 der damals 146 Fabriken in der Zone, insbesondere in der ASEAN-Region, in Japan, Australien, Neuseeland und Taiwan, und deckt die Kategorien Milch, löslicher Kaffee, sonstige Getränke und Säuglingsernährung ab.

Per Ende 2001 hatte das Projekt die Schliessung von sechs Fabriken und die teilweise Stilllegung von neun weiteren Betrieben bewirkt. Der Umlauf der Aktiven der Zone konnte ausserdem durch die Nutzung überschüssiger oder leistungsschwacher Exportkapazitäten verbessert werden, während wir durch die Vereinheitlichung der Produkterezepte, des Designs und der Grösse der Verpackungen das Beschaffungswesen für Rohmaterialien straffen konnten.

Ferner hat das Projekt AIS die Aufschiebung einiger Investitionen sowie eine deutliche Verringerung des Kapitalaufwandes seit 1998 ermöglicht. 2001 beliefen sich die Investitionsausgaben für die Zone auf CHF 626 Millionen bzw. 4,1% des Umsatzes. Weitere Restrukturierungen der industriellen Prozesse, auf Grund lokaler und regionaler Studien, stellen eine Priorität dar.

Als weitere Stufe des Projektes AIS sowie zur Sicherstellung eines verbesserten Vertriebes zwischen den Märkten wird die neue Struktur auf Handelswaren einschliesslich Milch, Kaffee, Säuglingsernährung und sonstige Getränke ausgerichtet und geografisch die ganze Zone abdecken. Die Zentralisierung des Beschaffungswesens hat zu umfangreichen Kosteneinsparungen geführt, weitere Optimierungsmassnahmen befinden sich in Planung.

Die Zone hat bewiesen, dass sie sich nach Krisen rasch erholen kann, wofür die starken Wachstumswahlen der Jahre 1999 und 2000 nach der Asienkrise von 1998 sprechen. Wir sind zuversichtlich, dass das gegenwärtige Umfeld unser zukünftiges Geschäft nicht wesentlich behindern wird.

**Ausblick** Die Zone wird eine Konsolidierung erleben und die Vorzüge ihres weltweit einmaligen Angebotes weiter ausschöpfen, um Effizienzen und Einsparungen erzielen zu können und gleichzeitig – durch die Förderung des internen Wachstums der einzelnen Bereiche mittels einer «Best-in-Class»-Organisation – zur Nachfrageankurbelung beizutragen.

Die Effizienz wird in sämtlichen Bereichen gesteigert werden, von den Rohmaterialien bis zum Verbraucher, wobei der Zone durch die Regionalisierung, die demografische Entwicklung und die wachsenden Konsumentenansprüche grosse Vorteile erwachsen dürften.

Um nachhaltiges Wachstum für die Nestlé-Gruppe zu erzielen, wird die Zone Asien, Ozeanien und Afrika starke Marktpositionen aufbauen, insbesondere in den bevölkerungsreichen Ländern. Die Zone strebt eine im Vergleich zum Durchschnitt der Gruppe überdurchschnittliche Entwicklung an, um die mit aufstrebenden Märkten einhergehenden Risiken zu decken.

## Produkte und Marken

Nestlé genießt dank der Stärke ihrer Marken weltweit in einer Reihe von Produktkategorien eine einmalige Stellung. Rund 70% des Gruppenumsatzes erwirtschaften die sechs weltweiten Unternehmensmarken *Nestlé*, *Nescafé*, *Nestea*, *Maggi*, *Buitoni* und *Friskies*; *Nestlé* alleine schon 40%. Überall auf der Welt entscheiden sich die Verbraucher für diese Marken der Wahl, sei es als Marken an sich oder im Zusammenhang mit Produktmarken. Nestlé besitzt aber auch regionale und nationale Marken, die bei den Konsumenten einen hohen Bekanntheitsgrad genießen, weil sie in diesen Regionen oft eine lange Tradition haben. Mit diesen Marken als zentrale Bestandteile des Nestlé-Portfolios können die Konsumenten ihrer Individualität Ausdruck verleihen, ihren Traditionen treu bleiben und erst noch die Qualität und Sicherheit von Nestlé-Produkten genießen. Mit ständiger Innovation und kontinuierlicher Renovation ihrer Marken und Produkte will Nestlé sicherstellen, dass sie den Anforderungen der Konsumenten nicht nur genügen, sondern diese sogar übertreffen. Dies wollen wir durch eine klare qualitative Überlegenheit mit einer Verbraucherpräferenz von 60:40 erreichen und indem wir dafür sorgen, dass unsere Produkte erhältlich sind, wann, wo und wie auch immer der Kunde dies wünscht.

Bei den kursiv gedruckten Marken handelt es sich um eingetragene Marken von Gesellschaften der Nestlé-Gruppe.

**Umsatz**

			2001	2000	1999
Kaffee	37,2%		8 937	9 096	8 340
Wasser	37,0%		8 887	7 380	5 269
Übrige	25,8%		6 199	6 568	7 250
Total	100%		24 023	23 044	20 859
EBITA			4 259	4 318	3 764
Investitionen in Sachanlage			1 062	936	618

In Millionen CHF

## Getränke

*Nescafé* – der erste kommerziell erfolgreiche lösliche Kaffee – kann seit seiner Lancierung im Jahr 1938 auf eine gute Umsatzentwicklung zurückblicken. *Nescafé* ist die mit Abstand am meisten konsumierte Kaffeemarke der Welt, unter der heute auch trinkfertige Kaffevariationen angeboten werden. Die Nestlé-Gruppe vertreibt in zahlreichen europäischen Ländern traditionelle Röstkaffees und *Nespresso*, den Espresso in Kapseln. Zudem ist die Nestlé-Gruppe mit Marken wie *Nesquik*, *Milo* und *Nescau* die weltweite Nummer eins im Bereich Schokoladen- und Malzgetränke. Sie ist ebenfalls in den Sparten Fruchtsäfte – vor allem in den USA mit der Marke *Libby's* – und Teegetränke vertreten, dort insbesondere mit dem sofortlöslichen oder trinkfertigen *Nestea*. Des Weiteren nimmt die Nestlé-Gruppe mit einem Portfolio von über 70 Marken weltweit die Führungsposition im Bereich Mineralwasser ein. Darunter fallen internationale Marken wie *Vittel*, *Contrex*, *Perrier* und *S.Pellegrino* sowie regionale oder lokale Namen wie *Levissima*, *Vera*, *Panna*, *Fürst Bismarck* und *Naleczowianka* in Europa und *Arrowhead*, *Poland Spring*, *Zephyrhills*, *Deer Park* und *Ozarka* in den USA. Erst jüngst wurde die Marke *Nestlé* mit der Lancierung von *Nestlé Pure Life* und *Nestlé Aquarel* auch im Mineralwassergeschäft eingeführt. Nestlé ist weltweit auch eine feste Grösse im Verkaufskanal Haus- und Bürolieferdienst.



Der Absatz von *Nescafé* hat 2001 weltweit weiter stark zugenommen und den gesamten Geschäftszweig Kaffee deutlich übertroffen. Der *Nescafé*-Absatz verzeichnete nicht nur ein zweistelliges Wachstum in den aufstrebenden Märkten Südasiens und Europas, sondern auch doppelt so hohe Zuwachsraten wie die Märkte in den Industrieländern Europas und Nordamerikas. Damit zementierte *Nescafé* seine Vormachtstellung auf dem weltweiten Kaffeemarkt: Rund 3900 Tassen werden pro Sekunde, Tag für Tag, in über 120 Ländern der Welt getrunken.

Angesichts unserer führenden Rolle gilt es nun, vorrangig sicherzustellen, dass Kaffee auch für die jungen Erwachsenen von heute ein interessantes und befriedigendes Getränk bleibt. *Nescafé* ging 2001 globale Partnerschaften mit einigen weltweit führenden Jugendmedien ein. Die Kampagne unter dem packenden Motto «Und eins führt zum anderen» wird von lokalen Kampagnen in allen *Nescafé*-Schlüsselmärkten begleitet, um auf der ganzen Welt neue *Nescafé*-Konsumenten zu gewinnen.

Weit reichende technische Verbesserungen, die erneut an dieser Produktkategorie vorgenommen wurden, fanden im neu in Grossbritannien eingeführten *Nescafé Original* sowie im *Nescafé Cappuccino* ihren Ausdruck, der gegenwärtig in Europa in die Regale gelangt. Weitere Marktanteile wurden auch am dynamischen *3 in 1*-Markt (Kaffee, Sahnepulver und Zucker in Einportionen-Sachets) in Südostasien, Russland und China hinzugewonnen.

Unsere erfolgreiche Steigerung der Beliebtheit von Kaffee als Getränk – und insbesondere von *Nescafé* – ist der grösste Beitrag, den wir glauben leisten zu können, um das Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage bei Rohkaffee zu verringern und einen Rohstoffpreis zu erzielen, der Kaffee für Bauern zu einer wirtschaftlich tragfähigen Option macht.

Wir betreiben in zahlreichen Kaffeeanbauländern Produktionsfabriken für löslichen Kaffee, die ihre Produkte zumeist exportieren. So stellt Nestlé sicher, dass ein Teil der Wertschöpfung bei der Herstellung von löslichem Kaffee am Produktionsort bleibt und die lokale Volkswirtschaft unterstützt.

Zudem zahlten wir in einigen dieser Märkte, wo wir direkt bei Bauern einkaufen, einen Aufpreis, um bessere Landwirtschaftsmethoden zu fördern und die Not der Anbauer, die unter den tiefen Rohkaffee-preisen am Weltmarkt litten, lindern zu helfen.

In der Sparte trinkfertiger Kaffee und Tee feierte das erfolgreiche Joint Venture mit Coca-Cola (Coca-Cola Nestlé Refreshments Co.) sein zehnjähriges Bestehen mit einem bedeutenden Rentabilitäts- und Wachstumssprung. Zusammen mit unserem Partner beschlossen wir, das Joint Venture zu überprüfen, auszuweiten und ihm einen neuen Namen zu geben: Beverage Partners Worldwide (BPW). Nestlé und Coca-Cola sind gut positioniert, um weiter zu wachsen und ihre weltweite Präsenz auszubauen.

Die führende Marktstellung von Nestlé bei den Schokoladen- und Malzgetränken wurde 2001 durch den Zugewinn weiterer Marktanteile gefestigt. Die Positionierung von *Milo* im Energiegetränkesegment wurde durch die erfolgreiche Einführung innovativer Produktevarianten unterstrichen. *Nesquik* gewann weitere Marktanteile hinzu, weil Milch damit für Kinder «prima schmeckt und Kräfte weckt».

*Nespresso* blieb auf Erfolgskurs, namentlich in der Schweiz, in Frankreich, Deutschland, Österreich und den USA. Der Umsatz von CHF 260 Millionen entspricht einer 30%igen Steigerung gegenüber 2000.





Milo setzt Energie frei (Philippinen).



Nescafé 1+2 (China) und Nescafé 3 in 1 (Taiwan).



Nescafé 3 in 1 (Thailand) und Nescafé Cappuccino (Schweiz).



Ein Schlüsselprodukt, vertrieben von BPW.



DIE NEUE UMFASSENDE NESCAFÉ-KONSUMENTEN-KOMMUNIKATIONS-PLATTFORM NESCAFÉ «UND EINS FÜHRT ZUM ANDEREN» BIETET EIN SPANNENDES UMFELD FÜR DIE WELTWEIT INTEGRIERTE JUGEND-KAMPAGNE VON NESTLÉ. DIE DIVERSEN ELEMENTE DES JUGENDPROGRAMMES VERFOLGEN DAS ZIEL, JUNGE MENSCHEN FÜR DIE NESCAFÉ-MARKE ZU GEWINNEN UND IN IHNEN DEN WUNSCH ZU WECKEN, MIT DER MARKE IN VERBINDUNG GEBRACHT ZU WERDEN.



Nescafé Original, neue Technologie und neues Design (Grossbritannien).



Neue Nesquik-Verpackung (Osteuropa).

Die Marke *Nespresso* und ihre Sichtbarkeit erhielten durch spezialisierte Vorzeigeläden in europäischen Grossstädten zusätzlichen Aufwind. Die *Nespresso*-Website wurde benutzerfreundlicher (für Bestellungen) und aussagekräftiger gestaltet, um Produktinformationen, Positionierung und neue Angebote hervorzuheben. Über die Website werden rund 20% des Umsatzes erzielt.

Die Perrier Vittel-Gruppe steigerte 2001 ihren Absatz weiter, ganz besonders – und trotz des rauen Konkurrenzkampfes – mit Marken in den USA und Wasser der Marke *Nestlé* in Europa und aufstrebenden Märkten.

Zahlreiche Innovationen und Renovationen haben zum Aufbau von Markenwahrnehmung und -treue beigetragen: Die Einführung neuer Produkte wie *Contrex*-Getränken auf der Grundlage von natürlichen Frucht- und Blumenaromen, und *Levissima Allegra*, einem leicht kohlenensäurehaltigen Mineralwasser (Italien), hat die Nachfrage angekurbelt, die neue PET-Flasche von *Perrier* steht für den Anfang einer Neulancierungskampagne, die runde *Vittel*-Flasche für japanische Verkaufsautomaten erwies sich als Grosserfolg, und viele Marken in den USA sind nun in einer neuen 1-Gallonengrösse erhältlich.

*Nestlé Aquarel*, unser natürliches Quellwasser, das jetzt in sechs europäischen Ländern erhältlich ist, machte im Jahr 2001 grosse Fortschritte. Der Bekanntheitsgrad konnte dank des Auftritts als Grosssponsor an der Tour de France deutlich erhöht werden. Dies förderte die Wahrnehmung und den Umsatz der Marke und dürfte die für 2002 geplanten Markteinführungen erleichtern. Unser Ziel ist klar: *Nestlé Aquarel* soll bis 2010 zur führenden paneuropäischen Marke für abgefülltes Wasser avancieren.

*Nestlé Pure Life*, das gereinigte und im Mineralgehalt ausgewogene Trinkwasser, wurde 2001 in drei weiteren Märkten – Indien, Jordanien und Libanon – eingeführt und ist heute in Asien, im Mittleren Osten und in Lateinamerika in zehn Ländern erhältlich.

Wir erzielten erneut gute Ergebnisse im rasch wachsenden PET-Markt und bei den Haus- und Bürolieferdiensten in den USA, wo wir Marktführer sind und trotz des hart umkämpften Marktes Anteile hinzugewinnen und unsere Rentabilität steigern konnten.

**Gewinn** Der EBITA betrug 17,7% des Umsatzes. Die beiden Schlüsselsegmente dieser Produktegruppe entwickelten sich ausgezeichnet, auch wenn die Stärke des Schweizer Frankens bei der Umrechnung einen negativen Einfluss auf die Ergebnisse hatte. Der Bereich Kaffee profitierte erneut von zusätzlicher operationeller Effizienz und einer guten Kapazitätsauslastung. Die Rentabilität im Wassergeschäft konnte trotz der Belastung durch höhere PET-Kosten gesteigert werden und zeugt vom Erfolg der Produktivitätsinitiativen und der Preiserhöhungen im Einzelhandel.

**Akquisitionen** Perrier Vittel tätigte zahlreiche Übernahmen im Verkaufskanal Haus- und Bürolieferdienst: Vor nur drei Jahren waren wir mit einem einzigen Unternehmen in den USA vertreten, heute arbeiten wir in einem Dutzend Länder auf fünf Kontinenten. Zu den wichtigsten Akquisitionen zählten 2001 *Black Mountain* in den USA, *Dar Natury* in Polen (grösster Haus- und Bürolieferdienst in Europa), *Al Manhal* in Saudi-Arabien (Marktführer im Mittleren Osten) und *Aqua Cool*. Letztere stärkte unsere Marktposition in den USA und verlieh uns in den rasch wachsenden Märkten Grossbritannien und Frankreich eine gute Ausgangsposition. Überdies wurden weitere bedeutende Marken wie *Sansu* in der Türkei (Einzelhandel und Haus- und Bürolieferdienst) und *Glaciar* (Einzelhandel) in Argentinien akquiriert.







Neue PET-Flasche von *Perrier*.

*Contrex* Pfirsich-Orange und Birne-Vanille.

*Nestlé Pure Life* – bereits in zehn Ländern erhältlich.

Traditionelles *Fürst Bismarck*, neu in PET-Flasche.

*Levissima Allegra*, leicht prickelnd.

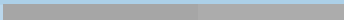
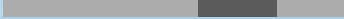



*Nestlé Aquarel*: speziell für die Tour de France gefertigte Flasche.



INNOVATION  
IST DIE TRIEBFEDER  
DES ERFOLGS VON  
*NESPRESSO*. 2001 WIRK-  
TEN DIE EUROPaweITE  
EINFÜHRUNG EINER  
INNOVATIVEN FORM VON  
ESPRESSOMASCHINE,  
DER «CONCEPT  
MACHINE» VON  
*NESPRESSO*, UND EINE  
NEUE EXKLUSIVE  
KAFFEEEMISCHUNG IN  
LIMITIERTER AUSGABE  
HÖCHST STIMULIEREND  
AUF DIE NACHFRAGE  
VON STAMM-  
UND NEUKUNDEN.



**Umsatz**

			2001	2000	1999
Milchprodukte	56,9%		13 061	12 471	10 923
Ernährung	23,0%		5 278	4 915	4 183
Speiseeis	16,4%		3 770	3 807	3 598
Übrige	3,7%		844	781	707
Total	100%		22 953	21 974	19 411
EBITA			2 572	2 620	2 168
Investitionen in Sachanlage			573	530	366

In Millionen CHF

## Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis

Nestlé kann auf eine lange Geschichte als einer der führenden Hersteller von Milchprodukten zurückschauen. Am Anfang standen allseits bekannte haltbare Marken wie *Nido*, *Nespray*, *La Lechera* und *Carnation*. Anschliessend wurde unter der *Nestlé*-Marke ein Geschäft mit gekühlten Milchprodukten und Speiseeis mit starker internationaler Präsenz aufgebaut. Innovation und Renovation spielen bei der Entwicklung von Milchprodukten und Frühstückszerealien, Letztere im Rahmen des Joint Ventures mit General Mills, eine entscheidende Rolle. Die positive Wirkung der Ernährung auf Gesundheit, Wohlbefinden und Fitness beeinflusst auch unseren Geschäftsgang stark. Unter dem Markennamen *Nestlé* wird eine ganze Reihe von Produkten mit ernährungsbezogenem Zusatznutzen wie Säuglingsnahrung, Milch für Kleinkinder im Wachstum, Zerealien, enterale Ernährung, orale Supplemente sowie Leistungsernährung von der Forschung bis zur Marktreife aktiv betreut.



Bei den **haltbaren Milchprodukten** trug die fortlaufende Innovation und Renovation unseres Sortimentes zum Umsatzwachstum bei. Durch Effizienzsteigerungen konnten wir eine gute Rentabilität aufrechterhalten, obwohl die Milchpreise in den meisten Milch produzierenden Ländern gestiegen sind.

Die innovative Nutzung markengeschützter aktiver Ingredienzen sowie die starke Kommunikation ihrer positiven Wirkung stellten den wichtigsten Wachstumsmotor bei unseren Milchprodukten für Kinder im Vorschul- und Schulalter dar. Insbesondere in Asien stieg der Umsatz mit der Markteinführung von *Nespray 1+*, *3+* und *6+* in Malaysia und *Dancow 1+*, *3+* und *6+* in Indonesien.

In den USA erzielte die Einführung von *Coffee-mate* (pflanzliche Kaffeesahne) in einem neuen Plastikgefäss für Pulver sowie Flüssigsahne, die von einer neu konzipierten Werbekampagne unterstützt wurde, ausgezeichnete Ergebnisse. Diese Verpackungsinnovation war der Gewinner des «Nestlé Innovation Award» bei den Milchprodukten.

In Grossbritannien erweiterten wir das Sortiment haltbarer Milchdesserts um eine Vanillecreme-Sauce und einen Reispudding. Die beiden Produkte wurden unter der *Nestlé*-Marke eingeführt.

Bei den **gekühlten Milchprodukten** konzentrierten wir uns auf Initiativen zur Wachstumssteigerung und Optimierung der Kosteneffizienz. Zu Ersteren zählten die Erschliessung der aufstrebenden Märkte Pakistan und Indien, das Einsetzen so genannter *Chamyto*-«Ladies» im Haus-zu-Haus-Verkauf in Brasilien und auf den Philippinen, die Lancierung von Konzepten für das

Wohlbefinden in Europa unter der Marke *Sveltesse* und in Mexiko unter der Marke *LC1*, die Ausweitung der Vertriebskanäle auf Verkaufspunkte ausserhalb der Supermärkte mit Produkten für Schnellgaststätten, Fluggesellschaften und Schulen sowie die Schaffung neuer Konsummöglichkeiten durch die bessere Nutzung des Potenzials unserer Markenportfolios in den Bereichen gekühlte Milchprodukte und Zerealien.

Die wichtigste Initiative zur Optimierung der Kosteneffizienz war der Abschluss der industriellen Harmonisierung unserer europäischen Produktionsstruktur, wodurch signifikante Verbesserungen bei den Produktionskosten und eine Reduktion des investierten Kapitals erzielt wurden.

In Japan trug unser Marketing-Joint-Venture mit Snow Brand erste Früchte mit der Markteinführung eines Bechers mit trinkfertigem *Nescafé*, *Nescafé*-«jelly cups» und *Nestlé LC1*. Durch die starke Präsenz von Snow Brand erreichten die ersten Verkäufe ermutigende Niveaus. Bei der Lancierung von *Nestlé LC1* spielte das Nestlé-Forschungszentrum eine aktive Rolle und führte japanische Wissenschaftler in die grossen Vorzüge dieses führenden probiotischen Joghurts ein.



Neues patentrechtlich geschütztes Plastikgefäss für *Coffee-mate*, USA.



Neue haltbare Milchdesserts:  
Vanillecreme-Sauce und  
Reispudding (Grossbritannien).



Doppelbehälterpack: reiner Joghurt und *Fitness*-Zerealien (Schweiz).



*Nestlé* reiner Naturjoghurt (Indien).



Neues *Chamyto* mit Orangengeschmack (Philippinen).



HAUSPFLEGE IST EIN WICHTIGER PFEILER DES GESUNDHEITSWESENS. SIE SENKT DIE KOSTEN UND VERBESSERT GLEICHZEITIG DIE LEBENSQUALITÄT DER PATIENTEN. IN FRANKREICH LEISTET *NESTLÉ HOME CARE* UMFASSENDE HAUSPFLEGEDIENSTE, WIE AUCH BERATUNG UND SCHULUNG DURCH EINEN ERNÄHRUNGSSPEZIALISTEN, HAUSLIEFERUNG VON KLINISCHEN NAHRUNGSMITTELN UND EINE RUND UM DIE UHR BEDIENTE HOTLINE. IHR ERFOLG BERUHT AUF DER HOHEN QUALITÄT IHRER DIENSTLEISTUNGEN.

**Säuglingsernährung** ist ein wahrlich globales Geschäft von Nestlé, dessen Umsätze weltweit in allen Regionen markant anstiegen. Alle Produktkategorien trugen dazu bei, besonders bemerkenswert war jedoch die Umsatzsteigerung bei Säuglingsnahrung im Glas. Nestlé China war der Gewinner des «Nestlé Innovation Award», womit die Professionalität und Kreativität honoriert wurden, mit der das Säuglingsernährungs-Geschäft in einem regulierten Umfeld geführt wurde.

Unsere Forschung im Bereich der Grundnahrungsmittel zeitigte erstklassige, patentrechtlich geschützte Ergebnisse, darunter ein weiterentwickeltes Produkt für die Säuglingsernährung, das allgemeine Anerkennung unter medizinischen Fachkräften fand. Eine Reihe von Innovationen wurden auch klinischen Tests unterzogen. Wir lancierten mehrere trinkfertige Milchprodukte für Kleinkinder im Wachstum und führten unser modernes Konzept der Kunststoffverpackungen in zusätzlichen Segmenten des Marktes für Säuglingsnahrung ein.

Nestlé baute ihre Marktstellung in der **klinischen Ernährung** weiter aus, insbesondere über Vertriebsstellen ausserhalb des Spitalbereiches. In Europa sorgte *Clinutren*, eine Reihe wohlschmeckender oraler Supplemente, für markante Zugewinne bei den Marktanteilen in der Pharmabranche. In Frankreich erzielte *Nestlé Home Care*, die Patienten eine umfassende Palette von spezifischen nährstoffreichen Lebensmitteln und Dienstleistungen bietet, einen Marktanteil von 25% im ersten Geschäftsjahr. In Asien und Lateinamerika wurde der Vertrieb von *Nutren*-Produkten in Pulverform auf Drugstores ausgeweitet und damit auf dem Erfolg dieser Produktlinie in Spitälern aufgebaut. In Nordamerika trug vor allem unsere führende Marke *Peptamen* zum Umsatzwachstum bei. *Peptamen*-Produkte werden nun auch ausserhalb der USA vermarktet.

Die **Leistungsernährung** erzielte 2001 ein zufriedenstellendes Wachstum. Im Bereich Sporternährung legte die *PowerBar*-Produktlinie, die letztes Jahr erworben wurde, den Grundstein für ein starkes Umsatzwachstum. In den USA wurde im Juli eine neue Reihe von Energieriegeln aus Zerealien unter der *Pria*-Marke eingeführt. Die geografische Ausdehnung der *PowerBar*-Reihe wird fortgesetzt, wobei das grösste Wachstum in mehreren europäischen Märkten sowie in Australien zu verzeichnen war. Des Weiteren wurden diese Produkte in Brasilien, Mexiko und Südafrika eingeführt.

Die Strategie, markengeschützte aktive Ingredienzen zu entwickeln, deren positive Wirkung auf die Gesundheit und das Wohlbefinden wissenschaftlich erwiesen ist, trug auch in dieser Berichtsperiode zur Steigerung des Mehrwertes unserer Nahrungsmittel- und Getränkemarken in über 30 Ländern bei. Die gute Akzeptanz der Konsumenten von prä- und probiotischen Produkten und das Umsatzwachstum kam vor allem in den Bereichen Nahrungsmittel für Kleinkinder und Milchprodukte zum Tragen.

2001 war ein Jahr der Konsolidierung für den Bereich **Speiseeis**. Der Vertrieb und die Nutzung der Produktionsstrukturen wurde verbessert und die Innovation und Renovation zur Ertragssteigerung in diesem Markt konsequent fortgesetzt.

Eine markante Erholung in Schlüsselmärkten wie Kanada und Brasilien, ein solider Ausbau unserer führenden Marktstellung in Malaysia, trotz der schwierigen Wirtschaftslage, und eine weitere Konsolidierung unserer Präsenz in Märkten mit hohem Potenzial, einschliesslich Russland, prägten das Geschäftsjahr. Eine weitere konkrete Massnahme war die Übertragung unserer Produktionsstrukturen in Grossbritannien auf eine Drittpartei, die für uns als exklusiver Vertriebsagent dort und Irland tätig sein wird.



In diesem Jahr wurde mit *Frubetto* erstmals ein Speiseeis global lanciert. Damit stossen wir in das bisher nicht erschlossene Marktsegment der «richtigen Balance zwischen Genussbefriedigung und Erfrischung» vor. Das Speiseeis wurde in zwölf Ländern aus den drei Zonen unter gleicher Marke, Verpackung und Werbung eingeführt.

Innovation war der Antriebsmotor: Kreative Konzepte wie *Thumbs Up* in Thailand (5 Mini-Eiswaffeln auf einer speziellen mit dem Daumen gehaltenen Platte), das den «Nestlé Innovation Award» im Bereich Speiseeis erhielt, *Epa Black* in Argentinien und *Capriccio Cake* in Spanien und in der Schweiz gewannen neue Konsumenten für die Speiseeis-Welt von Nestlé.

Die intensive Nutzung unseres visuellen Erscheinungsbildes mit seinem blauen Schwimmbad-Image weltweit sowie die kreative Erschliessung neuer Vertriebskanäle verankerte unsere Marke auf breiter Basis im Bewusstsein der Konsumenten und steigerte die Verfügbarkeit von *Nestlé*-Produkten.

2001 war ein erfolgreiches Jahr für Cereal Partners Worldwide (CPW), unser Joint Venture mit General Mills im Bereich der **Frühstückszerealien** ausserhalb von Nordamerika. CPW ist mittlerweile in 80 Ländern präsent. Wir verzeichneten ein starkes Wachstum in Europa, Lateinamerika und Asien, wobei besonders gute Gewinne in Osteuropa und Südamerika verbucht werden konnten. Nach der erfolgreichen Einführung in Mexiko und Brasilien im Jahr 2000 lancierten wir die *La Lechera*-Frühstückszerealie in weiteren südamerikanischen Ländern und die Schokozerealie *Crunch* in Polen. Beide Initiativen trugen zum positiven Gesamtergebnis bei. Ausserdem expandierten wir unsere starken Frühstückszerealien-Marken in den rasch wachsenden Markt der Zerealienriegel durch die Einführung von Zerealienriegeln der Marken *Chocapic*, *Nesquik* und *Golden Grahams* in Frankreich, Spanien und Portugal. In den Ländern, in denen CPW aktiv ist, beträgt der konsolidierte Marktanteil nun 21%, was einem guten zweiten Platz entspricht.

**Gewinn** Die EBITA-Marge betrug 11,2%. Der Bereich Milchprodukte wurde durch den markanten Anstieg der Preise für Milchtrockenbestandteile beeinflusst. Erfreulich entwickelte sich das Geschäft mit Säuglingsnahrung in weiten Teilen der Zone Asien, Ozeanien und Afrika sowie in Osteuropa. Der Bereich Leistungsernährung steigerte seine Rentabilität, vor allem dank der erfolgreichen Integration von PowerBar, während sich die Marketingaufwendungen in der Leistung der Sparte klinische Ernährung niederschlugen. Das Speiseeisgeschäft verbesserte seine Rentabilität dank Fortschritten im Grossteil der Länder der Zone Europa und in vielen Ländern der Zone Asien, Ozeanien und Afrika. Auch zahlreiche Länder der Zone Nord- und Südamerika zeigten gute Leistungen.

**Akquisitionen und Joint Ventures** Es wurde eine Absichtserklärung mit Fonterra Cooperative Group Ltd. unterzeichnet, um die Bildung von Joint Ventures in Nord- und Südamerika für die Produktion von Milchpulver, haltbarer Flüssigmilch und gekühlten Milchprodukten zu eruieren. Ein russischer Hersteller von Frühstückszerealien wurde erworben, um das Wachstum in diesem wichtigen Markt voranzutreiben. Wir haben mit Südzucker Einigung über ein noch genehmigungspflichtiges Übernahmeangebot für die Bereiche Speiseeis, Tiefkühlprodukte und Hauslieferdienst der Schöller-Gruppe erzielt. Diese Akquisition erhöht den Umsatz unseres europäischen operationellen Geschäftes um CHF 2 Milliarden. Ausserdem haben wir die ausstehende Beteiligung von 50% an Ice Cream Partners USA erworben und damit die Kontrolle der Marke Häagen-Dazs in den USA und in Kanada übernommen.





Zerealien- und Milchriegel von beliebten Zerealienmarken.



Ausgewogene Milch für Kleinkinder.



Erfrischendes nährstoffreiches Supplement.



Frubetto: das erste global eingeführte Speiseeis.



Schmackhafte nährstoffreiche Energieriegel aus Zerealien.



Epa Black: eine einzigartige Produkteinnovation im Bereich Waffeleis.



INNOVATION IST DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG BEIM SPEISEEIS. DIE KONSUMENTEN ERWARTEN JEDES JAHR EINE NEUE ÜBERRASCHUNG, WIE BEISPIELSWEISE FRUBETTO, SMARTIES POP UP, FEELING CRO-CADO ODER CAPRICCIO CAKE. INNOVATION SPIELT AUCH BEIM VERTRIEB EINE ROLLE. EINE STARKE MARKENPRÄSENZ RUND UM DIE UHR MITTELS INITIATIVEN WIE ETWA VERKAUFS-AUTOMATEN IN SPANIEN IST ZU GEWÄHRLEISTEN ODER DIE NÄHE ZU DEN KONSUMENTEN WIE IN PERU UND ASIEN MITTELS FAHRBAREN EISSTÄNDEN SICHERZU-STELLEN.

**Umsatz**

			2001	2000	1999
Tiefkühl- und gekühlte Produkte	35,5%		7 566	7 336	7 420
Kulinarische und andere Produkte	35,3%		7 527	7 228	7 232
Produkte für Heimtiere	29,2%		6 231	6 068	5 533
Total	100%		21 324	20 632	20 185
EBITA			2 026	1 948	1 850
Investitionen in Sachanlage			460	390	464

In Millionen CHF

## Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere

Eine reichhaltige Palette von Suppen, Brühen, Saucen und Küchenhilfen wird überwiegend unter der Marke *Maggi* verkauft und ist – Land für Land – an lokale Geschmacksrichtungen, Rezepte und Zutaten angepasst. Instant-Nudeln von *Maggi* werden in Fernost, in der Pazifik-Region, in Europa, Afrika und Lateinamerika verkauft. Die von Nestlé hergestellten Tiefkühlfertiggerichte werden unter zwei Hauptmarken angeboten: *Stouffer's* in den USA und *Maggi* in den anderen Regionen der Welt. Im Bereich der italienischen Küche ist Nestlé mit Teigwaren und gekühlten bzw. sterilisierten Saucen der Marke *Buitoni* vertreten. Zu den *Buitoni*-Produkten gehört auch ein umfassendes Angebot an Tiefkühlpizzen und anderen tiefgekühlten Fertiggerichten. In Europa wird eine Reihe von Delikatessen und Wurstwaren unter der Marke *Herta* angeboten. Die Gruppe stellt auch Saucen und Salatdressings unter verschiedenen Marken wie *Thomy*, *Crosse & Blackwell* und *Winiary* her.



**Küchenhilfen und Fertiggerichte**, die beiden kulinarischen Hauptpfeiler der Gruppe, entwickelten sich 2001 überaus gut. Dies verdanken sie den Fortschritten bei Trockenbrühen, -sauce und -suppen und der erfreulichen Leistung von Tiefkühl- und gekühlten Gerichten in den USA und Europa.

Der Umsatzanstieg bei Brühen erklärt sich vor allem durch den Ausbau unserer Position in China, wo die 1998 übernommene Totole eine hervorragende Leistung bot und von der Einführung neuer Brühen in verschiedenen Geschmacksrichtungen profitierte. Zusätzliche Volumensteigerungen erreichten wir zudem dank unserer erhöhten Durchdringung der Märkte in Zentral- und Westafrika, im Mittleren Osten sowie in Mittel- und Osteuropa, wo nach wie vor wenig mit Fertigprodukten gekocht wird. Der Absatz von Suppen verlief zufrieden stellend, namentlich in Brasilien und Zentralamerika.

In Brasilien und Chile lancierten wir die schmackhaften Hühner-Schnellgerichte der Reihe *Delícias de frango*.

Unsere höchst effiziente Trockenproduktfabrik in Antigua (Guatemala) ist zum Produktionszentrum für ganz Zentralamerika avanciert, was zur Senkung der Fixkosten in Mexiko und der Karibik beitrug. Zugleich wurde in Argentinien die Zulieferung bestimmter Produkte mit geringem Mehrwert ausgelagert.

Sehr gut schnitten in diesem Jahr die orientalischen Nudeln von *Maggi* ab, dies vor allem in Indien und Malaysia, wo *Maggi* ihre führende Stellung nutzte.

Zu den erfolgreichen Neueinführungen in Europa gehörte die kochfertige Flüssigsuppe *Maggi Sveltesse*, die als Einzelportion in einer Glasflasche abgepackt ist und vom bekannten *Sveltesse*-Konzept zur Erweiterung unseres Angebots von Light-Mahlzeiten in Frankreich profitierte. In der Schweiz trugen wir mit der Lancierung einer cholesterinfreien Mayonnaise unter der starken Lokalmarke *Thomy* den Trends in den Bereichen Wohlbefinden/ Gesundheit Rechnung.

In Polen nahmen wir mit einer Brühe nach Hausmacherart unter unserem Markennamen *Winiary* und in Russland mit einer der herkömmlichen, authentischen Borschsuppen traditionellere Marktsegmente ins Visier. In Deutschland, wo *Maggi* eine führende Stellung innehat, lancierten wir eine neue Flüssigbrühe der Extraklasse, *Maggi Gourmet Bouillon*, und eine Palette innovativer sofort löslicher Saucenfonds im Glas unter dem Namen *Maggi Feiner Saft*.





Fertiggerichte (Brasilien und Chile).



Klassische Brühe mit neuem Geschmack (Deutschland).



Cholesterinfreie Mayonnaise (Schweiz).



Pilzgewürzgranulat fürs Braten (China).



Maggi Sveltesse-Flüssigsuppe (Frankreich).

Der Umsatz mit echt italienischen Mahlzeiten von *Buitoni* nahm auf Grund zahlreicher Initiativen zu. In Italien trieben Tiefkühl- und gekühlte Produkte mit verschiedenen neuen Menüvorschlägen das Wachstum an. Dank der äusserst erfreulichen Entwicklung von *Buitoni*-Tiefkühlpizzen in Europa konnten wir unseren Marktanteil ausbauen und nehmen nun an allen europäischen Märkten, in denen wir tätig sind, eine führende Stellung ein. Zudem sind wir mit *Buitoni La Tradizione*, die bereits im Tiefkühlpizzen-Bereich erfolgreich ist, in die rasch wachsende Kategorie der gekühlten Pizzen in Frankreich vorgestossen.

In Frankreich, Belgien, Spanien und Portugal schreitet der Markenwechsel für unseren Kernbereich der Tiefkühlfertiggerichte auf *Maggi* nach der Veräusserung von Findus planmässig voran. Eine Palette tiefgekühlter Gratingerichte für die ganze Familie ist unter der Marke *Maggi* in Frankreich und Spanien eingeführt worden.

Nach der erfolgreichen Lancierung von *Stouffer's Oven Sensations* in den USA haben wir eine Reihe höchst praktischer Becher-Fertiggerichte eingeführt: *Stouffer's Slowfire Classics*, fünf traditionelle Mahlzeiten nach Hausmacherart, die sich im Mikrowellengerät aufwärmen und anschliessend direkt aus dem Becher essen lassen. Mit *Stouffer's Lean Cuisine* haben wir unseren Marktanteil in den USA ebenfalls ausgebaut.

**Gekühlte Produkte** entwickelten sich weiterhin gut. In den USA konnte unser gekühlter Biscuitteig der Marke *Nestlé Toll House* seinen Marktanteil dank viel versprechendem Umsatzwachstum deutlich ausbauen. In Frankreich und der Schweiz festigten

wir unsere Marktstellung durch die Einführung eines innovativen flüssigen Cake-Teigs unter den Marken *Herta* (Frankreich) und *Nestlé Leisi* (Schweiz). Mit dieser neuen Palette lassen sich im Handumdrehen «hausgemachte» Cakes zubereiten.

**Akquisitionen und Veräusserungen** Nestlé übernahm 60% von Haoji, dem in Westchina führenden Unternehmen am schnell wachsenden Markt für Hühnerbrühen. Diese Übernahme ist ein weiterer Meilenstein in der Fortentwicklung des Geschäfts von Nestlé mit Küchenprodukten in Asien.

**Gewinn** Die EBITA-Marge betrug 9,5%. Das Geschäft mit Küchenhilfen und Fertiggerichten entwickelte sich in den meisten Märkten zufriedenstellend. Der Bereich Heimtierprodukte zeigte in Nordamerika infolge Preiserhöhungen und zusätzlicher Marketing-Unterstützung eine ansprechende Leistung. In Europa wurde die Leistung dieses Bereichs durch den starken Wettbewerb sowie die Maul- und Klauenseuche (MKS) und die BSE-Krise beeinträchtigt.





Neu, schnell, einfach – traditionelle Sofortrezepte (USA).



Hohe Convenience für hausgemachte Cakes (Schweiz).



*Buitoni*: unverkennbarer Geschmack aus Italien (Frankreich).

SCHMACKHAFTE UND LEICHT ZUBEREITBARE TEIGE FÜR BELIEBTE TRADITIONELLE CAKES BIETEN DEM HOBBY-BÄCKER DIE GELEGENHEIT, DER FAMILIE SPONTAN EINE FREUDE ZU BEREITEN.



## Produkte für Heimtiere

Nestlé fasste am Markt für Heimtierprodukte mit dem Erwerb von *Carnation* im Jahr 1985 Fuss. 2001 avancierten wir zu einem Weltmarktführer in dieser Industrie mit der Übernahme von Ralston Purina, die im Dezember abgeschlossen wurde. Heimtierhalter suchen immer stärker nach dem Besten an Geschmack und Nährwert für ihre Katzen, Hunde und anderen Heimtiere. Dies überrascht kaum, wenn man bedenkt, welcher positiven Einfluss in emotionaler wie physischer Hinsicht Heimtiere auf Menschen haben. Studien zufolge können Heimtiere zur Senkung des Blutdruckes, Stressminderung und schnelleren Genesung beitragen. Nestlé ist gut positioniert, um diese Bedürfnisse dank ihrer umfassenden ernährungswissenschaftlichen Kenntnisse in den Bereichen Lebensmittel und Tiernahrung sowie der breiten Palette von Marken für Heimtiernahrung wie *Friskies*, *Fancy Feast*, *Mighty Dog*, *Felix*, *Gourmet* und *Alpo* zu decken. Diese Stellung wurde durch den Erwerb von Ralston Purina ausgebaut, dem führenden Unternehmen für Heimtierprodukte in den USA, mit Marken wie *Purina Dog Chow*, *Pro Plan* und *ONE*.





In einem immer noch hart umkämpften Markt konnte der Umsatz im Jahr 2001 leicht gesteigert werden. Angesichts dieses Umfelds werden wir nach wie vor an der Vier-Pfeiler-Strategie festhalten.

In Nordamerika erzielte die Katzendosennahrung das beste Ergebnis. Wir konnten unsere Stellung als führender Anbieter mit dem grössten Marktanteil dank der Marken *Friskies* und *Fancy Feast* weiter ausbauen. Der Erfolg ist wie bis anhin hauptsächlich auf die Innovation und Renovation der Produkte, gestützt durch die starke Nachfrage, zurückzuführen. Bei *Fancy Feast* wurden die traditionellen Medien durch ein einzigartiges Beziehungs-Marketing, dem so genannten «Connoisseur Cat», ergänzt. Dieses Marketingprogramm zielt auf den Aufbau der Markenloyalität bedeutender Kunden ab. *Friskies* wurde auch im rasch wachsenden und hoch rentablen Sektor der Katzen-Snacks eingeführt. Preiserhöhungen zur Deckung steigender Versorgungskosten sowie zur Finanzierung des Markenaufbaus konnten in den USA erfolgreich durchgesetzt werden.

Das Umsatzvolumen in Europa wurde vom starken Wettbewerb beeinflusst. Trotzdem konnten wir die Umsätze dank erfolgreichem Preis- und Mix-Management leicht steigern. Innovation steht nach wie vor im Mittelpunkt: In mehreren europäischen Märkten wurde ein höchst innovatives, in Kartons abgepacktes Nassfutter für Hunde lanciert, das in Bezug auf Qualität, Frische und Komfort neue Massstäbe setzt. Ausserdem wurde unter der Marke *Megabone* ein neuartiger Kau-Stick für Hunde mit zarter Fleischfüllung und einer knusprigen Kruste erfolgreich lanciert.

In Lateinamerika schlossen wir die Integration der Heimtiernahrungssparte von Cargill in Argentinien ab, wodurch nicht nur unsere Produktpalette um führende Marken wie *Dogui* und *Gati* erweitert wurde, sondern auch unsere Ressourcen um einzigartiges Know-how im grossen und wachsenden Vertriebskanal ausserhalb des Einzelhandels, welcher

Tierhandlungen und -kliniken sowie landwirtschaftliche Versorger umfasst. Dieses Know-how bietet in Verbindung mit der Präsenz von Nestlé im Einzelhandel eine starke Plattform, um die Verfügbarkeit der Produkte immer und überall im schnell wachsenden Markt Lateinamerikas zu gewährleisten.

In der Zone AOA wurde das Umsatzwachstum in Australien, Südostasien und Südafrika durch niedriger als erwartete Umsätze in Japan relativiert, die hauptsächlich auf die allgemeine Wirtschaftsschwäche dieses Marktes zurückzuführen sind.

**Akquisitionen** Im Januar 2001 haben wir ein freundliches Übernahmeangebot für Ralston Purina gemacht, dem führenden Unternehmen bei Produkten für Heimtiere in Nordamerika, das im Geschäftsjahr 2001 (Abschluss: 30. September) Umsätze von mehr als USD 3 Milliarden erzielte. Die Übernahme wurde im Dezember 2001 vollzogen. Auf Grund der strategischen Bedeutung dieser Transaktion wurde eine neue Identität für unser Heimtiergeschäft in dieser Region geschaffen: Nestlé Purina PetCare.

Dieses Geschäft ist mit unserem bisherigen in hohem Masse komplementär, sowohl in Nordamerika als auch international. Nestlé wird dadurch ein Weltmarktführer in der rasch wachsenden Industrie für Heimtierprodukte. Ebenso bedeutend ist, dass die Verbindung von bekannten Markennamen in Schlüsselindustrien, umfassende und komplementäre F&E, kostengünstige Versorgungsnetze und ein breiter Zugang zu Vertriebskanälen Nestlé Purina auf lange Sicht für eine nachhaltige Führungsstellung am Heimtiermarkt positionieren.



*Friskies Cat Treats – der Geschmack, den Katzen lieben (USA).*



*Innovatives Nassfutter für Hunde in Kartons (Europa).*







*Neues Nassfutter für Hunde im Beutel (Japan).*



*Megabone, aussen knusprig, innen zart (Grossbritannien).*

**Umsatz**

			2001	2000	1999
Schokolade	77,8%		<b>8 745</b>	8 427	7 955
Süsswaren	12,2%		<b>1 377</b>	1 406	1 321
Biscuits	10,0%		<b>1 122</b>	1 141	919
Total	100%		<b>11 244</b>	10 974	10 195
EBITA			<b>1 234</b>	1 166	882
Investitionen in Sachanlage			<b>249</b>	250	280

In Millionen CHF

## Schokolade, Süsswaren und Biscuits

Schokolade und Süsswaren werden auf der ganzen Welt mit Genuss verzehrt und gehören, da sich Konsumenten diesen Genuss jährlich rund CHF 150 Milliarden kosten lassen, zu den umsatzstärksten Nahrungsmittelkategorien. Die Nestlé-Produktepalette mit klingenden internationalen Namen wie *Nestlé*, *KitKat*, *Smarties*, *Crunch* und *Polo* sowie regional und lokal bekannten Marken wie *Cailler*, *Butterfinger*, *Rossiya*, *Orion*, *Carlos V* und *São Luiz* bietet eine einmalige Ausgangslage, um das breite Spektrum der Konsumentenbedürfnisse abzudecken. Beim heute sich ständig verändernden Lifestyle werden Süsswarenkäufe immer impulsiver, geben die Konsumenten ihren Süssigkeitgelüsten doch jederzeit, überall und in jeder Form nach. Nestlé passt deshalb ihr Angebot mit der Entwicklung neuer Verkaufskanäle und mit innovativen Merchandising-Formen an den Verkaufsstellen laufend den Konsumentenwünschen an.



Die Resultate für 2001 bestätigen die Erfolge vom Vorjahr. Das Umsatzwachstum legte nochmals zu und erreichte ein im Branchenvergleich überdurchschnittliches internes Realwachstum von 3,7%.

Der Absatz konnte in Mittel- und Osteuropa, insbesondere in Russland, wo bedeutende Marktanteile hinzugewonnen wurden, markant gesteigert werden.

Erneut mit einem starken Wachstum warteten auch Asien, China, die ASEAN-Staaten, Indien und Japan auf. Nord- und Südamerika schnitten ebenfalls positiv ab, dank einer robusten Erholung in Brasilien und weiteren Fortschritten in Lateinamerika, derweil Kanada ein Rekordjahr verzeichnete.

Deutschland erzielte ein sehr erfreuliches Plus, obwohl einer unserer Grosskunden *Nestlé*-Produkte aus den Regalen nahm. Dank neuer Produkte in unseren Hauptmarkenreihen, namentlich *Nestlé Choco Crossies*-Waffeln, und eines erfolgreichen Auftaktes des Saisongeschäftes wurde die Trendwende eingeläutet.

Der Erfolg von *Kitkat Chunky*, das mittlerweile in allen Schlüsselmärkten vertrieben wird, bestätigte sich im Jahre 2001. Neue Varianten von *Kitkat Chunky* als Antwort auf neue Verpflegungstrends wurden erfolgreich eingeführt und stiessen auf ein ausgezeichnetes Echo. Das jüngste Produkt, *KitKat Chunky* mit weisser Schokolade, hatte bei seiner Einführung in Australien enormen Erfolg. Weltweit verkaufen wir mittlerweile über fünf Milliarden Stück *KitKat* jährlich.

Wir weiteten zudem das Geschäft mit anderen strategischen Hauptmarken erneut aus, sowohl geografisch als auch mit neuen Produktevarianten, um den Konsumentenwünschen gerecht zu werden. Zu *Aero*, *Crunch*, *Smarties* und *Quality Street* kamen neue Varianten wie *Aero Honeycomb*, *Quality Street The Big Purple One* und *Crunch*-Biscuittafeln hinzu. Überdies wurden *After Eight*-Biscuits erfolgreich eingeführt.

Lokale Marken wie *Rossiya* in Russland, *Orion* in der Tschechischen Republik und *Cailler* in der Schweiz profitierten von unserer Strategie, die Innovation wieder vermehrt auf lokale Marken auszurichten, um Marktanteile zu gewinnen.

Innovative Verkaufskanäle und Verbesserungen bei der Kommunikation mit Konsumenten an den Verkaufsstellen rückten im Jahr 2001 ins Zentrum: Weltweit setzten wir alles daran, die Sichtbarkeit unserer Marken im Regal, auf den Theken oder mittels Verkaufsständen in Geschäften zu erhöhen. Alle Märkte kamen mit Hilfe einer neuen, gezielt zentral geführten Struktur dem Ziel, die Verfügbarkeit und Sichtbarkeit unserer Marken in herkömmlichen oder neuen Verkaufskanälen zu verbessern, einen grossen Schritt näher.

**Gewinn** Die EBITA-Marge betrug 11,0%. Die Margen konnten dank eines verbesserten Produktportfolios, kontinuierlicher Produktivitätssteigerungen und der Veräusserung leistungsschwacher Geschäfte erneut ausgedehnt werden.

**Veräusserungen** Im Jahresverlauf strafften wir das Süsswaren-Geschäft weiter und trennten uns von Bereichen mit geringer Wertschöpfung. Zwei Süsswaren-Geschäfte, Fox in Grossbritannien und Kids in Brasilien, wurden verkauft, desgleichen David & Sons in den USA. Die Restrukturierung industrieller Prozesse hielt an, und Barquisimeto in Venezuela sowie Peristeri in Griechenland wurden geschlossen. Ausserdem schlossen wir Fabriken in Pathumthani (Thailand) und Oamaru (Neuseeland) und konsolidierten die Betriebe in Samara (Russland). Die Optimierung der Nestlé-Industriestruktur und unseres Produkteportfolios läuft weiter.



Sandwich-Biscuit mit Vanillegeschmack, überzogen mit *Nestlé Classic*-Schokolade (Russland).



Neue *Frigor*-Verpackung (Schweiz).



Klassisches *KitKat* und *KitKat Chunky* mit weisser Schokolade.



Modernes und ansprechendes Design (Grossbritannien).



*Nestlé*-Vorzugsschokolade in Tafelform (Türkei).




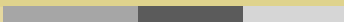


Runder Zerealienriegel, umhüllt von *Galak*-Schokolade (Brasilien).



PRODUKTEVERFÜGBARKEIT IST EIN ENTSCHEIDENDER ERFOLGSFAKTOR BEI SÜSSWAREN. IN SÜDAFRIKA HABEN SICH VERKÄUFER UND VERKAUFSAUTOMATEN AN GRÖßEREN STRASSENKREUZUNGEN ALS SEHR ERFOLGREICH ERWIESEN. SIE GEBEN UNSEREN KONSUMENTEN EINE MÖGLICHKEIT, UNSERE PRODUKTE JEDERZEIT, ÜBERALL UND IN DER GEWÜNSCHTEN FORM ZU FINDEN.

**Umsatz**

			2001	2000	1999
Zone Europa	39,4%		2 601	2 650	2 720
Zone Nord und Südamerika	30,6%		2 021	2 474	2 174
Zone Asien, Ozeanien und Afrika	30,0%		1 976	1 727	963
Total	100%		6 598	6 851	5 857

In Millionen CHF

## FoodServices

Als «Business-to-Business»-Experte von Nestlé für die Ausser-Haus-Verpflegung bietet Nestlé FoodServices Firmenkunden neben bekannten Markennamen auch gezielt auf ihre Bedürfnisse und Vertriebskanäle wie etwa Catering, Verkaufsautomaten, Hotels, Restaurants und Transportmittel zugeschnittene Produkte und Lösungen. Mit einem globalen Angebot an erstklassigen Marken, Produkten, Technologien und Systemen, einschlägigem Fachwissen, weltweiter F&E sowie einem Umsatz von CHF 7 Milliarden ist Nestlé FoodServices die international unangefochtene Nummer eins der Ausser-Haus-Verpflegung. Ihre Stärken – Produktvielfalt, Markenführerschaft, globale Präsenz, F&E-Erfahrung – ermöglichen es Nestlé FoodServices, fundiert auf die Bedürfnisse ihrer Firmenkunden einzugehen und ein vertieftes Verständnis für Kunden und Verkaufskanäle zu entwickeln. Das Produktportfolio umfasst neben spezifischen FoodServices-Marken wie *Minor's*, *Davigel* und *Chef* auch viele Marken der Gruppe wie *Nescafé*, *Nesquik*, *Nestea*, *Maggi*, *Buitoni*, *KitKat* und *Stouffer's*. Es wird erwartet, dass dieser Bereich innerhalb der Nestlé-Gruppe weiterhin überdurchschnittliche Zuwachsraten erzielen und bis 2009 ein Umsatzziel von CHF 12 Milliarden erreichen wird.





NESCAFÉ



Menu board with various coffee options and prices.



NESCAFÉ

Die Ereignisse vom September 2001 sowie die allgemeine Konjunkturlage in den Kernmärkten stellten für die Ausser-Haus-Verpflegung eine vorübergehende Belastung dar, weshalb das Wachstum im Berichtsjahr etwas nachgab.

Trotz geringerer Ausgaben 2001 bleibt der allgemeine Trend insgesamt stabil. Zeitmangel bei der Essensvorbereitung und schwindende Esstraditionen führen dazu, sich mehr unterwegs zu verpflegen und Fertigmahlzeiten zu konsumieren. Impulskäufe und Sofortkonsum wachsen weltweit, wobei die verschiedenen Ausser-Haus-Angebote doppelt so stark wachsen wie der herkömmliche Einzelhandel. In Nordamerika wird bereits heute die Hälfte der Ausgaben für Lebensmittel und Getränke in allen Facetten des Ausser-Haus-Konsums getätigt. Ethnisches Essen, die ständige Nachfrage nach erhöhter Lebensmittelsicherheit und der Wunsch nach mehr Bequemlichkeit sind die Gründe für die verstärkte Produktverfügbarkeit, wo, wann und wie es der Konsument gerade wünscht.

Nestlé FoodServices konzentriert sich weiterhin erfolgreich auf ihre Kunden und deren Vertriebswege sowie darauf, mit ihrem Produkteportfolio in den verschiedenen Kategorien zum Marktführer zu avancieren und eigene Vertriebskanäle zu besitzen. Erste strategische Priorität ist der Ausbau der globalen Präsenz von *Nescafé* sowie anderer heisser und kalter nicht kohlenstoffhaltiger Getränke.

Ein erster regionaler Ansatz wurde in Lateinamerika gestartet: Argentinien, Brasilien und Chile entwickelten gemeinsam eine Formel für die *Nescafé Mokaccino*-Kaffeemischung (Schokolade, Milch und Kaffee). Diese wurde in Brasilien im Rahmen einer breit angelegten Marketingkampagne lanciert, die dann auch in den beiden anderen Ländern eingesetzt werden wird. Mit seinem kräftigen Schokoladengeschmack spricht der auf Hotels, Restaurants und Cafés ausgerichtete *Nescafé Mokaccino* Konsumenten an, die neue Kaffeespezialitäten ausprobieren wollen.

Da Kaffeegenuss, vor allem bei den jüngeren Generationen, immer mehr zu einem Erlebnis und Zeichen von Kultiviertheit wird, eröffnet der Franchising-

Bereich *Café Nescafé* mit seinen verschiedenen *Nescafé*-Variationen ungeahnte Möglichkeiten. In Korea hat Nestlé erfolgreich 25 *Café Nescafé* mit Franchise-Partnern eingeführt, und dem ehrgeizigen Plan zufolge soll diese Zahl in den nächsten drei Jahren auf 200 ausgedehnt werden.

Nestlés Hauptgetränkemarken wie *Nescafé*, *Nestea* und *Milo* sind bei unseren Grosskunden ebenfalls gut etabliert, wobei sich gemeinsam betriebene Verkaufsaufautomaten sowie Kaffee-Bars im Impulsverkauf wie in Tankstellen, Convenience-Geschäften und Schnellgaststätten immer grösserer Beliebtheit erfreuen.

Wir bieten unseren Kunden erhöhte Wettbewerbsvorteile dank spezifischer Konzepte, die auf angesehenen Nestlé-Marken beruhen, verbunden mit Lösungen für Grossküchen, die die Markenloyalität begünden. Unterstützt werden diese Konzepte von Systemen, die bei Qualität, Komfort, Kontinuität und Lebensmittelsicherheit Mehrwert schaffen.

Wertschöpfung ist ein breit gefasstes Konzept. Bei ethnischen Essen (TexMex, Indisch, Italienisch) stellt der Konsument höchste Ansprüche, will er doch die internationalen Gerichte geschmacklich und von der Präsentation her möglichst wie im Herkunftsland selbst erleben.

Neue Lösungen mit *Nestlé*-Marken wurden auch für Verpflegungs- und Getränkeangebote in dem Bereich entwickelt, wo der Kunde Produkt und Marke selber kennt. Ein Beispiel dafür ist das Konzept «Warm and Serve» von *Toll House* Cookie (vorgebackener Teig in einem speziellen Wärmegerät mit Markenschriftzug), das vor allem auf Kinos und Cafés in den USA abzielt. Dieses Konzept erwies sich als äusserst erfolgreich, wurde doch das für 2001 gesteckte Ziel der Installation von 1000 Wärmegeräten um das Vierfache übertroffen. Ebenfalls in den USA wurde 2001 die *Ortega* Chili Bar lanciert, eine neue Form von Wärmegerät für Chilisaucen und geschmolzenen Käse, der in Freizeit- und Convenience-Geschäften sowie Ausbildungsstätten aufgestellt wird.

Nestlé FoodServices ist auch in der Gemeinschaftsverpflegung (Spitäler, Altersheime, Schulen) tätig, wo die Nachfrage nach Ernährungsdiensten im Zunehmen begriffen ist. Durch Programme wie Caring in der Schweiz und Nutriservices in Frankreich stellt Nestlé FoodServices ein umfassendes Produkte- und Dienstleistungsangebot bereit: Hierzu gehören zum Beispiel Lebensmittel, die mit wesentlichen Nährwertkomponenten wie Eiweiss, Kalzium und Nahrungsfasern ergänzt wurden, sowie Nahrungsmittel mit angepassten Texturkomponenten sowie Kundendienstleistungen (Ausbildungsseminare, telefonische Beratung, monatliche Menüpläne, usw.). Nestlé FoodServices nutzt das Know-how und das Wissen der anderen Bereiche von Nestlé sowie der Forschungs- und Entwicklungszentren, um Lösungen zu erarbeiten, die auf die Bedürfnisse institutioneller Foodservice-Kunden zugeschnitten sind.

Die Innovationsanstrengungen in den Foodservice-Kategorien sind auf markenrechtlich geschützte Vertriebssysteme und neue Produkteformen (Konzentrate, Pasten) ausgerichtet, die mit und für den Kunden den Anforderungen eines jeden Vertriebskanals angepasst werden und hohen Bedienungskomfort bieten. Beispiele hierfür sind eine *Nescafé*-Maschine, die speziell für den Einsatz in Flugzeugen entwickelt wurde, oder die fettarmen Fischpaniermethoden für die Gemeinschaftsverpflegung im Gesundheits- und Ausbildungswesen.

Die Ausser-Haus-Verpflegung wird Nestlé langfristiges Gewinnwachstum bringen und zugleich Chancen zum Aufbau interaktiver Marken eröffnen, entweder als Alternative oder als Ergänzung zu traditionellen Marketinginitiativen. Markenwerbung auf Vertriebssystemen wie Verpflegungs- und Getränkeautomaten sowie *Café Nescafé* spricht den Konsumenten direkt beim Genuss eines bestimmten Produktes an und erhöht damit die Sichtbarkeit von Nestlés breiter Markenpalette.



FOODSERVICE-KUNDEN IN DEN USA SUCHEN FÜR DIE SAUCEN ZU DEN ÄUSSERST BELIEBTE NACHOS UND HOTDOGS STÄNDIG NACH NEUEN, PRAKTISCHEN PRÄSENTATIONSMÖGLICHKEITEN. DIE *ORTEGA* CHILI BAR BIETET IHNEN EIN QUALITATIV HOCH STEHENDES UND KOSTENGÜNSTIGES PORTIONIERSYSTEM MIT MARKENSCHRIFTZUG UND DIE ENTSPRECHENDEN PRODUKTE.



Speziell entwickelter Automat für den Freizeitbereich (Grossbritannien).

	2001	2000	1999
Umsatz	5 154	4 798	4 010
EBITA	1 255	1 212	1 077
Investitionen in Sachanlagen	99	113	91

In Millionen CHF

## Pharmazeutische Produkte

Mit der Übernahme von Alcon Laboratories, Inc., heute der weltgrösste Hersteller ophthalmologischer Produkte, hat Nestlé ihre Tätigkeit 1977 auf den Pharmasektor ausgedehnt. Alcon stellt unter anderem die pharmazeutischen Präparate *Patanol*, *Travatan*, *TobraDex* und *Ciloxan*, die in der Augenchirurgie eingesetzten Produkte *AcrySof* (Intraokularlinsen), *Legacy*, *Accurus*, *LADARVision*, *BSS*, *Viscoat* und *Custom Pak*, die Kontaktlinsenpflegemittel *Opti-Free Express No Rub*, *Tears Naturale* und *Clerz Plus* sowie das therapeutische Medikament für das Ohr *Cipro HC Otic* her. Falcon Pharmaceuticals, Ltd., Alcons generische Marke, hält ihre Führungsstellung auf dem ophthalmologischen Generikamarkt.

Die 1989 gegründete Galderma sieht ihre Hauptaufgabe in der Herstellung von Hautpflegepräparaten zur Steigerung der Lebensqualität für Dermatologie-Patienten. Die Dermatologie steht im Zentrum aller F&E-Anstrengungen des Unternehmens, weshalb das Forschungsprogramm auch weltweit als das grösste seiner Art gilt. Genau dieses Engagement wird Galderma auch in Zukunft helfen, die Bedürfnisse ihrer Partner, den Dermatologen, weltweit zu erfüllen.



**Alcon** Alcon wartete im Jahr 2001 erneut mit ausgezeichneten Wachstums- und Gewinnzahlen auf. Das breite Sortiment ophthalmologischer Produkte, die in allen Marktsegmenten führend sind, trug zur Festigung der führenden Stellung des Unternehmens in der Augenheilkunde bei. Alcon deckt mit innovativen und qualitativ hochwertigen Produkten praktisch den gesamten medizinischen Bedarf von Ophthalmologen und anderen Augenspezialisten ab. Das Unternehmen genießt weltweit ein hohes Ansehen, weil es mit seinem ungebrochenen Engagement im F&E-Bereich bahnbrechende Erfolge erzielt.

Zu den Höhepunkten des Jahres 2001 zählte die Markteinführung von *Travatan* in Nord- und Südamerika sowie dessen Zulassung in Europa, eines Prostaglandin-Analogs zur Behandlung des grünen Stars (Glaukom), einer der heute weltweit häufigsten Erkrankungen, die zur Erblindung führen. Alcon ist der Meinung, dass dieses wirksame neue Glaukomtherapeutikum verspricht, sowohl in den USA als auch auf globaler Ebene zu einem Erfolg zu werden. Der Weltmarkt für Glaukomprodukte wird auf über CHF 4 Milliarden geschätzt, wovon 34% auf Prostaglandin-Analoga entfallen, ein Segment, das 2001 um schätzungsweise 17% gewachsen ist. *Patanol*, das führende ophthalmologische Antiallergikum in den USA, setzte seinen Wachstumskurs fort und konnte dank seiner hohen therapeutischen Wirksamkeit und dem breiten positiven Echo seitens der Ärzte und Patienten weitere Marktanteile hinzugewinnen. Zudem knüpfte Alcon auch bei ihren anderen Pharmazeutika an die ausgezeichnete Leistung des Vorjahres an. Darunter fallen Produkte zur Behandlung von Augeninfektionen wie *Ciloxan*, ein okuläres Antiinfektivum, und *TobraDex*, eine infektiös- und entzündungshemmende Wirkstoffkombination.

Der weitere Ausbau des Marktanteiles mit der Intraokularlinse *AcrySof* «Single-Piece» führte zu einer starken Performance im Bereich Chirurgie. Die Viskoelastika *DuoVisc* von Alcon fanden ebenfalls höheren Absatz, da Chirurgen bei komplexen Eingriffen am Augenhintergrund es zunehmend schätzen, wenn sie in einer Packung zwei viskoelastische Substanzen mit komplementären Eigenschaften vorfinden. Bei den Konsumprodukten legte Alcon

bei *Opti-Free Express No Rub* kräftig zu. Die weltweite Produktfamilie für trockene Augen, allen voran *Tears Naturale*, wurde weiter ausgebaut.

Die Zeichen stehen bei Alcon weiterhin auf Wachstum: Mit der Entwicklung neuer Produkte sowie der Akquisition neuer Technologien, insbesondere im Bereich refraktiver Augen Chirurgie, und angesichts steigender globaler Marktanteile wird Alcon ihre Spitzenposition in ihrer Branche halten können.

**Galderma** Galderma, das Joint Venture von Nestlé und L'Oréal in der Dermatologie, beendete das Jahr 2001 mit einem Umsatzplus von 8,2%, einer Steigerung auf über CHF 880 Millionen. Alle strategischen Schlüsselmarken in den 60 Ländern, in denen Galderma Produkte aktiv vermarktet, entwickelten sich gut. Im Berichtsjahr weitete Galderma ihre geografische Präsenz aus und eröffnete neue Niederlassungen in Polen, Singapur, Taiwan und Peru.

Ein bedeutendes Ereignis in den USA war die Einführung des topischen Aknepräparates *Clindagel*, das nur einmal täglich angewandt werden muss und aus dem Antibiotikum Clindamycin in wässriger Gelform besteht.

*Differin*, Galdermas meist verkauftes Produkt zur topischen Behandlung von Akne, avancierte auf dem Topikamarkt für leichte bis mittlere Akne zur Nummer eins und erzielte ein ungebrochen starkes Wachstum. Es wurde in zahlreichen neuen Märkten eingeführt, namentlich in Russland, Polen und Indien.

Drei Jahre nach seiner Akquisition und Markteinführung unter neuem Dach konnte der Umsatz mit *Loceryl*-Lack, einem Antimykotikum zur Therapie von Nagelmykosen, kräftig gesteigert werden, desgleichen der Absatz von *Metro/Rozex*-Präparaten zur Behandlung der Rosacea.

Neu lanciert wurden unter anderem *Metrogel* in Deutschland, einem der grössten Märkte Europas für Rosacea-Präparate, und *Silkis*, eine neue Vitamin-D-

Salbe zur Behandlung von Psoriasis, in Finnland und Polen, womit Galderma an den Erfolg der Ersteinführungen Ende 2000 anknüpfte. *Silkis* wurde überdies in einer Reihe weiterer europäischer Staaten zugelassen: Grossbritannien, Spanien, Italien und Portugal.

Das im Jahr 2000 erworbene *Capex*, das erste Kortikosteroid in Shampoo-Form zur Behandlung von Dermatitis seborrhoica der Kopfhaut, entwickelte sich mit einer knappen Verdoppelung der letztjährigen Absatzzahlen sehr gut. Der Umsatz mit den von Dermatologen empfohlenen sehr milden Reinigungs- und Hautpflegeprodukten der *Cetaphil*-Linie stieg wiederum stark an.

**Gewinn** Die EBITA-Marge betrug 24,4%. Die Zunahme der Betriebsspanne ist vor allem auf das Umsatzwachstum zurückzuführen. Dieser Anstieg wurde durch erhöhte F&E-Ausgaben, Kosten im Zusammenhang mit der Einführung neuer Produkte sowie die Eröffnung der neuen Galderma-Fabrik in Kanada zum Teil wieder aufgewogen.

**Investitionen** Die Investitionen für 2001 beliefen sich auf CHF 99 Millionen.

Grössere Projekte von Alcon beinhalteten den Ausbau des Produktionsbetriebes für Chirurgiezubehör in Sinking Spring (Pennsylvania), des Komponentenlagers für *Custom Pak* in Puurs (Belgien), der Einzeldosenanlage für Pharmazeutika in Kayserberg (Frankreich) und der Fabrik für Kontaktlinsenpflegemittel in Fort Worth (Texas).

Die neue Produktionsanlage zur Herstellung klinischer Batches in Frankreich nahm ihren Betrieb auf.

**Akquisitionen** Im zweiten Halbjahr erwarb Galderma von Bristol-Myers Squibb das Präparat *Solage*. Diese neuartige topische Lösung mit fester Wirkstoffkombination auf der Basis von Tretinoin und Mequinol ist in den USA und in Kanada zur Behandlung von Lentigo solaris, einer Form von Altersflecken, zugelassen und wartet in Europa auf ihre Zulassung.



*Tears Naturale*: Linderung für trockene Augen.



*Travatan*: ein wirkungsvoller Neueintritt in den Glaukommarkt.



*Differin*: in Russland neu eingeführtes topisches Akne-Präparat.



*Capex*: zur Behandlung von Dermatitis seborrhoica der Kopfhaut.

Anteil von Nestlé an assoziierten Gesellschaften	2001	2000	1999
Umsatz	<b>6 381</b>	5 519	4 831
Ergebnis	<b>536</b>	395	339

In Millionen CHF

Es handelt sich hierbei um Gesellschaften, an denen Nestlé eine Beteiligung von mindestens 20% hält, ohne jedoch deren Geschäftsführung innezuhaben. Assoziierte Gesellschaften werden nach der Equity-Methode in die Rechnungslegung einbezogen. Ihr Ergebnis ist entsprechend der jeweiligen Beteiligung von Nestlé in der konsolidierten Erfolgsrechnung der Gruppe unter «Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften» aufgeführt, während der Anteil an den Nettoaktiva in der konsolidierten Bilanz unter der Rubrik «Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften» ausgewiesen ist.

## Assoziierte Gesellschaften

L'Oréal, der Weltmarktführer für Kosmetikprodukte, ist die grösste assoziierte Gesellschaft. Nestlé hält durch die französische Holdinggesellschaft Gesparal seit 1974 eine indirekte Beteiligung an der Gruppe. Die L'Oréal-Gruppe ist in über 150 Ländern präsent und besitzt ein internationales Markenportfolio, das L'Oréal, Garnier, Maybelline, Lancôme, Biotherm, Vichy, Matrix, Soft-Sheen-Carson, Redken, Helena Rubinstein, La Roche-Posay, Giorgio Armani, Ralph Lauren und Cacharel Fragrances umfasst. Unterstützt durch ihre hoch entwickelte Forschung, vertreibt die Gruppe ihre Marken über verschiedene Absatzwege. Sie konzentriert sich auf fünf Sektoren mit einer starken Ausrichtung auf Technologie und Mehrwert: Haarfärbemittel, Make-up, Haar-, Hautpflege und Parfüms. Die Gruppe ist mit Galderma, einem Joint Venture mit Nestlé, auch in der Dermatologie tätig.

Andere assoziierte Gesellschaften sind Dallmayr, der Marktführer für gerösteten und gemahlten Kaffee in Deutschland, und Dreyer's Grand Ice Cream, einer der führenden Akteure am US-amerikanischen Markt für Speiseeis.





**L'Oréal** Die weltweite Nummer eins auf dem Kosmetikmarkt wird von der französischen Holdinggesellschaft Gesparal kontrolliert, die zu 49% Nestlé und zu 51% der Familie Bettencourt gehört. Dank ihrer erfolgreichen geografischen Expansionsstrategie für ihre internationalen Marken kann die L'Oréal-Gruppe auch weiterhin ein starkes organisches Wachstum und höhere Margen realisieren. 2001 stieg der konsolidierte Umsatz der Gruppe um 8,4% auf EUR 13,7 Milliarden. Der Reingewinn wuchs um 19,6% auf EUR 1229 Millionen. Der Gewinn vor Steuern der vollständig konsolidierten Gesellschaften erhöhte sich um 13,6%, somit konnte auch im vergangenen Jahr zum siebzehnten Mal in Folge ein zweistelliges Wachstum realisiert werden.

Die Gruppe entwickelte sich in ihren traditionellen Märkten in Westeuropa und Nordamerika weiterhin gut. L'Oréal hat aber auch in neuen Wachstumsgebieten wie China, Korea, Thailand, Russland und Brasilien wichtige Durchbrüche geschafft, was die Politik der Gruppe widerspiegelt, ihre strategischen Marken systematisch in neuen Ländern abzusetzen. Nach dem durchschlagenden Erfolg in den USA wurde Garnier nun ebenfalls in Lateinamerika lanciert. Auch die Marken Biotherm und La Roche-Posay finden grössere Verbreitung.

Zusätzlich zu ihrer Expansion in neue geografische Wachstumsgebiete verstärkt die Gruppe auch ihre Position in Märkten mit grossem Potenzial. Durch die Fusion der kürzlich übernommenen Gesellschaften Soft Sheen und Carson zu Soft-Sheen-Carson wurde L'Oréal der weltweite Marktführer im Bereich der ethnischen Kosmetikprodukte.

Um langfristig ein nachhaltiges Wachstum sicherzustellen, verfolgt L'Oréal auch weiterhin ihre selektive Akquisitionspolitik und hat mit Biomedic und Colorama zwei ausgewählte Unternehmen übernommen. Biomedic verspricht positive globale Entwicklungsaussichten im äusserst dynamischen neuen Segment der plastisch-chirurgischen Pflegeprodukte. Colorama hingegen bietet L'Oréal die Chance, eine führende Stellung im Bereich Make-up für das Massengeschäft in Brasilien einzunehmen.

Näheres zur Geschäftstätigkeit von L'Oréal können Sie dem Jahresbericht des Unternehmens entnehmen oder auf der Website ([www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com)) nachlesen.



Lumia von Garnier: leuchtende färbende Creme mit niedrigem Ammoniakanteil.



Age Fitness von Biotherm: die aktive Pflege gegen das Altern, mit reinem Olivenblatt-Konzentrat.



Crescendo von Helena Rubinstein: Mascara zur Verstärkung der Wimpern, von natürlich bis kultiviert.



Oléo-Relax von Kérastase: lang anhaltendes Pflegemittel für glattes und schönes Haar.



Body Expertise Plénitude von L'Oréal, verbindet Wissenschaft und Sinnlichkeit.

## Geschichtlicher Rückblick

**Am Anfang: Milch und Säuglingsnahrung** Innovations- und Unternehmergeist prägten Nestlé seit jeher.

Während die Gebrüder Page 1866 mit der Anglo-Swiss Condensed Milk Co. in Cham die erste Kondensmilchfabrik in Europa gründeten, entwickelte Henri Nestlé 1867 in Vevey sein «Kindermehl». 1905 fusionierten die beiden Unternehmen zur «Nestlé and Anglo-Swiss Condensed Milk Co.». Den Gebrüder Page gelang es, aus dem leichtverderblichen Rohstoff «Milch» ein haltbares Produkt zu produzieren, das Anklang fand, wo immer es an frischer Milch mangelte. Henri Nestlé seinerseits brachte die hervorragende innovative Qualität seiner Erfindung rasch internationalen Erfolg. Angesichts der hohen Kindersterblichkeit entsprach es einem echten Bedürfnis, bei fehlender Muttermilch über



Henri Nestlé (1814-1890)

eine geeignete Ersatznahrung für Säuglinge zu verfügen. Mit seinem Namen und dem Symbol des Nests («Nestle» steht im süddeutschen Dialekt für «kleines Nest») bürgte er für die konstante Qualität seines Produkts auf der Basis wissenschaftlicher Forschung.

**In der Folge: Ausweitung der Produktpalette**

Kontakte mit Unternehmen, die ihrerseits in ihrem spezifischen Sektor dank Innovationen an der Spitze standen, führten schliesslich zu Akquisitionen und der Ausweitung der Produktpalette: 1929 stiessen die traditionsreichen Schweizer

Schokoladefirmen Cailler, Peter und Kohler und 1947 die Maggi-Gruppe mit ihren kulinarischen Produkten dazu. Nestlé wurde damit natürlicher Erbe von Erfindungen wie Daniel Peters Milkschokolade (1875) oder Julius Maggis Leguminosensuppen (1884) und Brühwürfel (1908).

Dank dem reichen Erfahrungsschatz von Nestlé sowie der Ausdauer und Fähigkeit von Forschern wie Max Morgenthaler begann mit dem 1938 erstmals lancierten *Nescafé* eine wahre Erfolgsgeschichte, die sich fortsetzt.

Spätere Erwerbungen öffneten den Zugang zu weiteren neuen Bereichen wie Konserven (*Crosse & Blackwell*, 1960), Tiefkühlprodukten (*Findus*, 1962), Mineralwasser (*Vittel*, 1969) und Produkte für Heimtiere (*Carnation*, 1985) oder stärkten die Position des Unternehmens in bestehenden Bereichen wie der italienischen Küche (*Buitoni*, 1988), Schokolade und Süswaren (*Rowntree*, 1988), Leistungsernährung (*PowerBar*, 2000) oder Produkte für Heimtiere (*Ralston Purina*, 2001).

Parallel dazu wurden durch die Nestlé-Forschung ständig neue Produkte entwickelt wie beispielsweise *Milo* (1934), *Nestea* (1944), *Nesquik* (1948), *NAN* (1962), *Yes* (1979), *Nespresso* (1986), *LC1* (1994) und *Nestlé Pure Life* (1998). Bestehende Produkte wie *Nescafé*, die kulinarischen *Maggi*- oder Milchprodukte wurden weiterentwickelt und an den Lebensstil der Konsumenten angepasst.

**Heute und morgen: ein globales Unternehmen im Dienste der Konsumenten**

Nestlé ist heute der weltweit führende Nahrungsmittelhersteller. Sein internationales Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk unterstützt die in 468 Fabriken in 84 Ländern hergestellten Produkte. Seit Anbeginn der Ernährung verpflichtet, bleibt Nestlé auf Ernährungsgewohnheiten sensibilisiert und bemüht sich, sowohl spezifische Probleme in diesem Bereich zu lösen als auch die durch neue Trends geschaffenen Bedürfnisse zu befriedigen, wie sie beispielsweise durch die zunehmende Ausser-Haus-Verpflegung entstanden sind.

1867 Henri Nestlé's Kindermehl

1905 Anglo-Swiss Condensed Milk Co. (Fusion mit Nestlé)

1867 **Kindermehl**



1929 Peter, Cailler, Kohler, Chocolats Suisses S.A. (Fusion mit Nestlé)

1929 **Peter, Cailler**



1938 Entwicklung von Nescafé

1939 **Nescafé**



1947 Nestlé Alimentana S.A. (neuer Name nach der Fusion mit Maggi)

1947 **Maggi**

1960 **Crosse & Blackwell**

1962 **Findus**

1969 **Vittel**



1970 **Libby's**

1971 **Ursina-Franck**

1973 **Stouffer's**

1974 **L'Oréal** (Minderheitsbeteiligung)



1977 Nestlé S.A.

1977 **Alcon**

1978 **Chambourcy**

1985 **Carnation**

1985 **Friskies**



1986 **Herta**

1988 **Buitoni-Perugina**

1988 **Rowntree**

1992 **Perrier**

1993 **Finalgel**



1994 **Alpo**

1998 **Sanpellegrino**

1998 **Spillers Petfoods**

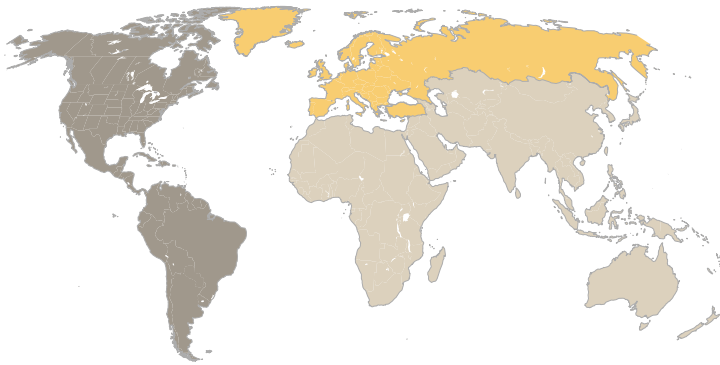
2000 **PowerBar**

2001 **Ralston Purina**

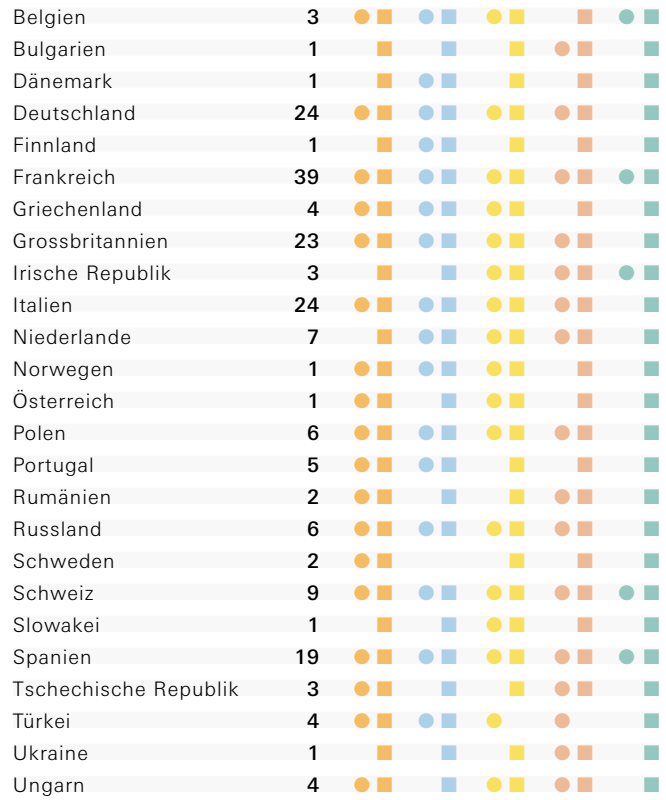


# Herstellung und Verkauf der Produkte

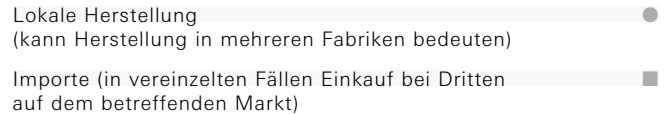
Nestlé besitzt 468 Fabriken in 84 Ländern der Welt, im Vergleich zu 479 im Jahre 2000. Während des Jahres wurden 18 Fabriken erworben; die Verringerung um 29 Fabriken geht auf Veräusserungen und Schliessungen zurück. Wir setzen viel daran, die operationelle Effizienz der Gruppe zu steigern, durch gemeinsame Anwendung von «Best Practice», modernsten Technologien und Kommunikationsmitteln. Die Versorgungskette wurde effizienter organisiert und Ressourcen konzernweit besser ausgenutzt. Darüber hinaus gestalten wir gegenwärtig unsere Produktionsbasis neu, um den Anforderungen des liberalisierten globalen Marktes von heute gerecht zu werden. Gleichzeitig machen wir uns unseren Grössenvorteil zu Nutze und erreichen so ein hohes Mass an Flexibilität bei geringen Kosten.



## Europa

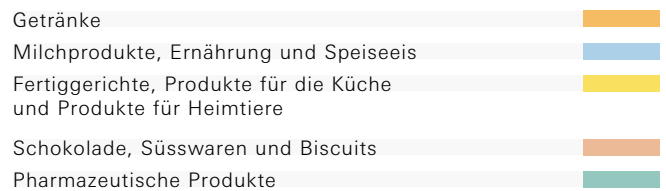


Die fettgedruckte Ziffer nach dem Land gibt die Anzahl der Fabriken an.



### Anzahl der Fabriken (Zahlen für 2001 ohne Ralston Purina)

	2001	2000
Europa	194	198
Nord- und Südamerika	142	151
Asien, Ozeanien und Afrika	132	130
Total	468	479



**Nord- und Südamerika**

Argentinien	8	●	■	●	■	■	■	■
Brasilien	21	●	■	●	■	●	■	■
Chile	7	●	■	●	■	●	■	■
Costa Rica	1	■	■	■	■	■	■	■
Dominikanische Republik	3	●	■	●	■	■	■	■
Ecuador	3	●	■	●	■	●	■	■
El Salvador	1	●	■	■	■	■	■	■
Guatemala	1	■	■	■	■	■	■	■
Jamaika	1	●	■	●	■	■	■	■
Kanada	11	●	■	●	■	●	■	■
Kolumbien	3	●	■	●	■	■	■	■
Kuba	2	●	■	■	■	■	■	■
Mexiko	14	●	■	●	■	●	■	■
Nicaragua	1	■	■	■	■	■	■	■
Panama	2	●	■	●	■	■	■	■
Peru	1	■	■	■	■	■	■	■
Puerto Rico	1	■	■	■	■	■	■	■
Trinidad und Tobago	1	●	■	●	■	■	■	■
Uruguay	1	●	■	■	■	■	■	■
Venezuela	2	●	■	●	■	■	■	■
Vereinigte Staaten	57	●	■	●	■	●	■	■

**Asien, Ozeanien und Afrika**

Ägypten	4	●	■	●	■	■	■	■
Australien	12	●	■	●	■	●	■	■
Bangladesh	1	●	■	■	■	■	■	■
Côte d'Ivoire	2	●	■	■	■	■	■	■
Fiji	1	■	■	■	■	■	■	■
Ghana	1	●	■	●	■	■	■	■
Guinea	1	■	■	■	■	■	■	■
Indien	6	●	■	●	■	■	■	■
Indonesien	4	●	■	●	■	■	■	■
Iran	1	■	■	■	■	■	■	■
Israel	12	●	■	●	■	■	■	■
Japan	3	●	■	●	■	■	■	■
Jordanien	1	●	■	■	■	■	■	■
Kambodscha	1	■	■	■	■	■	■	■
Kamerun	1	●	■	■	■	■	■	■
Kasachstan	1	■	■	■	■	■	■	■
Kenia	1	●	■	●	■	■	■	■
Libanon	1	●	■	■	■	■	■	■
Malaysia	7	●	■	●	■	■	■	■
Marokko	1	●	■	■	■	■	■	■
Neukaledonien	1	●	■	■	■	■	■	■
Neuseeland	3	●	■	■	■	■	■	■
Nigeria	1	●	■	■	■	■	■	■
Pakistan	5	●	■	●	■	■	■	■
Papua Neu-Guinea	1	●	■	■	■	■	■	■
Philippinen	7	●	■	●	■	■	■	■
Republik Korea	1	●	■	■	■	■	■	■
Saudi-Arabien	2	■	■	■	■	■	■	■
Senegal	1	■	■	■	■	■	■	■
Singapur	1	●	■	■	■	■	■	■
Sri Lanka	2	●	■	■	■	■	■	■
Südafrika	13	●	■	●	■	■	■	■
Syrien	1	●	■	■	■	■	■	■
Thailand	7	●	■	●	■	■	■	■
Tunesien	1	●	■	■	■	■	■	■
Usbekistan	1	●	■	■	■	■	■	■
Vietnam	3	●	■	■	■	■	■	■
Volksrepublik China	18	●	■	●	■	■	■	■
Zimbabwe	1	●	■	■	■	■	■	■

# Allgemeine Informationen



# Traktanden der 135. ordentlichen Generalversammlung der Nestlé AG

Donnerstag, den 11. April 2002, um 15.00 Uhr  
im «Palais de Beaulieu» in Lausanne

- 1 **Jahresbericht, Bericht der Revisoren**
  - 1a Jahresbericht und Jahresrechnung 2001 der Nestlé AG; Bericht der Revisionsstelle
  - 1b Konzernrechnung 2001 der Nestlé-Gruppe; Bericht der Konzernrechnungsprüfer
- 2 **Entlastung des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung**
- 3 **Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinnes der Nestlé AG**
- 4 **Wahlen in den Verwaltungsrat**

Peter Brabeck-Letmathe  
(für eine Amtsdauer von 5 Jahren)  
Vreni Spoerry  
(für eine Amtsdauer von 2 Jahren)  
Prof. Dr. Vernon R. Young  
(für eine Amtsdauer von 5 Jahren)
- 5 **Wahl der Revisionsstelle**

(Jahresrechnung der Nestlé AG und Konzernrechnung der Nestlé-Gruppe);  
KPMG Klynveld Peat Marwick Goerdeler S.A.,  
London und Zürich  
(für eine Amtsdauer von 3 Jahren)

**Wahlen in den Verwaltungsrat** Zur Generalversammlung vom 11. April 2002 laufen die Mandate von Herrn Peter Brabeck-Letmathe und von Frau Vreni Spoerry aus. Beide Verwaltungsräte können für ein weiteres Mandat von fünf Jahren wiedergewählt werden. Herr Peter Brabeck-Letmathe stellt sich für ein weiteres Mandat von fünf Jahren zur Wahl. Frau Vreni Spoerry hat den Wunsch geäußert, sich für ein weiteres Mandat von lediglich zwei Jahren zur Wahl zu stellen.

Ausserdem schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vor, Herrn Prof. Dr. Vernon R. Young, britisch/amerikanischer Staatsangehöriger, Professor für Ernährungs-Biochemie am Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Boston/Cambridge, USA, als neues Verwaltungsratsmitglied zu wählen, ebenfalls für ein Mandat von fünf Jahren.

Nächste ordentliche Generalversammlung:  
Donnerstag, den 3. April 2003,  
im «Palais de Beaulieu» in Lausanne

## Wichtige Daten

- 11. April 2002** Bekanntgabe des Umsatzes für das erste Quartal 2002
- 11. April 2002** 135. ordentliche Generalversammlung im «Palais de Beaulieu», Lausanne
- 17. April 2002** Auszahlung der Dividende
- 21. August 2002** Veröffentlichung des Halbjahresberichts Januar/Juni 2002
- 24. Oktober 2002** Bekanntgabe des Umsatzes für die ersten neun Monate 2002; Herbst-Pressekonferenz (Vevey)
- 27. Februar 2003** Bekanntgabe des Umsatzes und der Ergebnisse 2002; Frühjahrs-Pressekonferenz (Vevey)
- 3. April 2003** 136. ordentliche Generalversammlung im «Palais de Beaulieu», Lausanne
- 16. April 2003** Bekanntgabe des Umsatzes für das erste Quartal 2003

## Aktionärsinformation

**Börsenkotierung** Am 31. Dezember 2001 waren die Namenaktien der Nestlé AG an folgenden Börsen kotiert: SWX Swiss Exchange, Frankfurt, London und Paris.

Auf Nestlé AG Aktien ausgestellte «American Depositary Receipts» (ADRs) werden in den Vereinigten Staaten durch JPMorgan Chase Bank ausgegeben.

**Sitze der Gesellschaft** Nestlé AG,  
Avenue Nestlé 55, CH-1800 Vevey (Schweiz),  
Tel. 021 924 21 11.

Nestlé AG (Aktienbüro), Zugerstrasse 8,  
CH-6330 Cham (Schweiz), Tel. 041 785 20 20.

**Weitere Auskünfte** Für weitere Auskünfte, die den Geschäftsbericht betreffen, wenden Sie sich bitte an Nestlé AG, «Investor Relations», Avenue Nestlé 55, CH-1800 Vevey (Schweiz), Tel. 021 924 27 42, Fax 021 924 28 13.  
E-mail: [investor.relations@nestle.com](mailto:investor.relations@nestle.com)  
oder die Website der «Investor Relations»  
[www.ir.nestle.com](http://www.ir.nestle.com)

Für Auskünfte in Bezug auf das Aktienregister (Eintragungen, Übertragungen, Adressänderungen, Dividenden, usw.) wenden Sie sich bitte an Nestlé AG, Aktienbüro, Zugerstrasse 8, CH-6330 Cham (Schweiz), Tel. 041 785 20 20, Fax 041 785 20 24.

Die Gesellschaft bietet die kostenlose Verwahrung der an der SWX Swiss Exchange gehandelten Nestlé AG Aktien in ihrem Aktienbüro in Cham an.

Internet-Adresse: <http://www.nestle.com>

© 2002, Nestlé AG, Cham und Vevey (Schweiz)  
Konzeption und Ausführung: Nestec AG, B-COM, Corporate Identity and Design, Vevey (Schweiz)  
Fotos: Andrea Diglas, Zürich (Schweiz), apg image Ltd., Vevey (Schweiz)  
Druck: Genoud, Entreprise d'arts graphiques S.A., Le Mont-sur-Lausanne (Schweiz)



# Finanzielle Berichterstattung 2001

Konzernrechnung der Nestlé-Gruppe

Jahresbericht der Nestlé AG



# Konzernrechnung der Nestlé-Gruppe

<b>5</b>	<b>Konsolidierte Erfolgsrechnung für das Jahr 2001</b>
<b>6</b>	<b>Konsolidierte Bilanz per 31. Dezember 2001</b>
<b>8</b>	<b>Konsolidierte Mittelflussrechnung für das Jahr 2001</b>
<b>10</b>	<b>Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals</b>
<b>12</b>	<b>Anhang</b>
12	Grundsätze der Rechnungslegung
14	Bewertungsmethoden und Definitionen
18	Änderungen von Grundsätzen der Rechnungslegung und Veränderung des Konsolidierungskreises
19	Anmerkungen
52	Umrechnungskurse der wichtigsten Währungen
<b>53</b>	<b>Bericht der Konzernrechnungsprüfer</b>
<b>54</b>	<b>Finanzielle Angaben – Zehnjahresübersicht</b>
<b>56</b>	<b>Gesellschaften der Nestlé-Gruppe</b>

## 135. Jahresbericht der Nestlé AG

<b>62</b>	<b>Erfolgsrechnung für das Jahr 2001</b>
<b>63</b>	<b>Bilanz per 31. Dezember 2001</b>
<b>64</b>	<b>Anhang zur Jahresrechnung der Nestlé AG</b>
64	Buchhaltungsgrundsätze
67	Anmerkungen zur Jahresrechnung
<b>75</b>	<b>Antrag für die Gewinnverteilung</b>
<b>76</b>	<b>Bericht der Revisionsstelle</b>
<b>77</b>	<b>Traktanden der 135. ordentlichen Generalversammlung der Nestlé AG</b>
<b>78</b>	<b>Wichtige Daten</b>
<b>79</b>	<b>Aktionärsinformation</b>





# Konsolidierte Erfolgsrechnung für das Jahr 2001

In Millionen CHF	Anmerkungen	2001	2000
<b>Umsatz</b>	1	<b>84 698</b>	81 422
Gestehungskosten der verkauften Produkte		<b>(37 756)</b>	(38 121)
Verteilkosten		<b>(6 421)</b>	(5 884)
Kosten für Vertrieb und Verwaltung		<b>(29 372)</b>	(26 467)
Forschungs- und Entwicklungskosten		<b>(1 162)</b>	(1 038)
Restrukturierungskosten		<b>(275)</b>	(312)
Abschreibungen auf Goodwill		<b>(494)</b>	(414)
<b>Betriebsergebnis</b>	1	<b>9 218</b>	9 186
Nettofinanzierungskosten	2	<b>(407)</b>	(746)
Ausserbetrieblicher Ertrag/(Aufwand), netto	3	<b>(44)</b>	(99)
<b>Gewinn vor Steuern</b>	4	<b>8 767</b>	8 341
Steuern	5	<b>(2 429)</b>	(2 761)
<b>Nettogewinn der konsolidierten Gesellschaften</b>		<b>6 338</b>	5 580
Minderheitsanteile		<b>(192)</b>	(212)
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften	6	<b>535</b>	395
<b>Reingewinn</b>		<b>6 681</b>	5 763
<b>in % des Umsatzes</b>			
Betriebsergebnis		<b>10,9%</b>	11,3%
Reingewinn		<b>7,9%</b>	7,1%
<b>Gewinn pro Aktie</b>			(a)
(in CHF)			
Basisgewinn pro Aktie	7	<b>17.25</b>	14.91
Verwässerter Gewinn pro Aktie	7	<b>17.14</b>	14.78

<sup>(a)</sup> Nach dem Aktiensplit angepasst.

# Konsolidierte Bilanz per 31. Dezember 2001

vor Gewinnverteilung

In Millionen CHF	Anmerkungen	2001	2000
<b>Aktiven</b>			
<b>Umlaufvermögen</b>			
Flüssige Mittel	8		
Zahlungsmittel		<b>7 617</b>	5 451
Andere flüssige Mittel		<b>8 425</b>	4 680
		<b>16 042</b>	10 131
Forderungen aus Warenlieferungen und andere Forderungen	9	<b>14 074</b>	12 685
Vorräte	10	<b>7 691</b>	7 168
Derivative Vermögenswerte	11	<b>609</b>	(a)
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		<b>629</b>	763
<b>Total Umlaufvermögen</b>		<b>39 045</b>	30 747
<b>Anlagevermögen</b>			
Sachanlagen	12		
Bruttowert		<b>45 093</b>	43 519
Kumulierte Abschreibungen		<b>(25 195)</b>	(24 894)
		<b>19 898</b>	18 625
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften	13	<b>2 497</b>	2 173
Aktive latente Steuern	23	<b>1 918</b>	2 569
Übrige Finanzanlagen	14	<b>2 885</b>	2 386
Überdeckung von Vorsorgeplänen	21	<b>1 392</b>	306
Goodwill	15	<b>25 253</b>	7 902
Immaterielle Werte	16	<b>898</b>	816
<b>Total Anlagevermögen</b>		<b>54 741</b>	34 777
<b>Total Aktiven</b>		<b>93 786</b>	65 524

<sup>(a)</sup> Vorjahreszahlen wurden nicht gemäss IAS 39 dargestellt. Bilanzierte Finanzinstrumente waren in aktiven bzw. passiven Rechnungsabgrenzungsposten enthalten.

In Millionen CHF	Anmerkungen	2001	2000
<b>Passiven</b>			
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>			
Lieferanten und andere Verbindlichkeiten	17	10 504	10 001
Finanzielle Verbindlichkeiten	18	25 486	8 376
Steuerrückstellungen		854	1 035
Derivative Verbindlichkeiten	19	383	(a)
Passive Rechnungsabgrenzungsposten		4 265	3 762
<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>41 492</b>	23 174
<b>Mittel- und langfristiges Fremdkapital</b>			
Finanzielle Verbindlichkeiten	20	9 946	4 768
Vorsorgeverpflichtungen	21	3 786	2 860
Passive latente Steuern	23	1 301	1 550
Steuerrückstellungen		40	53
Andere Verbindlichkeiten		497	402
Rückstellungen	24	2 495	2 204
<b>Total mittel- und langfristiges Fremdkapital</b>		<b>18 065</b>	11 837
<b>Total Fremdkapital</b>		<b>59 557</b>	35 011
<b>Minderheitsanteile</b>		<b>576</b>	609
<b>Eigenkapital</b>			
Aktienkapital	25	404	404
Reserven			
Agio		5 926	5 926
Reserve für eigene Aktien		2 588	2 232
Kumulierte Umrechnungsdifferenzen		12	571
Gewinnreserven		27 517	23 388
		<b>36 043</b>	32 117
		<b>36 447</b>	32 521
<i>Abzüglich:</i>			
Eigene Aktien	26	(2 794)	(2 617)
<b>Total Eigenkapital</b>		<b>33 653</b>	29 904
<b>Total Passiven</b>		<b>93 786</b>	65 524

<sup>(a)</sup> Vorjahreszahlen wurden nicht gemäss IAS 39 dargestellt. Bilanzierte Finanzinstrumente waren in aktiven bzw. passiven Rechnungsabgrenzungsposten enthalten.

# Konsolidierte Mittelflussrechnung für das Jahr 2001

In Millionen CHF	Anmerkungen	2001	2000
<b>Geschäftstätigkeit</b>			
Nettogewinn der konsolidierten Gesellschaften		<b>6 338</b>	5 580
Abschreibungen auf Sachanlagen	12	<b>2 581</b>	2 737
Wertbeeinträchtigungen von Sachanlagen	12	<b>222</b>	223
Abschreibungen auf Goodwill	15	<b>494</b>	414
Abschreibungen auf immateriellen Werten	16	<b>150</b>	179
Wertbeeinträchtigungen von Goodwill	15	<b>184</b>	230
Zunahme/(Abnahme) von Rückstellungen und latenten Steuern		<b>(92)</b>	(4)
Abnahme/(Zunahme) des Umlaufvermögens	27	<b>(870)</b>	(368)
Übrige		<b>(393)</b>	(140)
<b>Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit <sup>(a)</sup></b>		<b>8 614</b>	8 851
<b>Investitionstätigkeit</b>			
Investitionen in Sachanlagen	12	<b>(3 611)</b>	(3 305)
Ausgaben für immaterielle Werte	16	<b>(288)</b>	(188)
Veräusserung von Sachanlagen		<b>263</b>	355
Erwerbungen	28	<b>(18 766)</b>	(2 846)
Veräusserungen	29	<b>484</b>	780
Einkünfte von assoziierten Gesellschaften		<b>133</b>	107
Übrige		<b>143</b>	39
<b>Mittelfluss aus Investitionstätigkeit</b>		<b>(21 642)</b>	(5 058)

<sup>(a)</sup> Die Steuerzahlungen betragen CHF 2782 Mio. (2000: CHF 2714 Mio.). Die bezahlten und eingenommenen Zinsen entsprechen im Wesentlichen den in Anmerkung 2 «Nettofinanzierungskosten» gezeigten Beträgen.

In Millionen CHF	Anmerkungen	2001	2000
<b>Finanzierungstätigkeit</b>			
Dividende für das Vorjahr		(2 127)	(1 657)
Ankauf von eigenen Aktien		(1 133)	(765)
Verkauf von eigenen Aktien und Optionen		880	1 837
Prämie auf Warrant-Emissionen		209	81
Bewegungen der Minderheitsanteile		(172)	(221)
Ausgabe von Obligationenanleihen		3 338	1 016
Rückzahlung von Obligationenanleihen		(380)	(1 143)
Zunahme/(Abnahme) von anderen mittel- und langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten		(71)	(155)
Zunahme/(Abnahme) von kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten		16 754	921
Abnahme/(Zunahme) der Wertschriften und anderen flüssigen Mitteln		(2 330)	(2 788)
Abnahme/(Zunahme) der kurzfristigen Geldanlagen		216	1 452
<b>Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>		<b>15 184</b>	(1 422)
Umrechnungsdifferenzen auf Mittelfluss		60	(175)
<b>Zunahme/(Abnahme) der Zahlungsmittel</b>		<b>2 216</b>	2 196
Zahlungsmittel Anfang des Geschäftsjahres		5 451	3 322
Einfluss von Kursänderungen		(29)	(67)
Angepasste Zahlungsmittel Anfang des Geschäftsjahres		5 422	3 255
Fair-Value-Änderungen von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten		(21)	—
<b>Zahlungsmittel Ende Geschäftsjahr</b>	8	<b>7 617</b>	5 451

## Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals

In Millionen CHF	Reserve für eigene Aktien	Kumulierte Umrechnungs- differenzen	Gewinn- reserven	<b>Total Reserven</b>	Abzüglich: Aktien- kapital	Eigene Aktien	<b>Total Eigen- kapital</b>
<b>Eigenkapital</b>							
<b>am 31. Dezember 1999</b>	5 926	2 873	839	17 439	<b>27 077</b>	404 (3 028)	<b>24 453</b>
Änderung des Rechnungs- legungsgrundsatzes IAS 37							
– Rückstellungen				132	<b>132</b>		<b>132</b>
– Latente Steuern darauf				(21)	<b>(21)</b>		<b>(21)</b>
<b>Angepasstes Eigenkapital</b>							
<b>am 31. Dezember 1999</b>	5 926	2 873	839	17 550	<b>27 188</b>	404 (3 028)	<b>24 564</b>
<b>Gewinne und Verluste</b>							
Reingewinn				5 763	<b>5 763</b>		<b>5 763</b>
Kursänderungen			(268)		<b>(268)</b>		<b>(268)</b>
Rückschreibungen von vor dem 1. Januar 1995 über Eigenkapital abgeschriebenem Goodwill aus Veräusserungen				51	<b>51</b>		<b>51</b>
<b>Ausschüttungen an bzw. Transaktionen mit Aktionären</b>							
Vorjahresdividende				(1 657)	<b>(1 657)</b>		<b>(1 657)</b>
Nettobewegung der eigenen Aktien		(641)		641	<b>–</b>	641	<b>641</b>
Ergebnis aus Optionen und zum Handel bestimmten eigenen Aktien				959	<b>959</b>	(230)	<b>729</b>
Prämien auf Warrant-Emissionen				81	<b>81</b>		<b>81</b>
<b>Eigenkapital</b>							
<b>am 31. Dezember 2000</b>	5 926	2 232	571	23 388	<b>32 117</b>	404 (2 617)	<b>29 904</b>
Änderung des Rechnungs- legungsgrundsatzes IAS 39							
– Finanzinstrumente				(55)	<b>(55)</b>		<b>(55)</b>
– Latente Steuern darauf				6	<b>6</b>		<b>6</b>
Änderung von Rechnungs- legungsgrundsätzen von assoziierten Gesellschaften							
				(161)	<b>(161)</b>		<b>(161)</b>
<b>Angepasstes Eigenkapital</b>							
<b>am 31. Dezember 2000</b>	5 926	2 232	571	23 178	<b>31 907</b>	404 (2 617)	<b>29 694</b>

In Millionen CHF	Reserve für eigene Agio Aktien	Kumulierte Umrechnungs- differenzen	Gewinn- reserven	<b>Total Reserven</b>	Abzüglich: Aktien- kapital	Eigene Aktien	<b>Total Eigen- kapital</b>
<b>Angepasstes Eigenkapital</b>							
<b>am 31. Dezember 2000</b>	5 926	2 232	571	23 178	<b>31 907</b>	404 (2 617)	<b>29 694</b>
<b>Gewinne und Verluste</b>							
Reingewinn			6 681	<b>6 681</b>			<b>6 681</b>
Kursänderungen		(559)		<b>(559)</b>			<b>(559)</b>
Steuern auf Bewegungen des Eigenkapitals			(3)	<b>(3)</b>			<b>(3)</b>
Fair-Value-Änderungen von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten und von Cash-Flow-Absicherungen							
– Nicht realisierte Ergebnisse			55	<b>55</b>			<b>55</b>
– Erfassung der realisierten Ergebnisse in der Erfolgsrechnung			(44)	<b>(44)</b>			<b>(44)</b>
<b>Ausschüttungen an bzw. Transaktionen mit Aktionären</b>							
Vorjahresdividende			(2 127)	<b>(2 127)</b>			<b>(2 127)</b>
Nettobewegung der eigenen Aktien	356		(356)	–		(356)	<b>(356)</b>
Ergebnis aus Optionen und zum Handel bestimmten eigenen Aktien			(76)	<b>(76)</b>		179	<b>103</b>
Prämien auf Warrant-Emissionen			209	<b>209</b>			<b>209</b>
<b>Eigenkapital</b>							
<b>am 31. Dezember 2001</b>	5 926	2 588	12	27 517	<b>36 043</b>	404 (2 794)	<b>33 653</b>

# Anhang

## Grundsätze der Rechnungslegung

### Allgemeine Grundlagen und Rechnungslegungsstandards

Die Konzernrechnung entspricht den internationalen Empfehlungen zur Rechnungslegung (IAS) des International Accounting Standards Board (IASB) und den Interpretationen des Standing Interpretations Committee of the IASB (SIC).

Die Konzernrechnung ist in Anwendung des Prinzips historischer Kosten erstellt und wird periodengerecht abgegrenzt, mit der Ausnahme von derivativen Finanzinstrumenten, zur Veräusserung verfügbaren bzw. zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Vermögenswerten und durch Fair Value Hedges abgesicherten Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die nach dem Wiederbeschaffungswertprinzip (Faire Value) bewertet sind. Die Berichtsperioden aller wichtigen Tochtergesellschaften und assoziierten Unternehmen werden Ende Dezember abgeschlossen. Sämtliche in der 4. und 7. EU-Richtlinie festgelegten Angaben werden offen gelegt.

### Konsolidierungskreis

Die Konzernrechnung umfasst die Jahresabschlüsse der Nestlé AG und ihrer Tochtergesellschaften, inklusive Joint Ventures, und assoziierten Unternehmen (die Gruppe). Die Liste der wichtigsten Tochtergesellschaften erscheint im Kapital «Gesellschaften der Nestlé-Gruppe».

### Konsolidierte Gesellschaften

Die Gesellschaften, an denen die Nestlé-Gruppe beteiligt ist, in den meisten Fällen mehrheitlich, und die sie beherrscht, werden nach der Methode der Vollkonsolidierung integriert. Diese Behandlung ist unabhängig vom Prozentsatz der Beteiligung am Kapital. Beherrschung ist die Möglichkeit, die Finanz- und Geschäftspolitik einer Konzerngesellschaft zu bestimmen, um aus deren Tätigkeit Nutzen zu ziehen. Die Minderheitsanteile sind in der Bilanz separat vom Fremd- und Eigenkapital in einer getrennten Rubrik ausgewiesen; die Minderheitsanteile am Geschäftsergebnis sind in der Erfolgsrechnung gesondert ausgewiesen.

Die Quotenkonsolidierung kommt zur Anwendung für mit Partnern gemeinsam beherrschte Gesellschaften. In diesen Fällen werden die Aktiv- und Passivposten sowie

Aufwand und Ertrag im Verhältnis der Beteiligung der Nestlé-Gruppe am Kapital erfasst (in der Regel 50%).

Neu erworbene Gesellschaften werden vom effektiven Erwerbsdatum an gemäss der so genannten Purchase-Methode konsolidiert.

### Assoziierte Gesellschaften

Die Kapitalzurechnungsmethode (Equity-Methode) gilt für diejenigen Gesellschaften, bei denen die Nestlé-Gruppe eine Beteiligung von 20% und mehr und einen bedeutenden Einfluss hat, aber für deren Geschäftsführung sie nicht zuständig ist. Nettovermögen und Jahresergebnis werden auf der Basis der eigenen Buchhaltungsgrundsätze der assoziierten Gesellschaften erfasst, wenn eine Anpassung an die Grundsätze der Gruppe undurchführbar ist.

### Währungsumrechnung

In den Einzelgesellschaften werden Fremdwährungsaktivitäten zu den entsprechenden Transaktionskursen umgerechnet. Finanzielle Aktiven und Passiven in Fremdwährungen werden zu Wechselkursen am Jahresende bewertet. Daraus resultierende Kursdifferenzen werden erfolgswirksam verbucht.

In der Konzernrechnung werden die Aktiven und Passiven der ausländischen Beteiligungsgesellschaften zum Jahresendkurs in Schweizer Franken umgerechnet. Die Umrechnung der Erfolgsrechnung erfolgt zum durchschnittlichen Wechselkurs der Berichtsperiode oder, für bedeutende Beträge, zu Transaktionskursen, sofern diese bekannt oder bestimmbar sind.

Die aus Wechselkursveränderungen gegenüber dem Vorjahr entstehenden Umrechnungsdifferenzen auf dem Nettovermögen sowie Umrechnungsdifferenzen, die sich bei der Berechnung des Ergebnisses der Gruppe zu Durchschnitts- oder Transaktionskursen und zu Jahresendkursen ergeben, werden mit dem konsolidierten Eigenkapital verrechnet.

Die Jahresrechnungen von Gesellschaften in Hochinflationländern werden, vor ihrer Umrechnung zu Jahresendkursen, um die Inflationseffekte bereinigt, wobei offizielle Indices am Jahresende verwendet werden.



## Derivative Finanzinstrumente

Die Gruppe benützt derivative Finanzinstrumente, hauptsächlich um sich gegen die betrieblichen Risiken aus Wechselkursen, Zinssätzen und Rohstoffpreisen abzusichern. Einige derivative Finanzinstrumente werden auch zur kurzfristigen Gewinnerzielung angeschafft. Alle diese Instrumente werden mit erstklassigen Finanzinstituten abgeschlossen, gemäss spezifischen Richtlinien in Bezug auf Bewilligung, Einschränkung und Kontrolle.

Alle derivativen Finanzinstrumente werden zum beizulegenden Zeitwert (Fair Value) verbucht, was für kотиerte Instrumente dem Marktwert entspricht, und für nicht kотиerte Instrumente dem auf Grund mathematischer Modelle (Optionen Bewertungsmodelle und abgezinste Barmittelflusskalkulationen) erhaltenen Wert.

Hauptsächlich verwendete Instrumente sind Devisen- und Zins-Forwards und Optionen, Rohstoff-Futures und Optionen, Zinssatz-Swaps sowie Zins- und Währungs-Swaps.

Bilanzierung von Absicherungsgeschäften (Hedge Accounting) wird dann angewendet, wenn die derivativen Finanzinstrumente die Wertschwankungen der Fair Value oder des Cash Flows der gesicherten Grundgeschäfte wirksam kompensieren. Die Wirksamkeit von solchen Absicherungsgeschäften wird regelmässig überprüft, mindestens auf Quartalsbasis.

Absicherungen des beizulegenden Zeitwerts (Fair Value Hedges) sind derivative Finanzinstrumente, die das Währungsrisiko von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, oder das Zinsrisiko von finanziellen Verbindlichkeiten, sichern. Wertänderungen von Fair Value Hedges werden erfolgswirksam erfasst. Die abgesicherten Grundgeschäfte werden – im Ausmass des abgesicherten Risikos – ebenfalls zu Fair Value bewertet und davon resultierende Gewinne oder Verluste erfolgswirksam erfasst.

Absicherungen von zukünftigen Geldflüssen (Cash Flow Hedges) sind derivative Finanzinstrumente, die vor allem Währungsrisiken auf erwarteten Exportverkäufen und auf zukünftigen Käufen von industriellen Einrichtungen, Währungs- und Preisrisiken von zukünftigen Rohstoffbeschaffungen sowie Zins-Risiken absichern. Der wirksame Anteil der Veränderung von Cash Flow Hedges wird dem Eigenkapital zugewiesen, während ein nicht wirksamer Anteil erfolgswirksam erfasst wird. Wenn aus

dem abgesicherten Grundgeschäft ein Vermögenswert oder eine Schuld resultiert, werden die früher im Eigenkapital erfassten Gewinne oder Verluste in den Anschaffungskosten des Vermögenswertes oder der Schuld berücksichtigt. Ansonsten werden die früher erfassten Gewinne oder Verluste aus dem Eigenkapital entfernt und gleichzeitig mit dem abgesicherten Grundgeschäft in der Erfolgsrechnung erfasst.

Absicherungen einer Nettoinvestition in einer ausländischen Tochtergesellschaft (Net Investment Hedges) sind derivative Finanzinstrumente, die Kursrisiken bei Nettoauslandsinvestitionen absichern. Fair-Value-Änderungen solcher Derivate werden im Eigenkapital erfasst, bis die Nettoinvestition verkauft oder anderweitig abgesetzt wird.

Zu Handelszwecken gehaltenen Derivate sind Finanzinstrumente, die als Sicherungsinstrumente ineffektiv sind oder die gekauft wurden mit der Absicht, den Ertrag von Wertpapierbeständen zu optimieren.

## Segmentinformationen

Die Segmentinformationen werden nach zwei Formaten dargestellt: Das primäre Format gemäss der Verwaltungsstruktur der Gruppe, das sekundäre gemäss Produkten.

Das primäre Segmentformat – nach Verantwortungsbereichen und geografischen Regionen – entspricht der Struktur der Konzernleitung. Der hauptsächlichste Geschäftsbereich der Gruppe, Nahrungsmittel, wird in drei geografischen Regionen verwaltet. Die anderen Aktivitäten, hauptsächlich pharmazeutische Produkte und Wasser, werden weltweit verwaltet. Das sekundäre Format, Produkte, ist aufgeteilt in fünf Kategorien (Segmente).

Die Segmentergebnisse stellen den Beitrag der verschiedenen Segmente an die zentralen Verwaltungskosten, Forschungs- und Entwicklungskosten und den Gewinn der Gruppe dar. Die nicht zugewiesenen Beträge bestehen hauptsächlich aus zentralen Verwaltungskosten, Forschungs- und Entwicklungskosten, Abschreibungen auf Goodwill und, für die Produkte, Restrukturierungs- und anderen Kosten. Spezifische zentrale Verwaltungs- sowie Forschungs- und Entwicklungskosten werden den entsprechenden Segmenten zugewiesen.

Die Segment-Aktiven enthalten Sachanlagen, Forderungen aus Warenlieferungen und andere Forderungen,

Vorräte sowie aktive Rechnungsabgrenzungsposten. Die nicht zugeteilten Beträge stellen hauptsächlich die Aktiven der zentralen Verwaltung sowie der Forschung und Entwicklung, inklusive Goodwill, dar. Die Passiven enthalten Lieferanten und andere Verbindlichkeiten sowie passive Rechnungsabgrenzungsposten. Eliminierungen sind Salden zwischen Gesellschaften der verschiedenen Segmente.

Die Aktiven und Passiven nach Verantwortungsbereichen und geografischen Regionen entsprechen den Werten am Ende der Rechnungsperiode. Die ausgewiesenen Aktiven nach Produktgruppen sind anhand eines jährlichen Mittels berechnet, was das in den Produkten investierte Kapital für Verwaltungszwecke besser widerspiegelt.

## **Bewertungsmethoden und Definitionen**

### **Umsatz**

Der Umsatz entspricht Verkäufen und Dienstleistungen an Dritte nach Abzug von Preisnachlässen, Umsatz- oder Mehrwertsteuern. Umsätze sind dann in der Erfolgsrechnung erfasst, wenn die mit dem Eigentum der Waren verbundenen massgeblichen Risiken und Chancen auf den Käufer übertragen sind.

### **Nettofinanzierungskosten**

Diese Position umfasst Zinsaufwendungen auf Fremdfinanzierung sowie Zinserträge auf Anlagen liquider Mittel bei Dritten. Kursdifferenzen auf finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten sowie erfolgswirksam erfasste Ergebnisse auf Zinssicherungsinstrumenten sind auch in Nettofinanzierungskosten enthalten.

### **Steuern**

Dieser Posten enthält Gewinnsteuern und andere Steuern, wie Kapitalsteuern. Ebenfalls darin eingeschlossen sind effektive oder potenzielle Quellensteuern auf laufenden und voraussichtlichen Überweisungen von Tochtergesellschaften sowie Berichtigungen von Steuern für Vorjahre. Gewinnsteuern sind in der Erfolgsrechnung erfasst, mit der Ausnahme von Gewinnsteuern auf direkt im Eigenkapital erfassten Posten, die ebenfalls im Eigenkapital erfasst sind.

Latente Steuern sind Steuern auf temporären Differenzen zwischen den durch die Steuerbehörden anerkannten Werten von Aktiven und Passiven und den Werten der Konzernrechnung.

Latente Steuern werden nach der so genannten Verbindlichkeiten-Methode (Liability method) berücksichtigt aufgrund des mutmasslichen Steuersatzes, der zu dem Zeitpunkt erwartet wird, wo sich die temporären Differenzen ausgleichen. Allfällige Änderungen von Steuersätzen werden in der Erfolgsrechnung berücksichtigt. Passive latente Steuern werden auf allen steuerbaren temporären Differenzen, mit Ausnahme von nicht abzugsfähigem Goodwill, berechnet. Latente Steueraktiven werden auf allen abzugsfähigen temporären Differenzen berechnet, sofern es wahrscheinlich ist, dass zukünftig genügend steuerbare Erträge erwirtschaftet werden.

### **Kurzfristige Finanzanlagen**

Diese umfassen flüssige Mittel und Forderungen. Forderungen sind, gemäss IAS 39, als vom Unternehmen ausgereicht eingestuft und zu Anschaffungskosten, abzüglich einer angemessenen Wertberichtigung, bewertet.

Flüssige Mittel umfassen Bar- und andere Zahlungsmittel, marktgängige Wertschriften, andere flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen. Andere Zahlungsmittel sind Bankguthaben und Festgeldanlagen mit Fälligkeit innerhalb von drei Monaten ab Erwerbsdatum. Kurzfristige Geldanlagen bestehen aus Bankdepositen und Festgeldanlagen mit Fälligkeit von mehr als drei Monaten ab Erwerbsdatum. Flüssige Mittel sind üblicherweise als zur Veräusserung verfügbar zugeordnet und zum Wiederbeschaffungswert bewertet, wobei die unrealisierten Gewinne oder Verluste bis zur Absetzung des Vermögenswertes im Eigenkapital erfasst sind. Nach Veräusserung werden früher im Eigenkapital erfasste Gewinne und Verluste in der Erfolgsrechnung verbucht.

Marktgängige Wertschriften, die zur kurzfristigen Gewinnerzielung gehalten werden, sind als zu Handelszwecken gehalten zugeordnet. Sie sind zum Wiederbeschaffungswert erfasst, und alle sich daraus ergebenden Gewinne oder Verluste werden erfolgswirksam erfasst.

Finanzielle Vermögenswerte, die an Märkten gekauft worden sind, die Lieferungen innerhalb eines durch Konvention festgelegten Zeitraumes vorschreiben, sind nach der Erfüllungstagmethode bilanziert.

Der Wiederbeschaffungswert basiert für kotierte Instrumente auf den am Bilanzstichtag herrschenden Marktwerten, und für andere Instrumente auf abgezinsten Barmittelflusskalkulationen.

**Vorräte**

Die Rohstoffe und die gekauften Fertigwaren werden zu Beschaffungskosten eingesetzt. Die Fertigwaren und unfertigen Erzeugnisse werden zum Einstandspreis bewertet. Der Einstandspreis enthält alle spezifischen Fertigungskosten sowie einen angemessenen Anteil an den Gemeinkosten und Abschreibungen der Produktionsbetriebe.

Der Wertansatz der Vorräte der wichtigsten Rohstoffe und der gekauften Fertigwaren erfolgt nach der FIFO-Methode (first-in, first-out), für andere Materialien nach der Durchschnittsmethode.

Eine Rückstellung wird gebildet, falls der realisierbare Nettowert eines Artikels tiefer ist als der nach den oben beschriebenen Methoden errechnete Inventarwert.

**Aktive Rechnungsabgrenzungsposten**

Sie enthalten im Voraus bezahlte Aufwendungen für das folgende Geschäftsjahr sowie Erträge des laufenden Geschäftsjahres, die erst zu einem späteren Zeitpunkt eingehen.

**Sachanlagen**

Sie werden zu historischen Kosten bewertet. Die Abschreibungen werden linear nach Massgabe der geschätzten Nutzungsdauer eines Anlagegutes wie folgt vorgenommen:

Gebäude	25–50 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	10–15 Jahre
Werkzeuge, EDV-Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–8 Jahre
Fahrzeuge	5 Jahre

Finanzierungskosten, die während der Konstruktionsdauer von Sachanlagen anfallen, werden der Erfolgsrechnung belastet. Grundstücke werden nicht abgeschrieben. Allfällige aktivierte Prämien, die beim Abschluss von Leasingverträgen für Land und Gebäude bezahlt werden, werden über die Dauer der Verträge abgeschrieben.

Die Abschreibungen auf Sachanlagen werden auf die entsprechenden funktionellen Aufwandsposten der Erfolgsrechnung aufgeteilt.

**Leasingobjekte**

Durch langfristige Leasingverträge (Financial Leasing) finanzierte Anlagen werden gemäss den Grundsätzen für Sachanlagen aktiviert und abgeschrieben. Die entsprechenden Leasingverpflichtungen sind in den finanziellen Verbindlichkeiten enthalten.

Kosten aus Mietverträgen werden direkt der Erfolgsrechnung belastet.

**Langfristige Finanzanlagen**

Sie beinhalten Schuldverschreibungen und andere finanzielle Instrumente, wie Investitionen in Gesellschaften, in denen die Gruppe weder Beherrschung noch bedeutenden Einfluss ausüben kann. Zinslose Schuldverschreibungen sind mit dem am Erwerbsdatum gültigen Zinssatz diskontiert.

Die meisten langfristigen Finanzanlagen sind als zur Veräusserung verfügbar zugeordnet und zum Wiederbeschaffungswert erfasst. Die unrealisierten Gewinne oder Verluste sind bis zur Absetzung der Finanzanlagen im Eigenkapital verbucht. Nach Veräusserung werden früher im Eigenkapital erfasste Gewinne und Verluste in der Erfolgsrechnung erfasst.

Der Wiederbeschaffungswert basiert für kotierte Instrumente auf den am Bilanzstichtag herrschenden Marktwerten, und für andere Instrumente auf abgezinsten Barmittelflusskalkulationen.

Langfristige Schuldverschreibungen und andere Schuldinstrumente, die durch eingebettete Klauseln nicht verkauft werden können, werden als bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen eingestuft und zu amortisierten Kosten, abzüglich allfälliger Wertbeeinträchtigungen, bewertet. Wertbeeinträchtigungen werden erfasst, wenn objektive Beweise für Uneinbringlichkeiten vorhanden sind.

**Goodwill**

Seit dem 1. Januar 1995 wird der Mehrbetrag, der sich aus dem Unterschied zwischen den Erwerbskosten und dem zu Verkehrswerten bestimmten identifizierbaren Vermögen der übernommenen Gesellschaften ergibt, ak-

tiviert. Zuvor wurden diese Werte über das Eigenkapital verrechnet. Dieser Mehrbetrag enthält auch den Wert von erworbenen immateriellen Vermögenswerten, die nicht separat identifizierbar sind, vor allem Marken- und industrielle Eigentumsrechte.

Gewinne aus Veräusserung von Aktivitäten, die vor dem 1. Januar 1995 angeschafft wurden, werden bis zur Höhe des früher abbeschriebenen Goodwills über das Eigenkapital verrechnet. Darüber hinausgehende Gewinne werden der Erfolgsrechnung gutgeschrieben.

Goodwill wird über die erwartete, wirtschaftliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben, meistens über 20 Jahre. Falls eine Abschreibungsdauer von mehr als 20 Jahren zur Anwendung kommt, wird dies separat für jeden Anteil von Goodwill, zusammen mit den hauptsächlichsten Umständen, die eine solche Nutzungsdauer rechtfertigen, angegeben. Der Nutzungswert sowie der Abschreibungszeitraum und die Abschreibungsmethode werden jährlich überprüft.

Goodwill wird normalerweise in der Währung derjenigen Gesellschaft verbucht, welche die Akquisition getätigt hat.

### **Immaterielle Werte**

Diese Rubrik enthält separat erworbene immaterielle Werte wie Führungsinformationssysteme (MIS), geistige Besitzrechte und Rechte zur Ausübung gewisser Aktivitäten (z.B. exklusive Absatz- oder Lieferantenrechte). Immaterielle Werte werden linear abgeschrieben, Informationssysteme über drei bis fünf Jahre, andere immaterielle Werte über fünf bis zwanzig Jahre. Falls eine Abschreibungsdauer von mehr als 20 Jahren zur Anwendung kommt, wird dies separat für jeden Anteil von immateriellen Werten, zusammen mit den hauptsächlichsten Umständen, die eine solche Nutzungsdauer rechtfertigen, angegeben. Der Nutzungswert sowie der Abschreibungszeitraum und die Abschreibungsmethode werden jährlich überprüft. Die Abschreibungen sind auf die entsprechenden funktionellen Aufwandposten der Erfolgsrechnung aufgeteilt.

Selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte werden nur ausnahmsweise aktiviert, unter der Bedingung, dass ein Projekt und seine Kosten identifizierbar sind. Es handelt sich meistens um Informationssysteme.

### **Forschungs- und Entwicklungskosten**

Kosten für Forschung und Entwicklung werden im Jahr der Aufwendung voll der Erfolgsrechnung belastet.

Entwicklungskosten für neue Produkte werden nicht aktiviert, da ein zukünftiger wirtschaftlicher Nutzen erst dann nachzuweisen ist, wenn die Produkte schon auf dem Markt sind.

### **Wertbeeinträchtigungen von Vermögenswerten**

Zu jedem Bilanzdatum wird beurteilt, ob Anzeichen einer Wertbeeinträchtigung der Buchwerte der Aktiven der Gruppe vorliegen. Beim Vorliegen von Anzeichen wird der erzielbare Wert der Aktiven ermittelt. Ein Verlust aus Wertbeeinträchtigung wird erfasst, falls der aktuelle Buchwert höher ist als der erzielbare Wert. Der erzielbare Wert ist der höhere zwischen dem geschätzten Nettoveräusserungspreis und dem Nutzungswert. Für die Bestimmung des Nutzungswertes wird der Barwert der geschätzten zukünftigen Mittelflüsse berechnet. Der dafür verwendete Abzinsungssatz entspricht dem durchschnittlichen Fremdkapitalzinssatz des Landes, in dem sich der Vermögenswert befindet, unter Berücksichtigung der spezifischen Risiken des Vermögenswertes.

### **Kurz-, mittel- und langfristiges Fremdkapital**

Zinstragende Verbindlichkeiten sind zu amortisierten Kosten bewertet, wobei Unterschiede zwischen Originalkosten und Rückzahlungsbeträgen über die Anleihenperiode auf Effektivzinssatzbasis erfasst werden.

Kurzfristige Verbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten, die spätestens innerhalb eines Jahres fällig werden oder zur Erneuerung kommen.

### **Rückstellungen**

Diese Rubrik enthält Verbindlichkeiten, die bezüglich ihrer Fälligkeit oder ihrer Höhe ungewiss sind. Sie ergeben sich aus Restrukturierungsmassnahmen bzw. Umweltrisiken, rechtlichen Forderungen und anderen Risiken. Eine Rückstellung wird angesetzt, wenn die Gruppe aus einem Ereignis der Vergangenheit eine gegenwärtige Verpflichtung hat und wenn der zukünftige Abfluss von Ressourcen zuverlässig geschätzt werden kann. Verpflichtungen aus Restrukturierungsmassnahmen werden erst nach Bekanntgabe zurückgestellt.

## Leistungen an Arbeitnehmer

### *Vorsorgeverpflichtungen*

Die Verpflichtungen der Gruppe aus leistungsorientierten Vorsorgeplänen sowie der entsprechende Aufwand werden nach der «projected unit credit method» berechnet. Die Bewertung für die wichtigsten Pläne wird jährlich, für andere Pläne periodisch durchgeführt. Versicherungstechnische Gutachten werden sowohl von externen Experten als auch von Versicherungsmathematikern der Gruppe erstellt. Die für die versicherungstechnischen Parameter getroffenen Annahmen richten sich nach den wirtschaftlichen Bedingungen in den entsprechenden Ländern, wo sich die Pläne befinden.

Die Verpflichtungen aus leistungsorientierten Plänen sind entweder durch Pläne mit ausgedehntem Vermögen gedeckt, bei denen die Aktiven, getrennt von denjenigen der Gruppe, durch autonome Vorsorgeeinrichtungen verwaltet werden, oder durch solche ohne Vermögen mit der entsprechenden Verbindlichkeit in der Bilanz.

Für leistungsorientierte Pläne mit ausgedehntem Vermögen wird die Unter- oder Überdeckung des Barwertes der Ansprüche durch das Vermögen zu Marktwerten in der Bilanz als Verbindlichkeit oder Aktivposten ausgewiesen, unter Berücksichtigung allfälliger nicht verbuchter versicherungsmathematischer Gewinne oder Verluste und nachzuerrechnender Ansprüche. Überdeckungen werden jedoch nur dann aktiviert, wenn sie für die Gruppe künftige Kostenentlastungen darstellen, die in Form von Rückzahlungen oder Senkung der zukünftigen Beiträge verfügbar sind. Wenn solche Überdeckungen nicht verfügbar sind oder keine künftigen Kostenentlastungen darstellen, werden sie nicht aktiviert, jedoch im Anhang ausgewiesen.

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste ergeben sich hauptsächlich aus Änderungen von versicherungstechnischen Annahmen und aus der Differenz zwischen den versicherungstechnischen Annahmen und den effektiven Kosten und Einkünften. Sie werden nur dann in der Erfolgsrechnung berücksichtigt, verteilt über die zukünftige Beschäftigungsdauer der Mitarbeiter, wenn sie 10% der Vorsorgeverpflichtungen bzw. des -vermögens übersteigen. In der Erfolgsrechnung nicht berücksichtigte versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden in der Bilanz ausgewiesen.

Für leistungsorientierte Pläne enthält der in der Erfolgsrechnung belastete versicherungstechnische Aufwand den Zuwachs der Ansprüche, die Verzinsung, den erwarteten Vermögensertrag und, soweit berücksichtigt, nachzuerrechnende Ansprüche und versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste. Nachzuerrechnende Ansprüche aus Verbesserungen der Vorsorgeleistungen werden berücksichtigt, wenn diese wirksam werden oder eine moralische Verpflichtung darstellen.

Einige Leistungen werden auch durch beitragsorientierte Pläne gedeckt. Beiträge an solche Pläne werden direkt erfolgswirksam verbucht.

### *Pensionsverpflichtungen*

Die meisten Mitarbeiter der Gruppe sind im Genuss von leistungsorientierten Vorsorgeplänen, im Allgemeinen auf der Basis vom letztbezogenen versicherten Einkommen und von der Beschäftigungsdauer.

### *Krankheitskosten nach der Pensionierung und andere Leistungen an das Personal*

Einige Tochtergesellschaften, vor allem in den USA und in Kanada, führen Pläne für die Deckung von Krankheitskosten für dafür berechnete pensionierte Mitarbeiter.

Bei den Verpflichtungen für andere Leistungen an das Personal handelt es sich hauptsächlich um Austrittsabfindungen, die nicht unmittelbaren Vorsorgecharakter haben.

## Kapitalbeteiligungspläne

### *Mitglieder der Geschäftsleitung*

Die Mitglieder der Geschäftsleitung können an einem jährlichen Kapitalbeteiligungsplan ohne Bezahlung teilnehmen. Die Leistung besteht aus Optionsrechten für den Bezug von Nestlé-Aktien zu einem zum Voraus bestimmten Preis.

Ab 1. Januar 1999 hat dieser jährlich wiederkehrende Plan eine Dauer von sieben Jahren und die Optionsrechte sind nach drei Jahren bezugsberechtigt (vorher fünf Jahre und bezugsberechtigt nach zwei Jahren).

Um sich gegen diese Verpflichtung abzusichern, kauft die Gruppe die notwendige Anzahl Aktien oder sondert sie aus bestehenden eigenen Aktienbeständen ab, um alle potenziell ausstehenden Optionen zu decken, und behält sie bis zum Verfall oder der Ausübung der Optionen. Im Rahmen dieses Kapitalbeteiligungsplanes

werden keine zusätzlichen Aktien ausgegeben. Wenn Optionen ausgeübt werden, wird das Eigenkapital um den Erlös erhöht.

Es ergeben sich aus diesem Plan weder zusätzliche Kosten für die Gruppe noch eine Verwässerung der Rechte der Aktionäre.

#### *Verwaltungsrat*

Die jährliche Vergütung an die Mitglieder des Verwaltungsrates erfolgt zum Teil durch Übertragung von Nestlé-Aktien. Diese Aktien unterliegen einer zweijährigen Blockierungsperiode.

Es ergeben sich aus diesem Plan weder zusätzliche Kosten für die Gruppe noch eine Verwässerung der Rechte der Aktionäre.

#### **Passive Rechnungsabgrenzungsposten**

Sie enthalten bereits eingegangene Erträge, die das folgende Geschäftsjahr betreffen, sowie Aufwendungen für das laufende Geschäftsjahr, die erst zu einem späteren Zeitpunkt bezahlt werden.

#### **Dividenden**

In Übereinstimmung mit den gesetzlichen Bestimmungen in der Schweiz und mit den Statuten werden die Dividenden in dem Geschäftsjahr, in dem sie von der Generalversammlung angenommen und anschliessend bezahlt werden, als Gewinnverwendung behandelt und nicht dem Geschäftsjahr belastet, auf das sie sich beziehen.

#### **Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen**

Dies sind Verbindlichkeiten und Forderungen, deren Existenz durch das Eintreten von künftigen Ereignissen noch zu bestätigen ist. Sie werden im Anhang ausgewiesen.

#### **Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Die Buchwerte der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag werden angepasst, falls berücksichtigungspflichtige Ereignisse nach dem Bilanzstichtag diese Werte beeinflussen.

Solche Anpassungen erfolgen bis zum Datum der Genehmigung der Konzernrechnung durch den Verwaltungsrat.

Andere, nicht zu berücksichtigende Ereignisse werden im Anhang ausgewiesen.

#### **Änderungen von Grundsätzen der Rechnungslegung und Veränderung des Konsolidierungskreises**

##### **Änderungen von Grundsätzen der Rechnungslegung**

Die Gruppe hat den Standard IAS 39 «Finanzinstrumente – Ansatz und Bewertung» ab 1. Januar 2001 eingeführt; dessen Einfluss auf die Konzernrechnung erscheint in der Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals.

##### **Veränderung des Konsolidierungskreises**

Der Konsolidierungskreis wurde durch die Erwerbungen und Veräusserungen des Jahres 2001 verändert. Die wichtigsten Aktivitäten sind folgende:

##### **Voll konsolidiert**

Zugang:

Ralston Purina, USA, Produkte für Heimtiere, 100% (Dezember)

Ice Cream Partners, USA, Kauf des 50% Anteils von Pillsbury (Dezember); diese Gesellschaft war bis Dezember 2001 quotenkonsolidiert

Aquacool, USA, Grossbritannien und Frankreich, Wasser (Haus- und Büro-Lieferdienst), 100% (Dezember)

Veräusserungen:

David & Sons, USA, Snacks (Dezember)

Gebr. Jung, Deutschland, Backmittel (Juni)

##### **Nach Equity-Methode konsolidiert**

Erhöhung der Beteiligung:

Dreyer's, USA, Speiseeis, von 21,8% auf 24% (August)

Veräusserung:

Mineralbrunnen Überkingen-Teinach, Deutschland, Mineralwasser (August)

# Anmerkungen

## 1. Segmentinformationen

### Nach Verantwortungsbereichen und geografischen Regionen

In Millionen CHF	2001	2000	2001	2000
	Umsatz		Ergebnis	
Zone Europa	<b>26 742</b>	26 285	<b>2 783</b>	2 753
Zone Nord- und Südamerika	<b>26 598</b>	25 524	<b>3 531</b>	3 503
Zone Asien, Ozeanien und Afrika	<b>15 458</b>	15 710	<b>2 598</b>	2 673
Andere Aktivitäten <sup>(a)</sup>	<b>15 900</b>	13 903	<b>2 149</b>	2 015
	<b>84 698</b>	81 422	<b>11 061</b>	10 944
Nicht zugeteilt <sup>(b)</sup>			<b>(1 843)</b>	(1 758)
Betriebsergebnis			<b>9 218</b>	9 186

Die Analyse des Umsatzes nach geografischen Regionen erfolgt nach dem Bestimmungsort der Kunden. Verkäufe zwischen Segmenten sind nicht wesentlich.

In Millionen CHF	2001	2000	2001	2000
	Aktiven		Passiven	
Zone Europa	<b>12 508</b>	12 913	<b>5 384</b>	5 279
Zone Nord- und Südamerika	<b>10 991</b>	10 503	<b>3 675</b>	3 460
Zone Asien, Ozeanien und Afrika	<b>6 895</b>	6 897	<b>2 453</b>	2 591
Andere Aktivitäten <sup>(a)</sup>	<b>8 749</b>	7 860	<b>3 216</b>	2 896
	<b>39 143</b>	38 173	<b>14 728</b>	14 226
Nicht zugeteilt <sup>(c)</sup>	<b>30 419</b>	10 635	<b>1 160</b>	386
Eliminierungen	<b>(1 119)</b>	(849)	<b>(1 119)</b>	(849)
	<b>68 443</b>	47 959	<b>14 769</b>	13 763

In Millionen CHF	2001	2000	2001	2000
	Investitionen in Sachanlagen		Abschreibungen auf Sachanlagen	
Zone Europa	<b>954</b>	946	<b>806</b>	890
Zone Nord- und Südamerika	<b>747</b>	766	<b>695</b>	767
Zone Asien, Ozeanien und Afrika	<b>626</b>	550	<b>438</b>	481
Andere Aktivitäten <sup>(a)</sup>	<b>1 169</b>	949	<b>558</b>	519
	<b>3 496</b>	3 211	<b>2 497</b>	2 657
Nicht zugeteilt <sup>(d)</sup>	<b>115</b>	94	<b>84</b>	80
	<b>3 611</b>	3 305	<b>2 581</b>	2 737

<sup>a)</sup> Hauptsächlich pharmazeutische Produkte und Wasser, die weltweit verwaltet sind.

<sup>b)</sup> Hauptsächlich zentrale Verwaltungskosten, Forschungs- und Entwicklungskosten sowie Abschreibungen auf Goodwill.

<sup>c)</sup> Aktiven/Passiven der zentralen Verwaltung und der Forschung und Entwicklung, inklusive Goodwill sowie, in 2001, Aktiven/Passiven von Ralston Purina.

<sup>d)</sup> Sachanlagen der zentralen Verwaltung sowie Forschung und Entwicklung.

## Nach Produktgruppen

In Millionen CHF	2001	2000	2001	2000
	Umsatz		Ergebnis	
Getränke	<b>24 023</b>	23 044	<b>4 259</b>	4 318
Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis	<b>22 953</b>	21 974	<b>2 572</b>	2 620
Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere	<b>21 324</b>	20 632	<b>2 026</b>	1 948
Schokolade, Süßwaren und Biscuits	<b>11 244</b>	10 974	<b>1 234</b>	1 166
Pharmazeutische Produkte	<b>5 154</b>	4 798	<b>1 255</b>	1 212
	<b>84 698</b>	81 422	<b>11 346</b>	11 264
Nicht zugeteilt <sup>(a)</sup>			<b>(2 128)</b>	(2 078)
Betriebsergebnis			<b>9 218</b>	9 186

<sup>a)</sup> Hauptsächlich zentrale Verwaltungskosten, Forschungs- und Entwicklungskosten, Abschreibungen auf Goodwill und Restrukturierungskosten.

<sup>b)</sup> Ohne Aktiven von Ralston Purina.

In Millionen CHF	2001 <sup>(b)</sup>	2000
	Aktiven	
Getränke	<b>11 086</b>	10 654
Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis	<b>11 127</b>	11 215
Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere	<b>8 620</b>	8 980
Schokolade, Süßwaren und Biscuits	<b>6 347</b>	6 685
Pharmazeutische Produkte	<b>2 859</b>	2 589
	<b>40 039</b>	40 123

In Millionen CHF	2001	2000
	Investitionen in Sachanlagen	
Getränke	<b>1 062</b>	936
Milchprodukte, Ernährung und Speiseeis	<b>573</b>	530
Fertiggerichte, Produkte für die Küche und Produkte für Heimtiere	<b>460</b>	390
Schokolade, Süßwaren und Biscuits	<b>249</b>	250
Pharmazeutische Produkte	<b>99</b>	113
	<b>2 443</b>	2 219
Verwaltung, Verteilung, Forschung und Entwicklung	<b>1 168</b>	1 086
	<b>3 611</b>	3 305



## 2. Nettofinanzierungskosten

In Millionen CHF	2001	2000
Finanzertrag	890	614
Finanzaufwand	(1 297)	(1 360)
	(407)	(746)

Der Finanzertrag enthält CHF 41 Mio. (2000: CHF 31 Mio.) Gewinn aus zum Handel bestimmten Wertschriften.

## 3. Ausserbetrieblicher Ertrag/(Aufwand), netto

In Millionen CHF	2001	2000
<b>Ausserbetriebliche Aufwendungen</b>		
Verluste aus Veräusserungen von Sachanlagen	(31)	(19)
Verluste aus Veräusserungen von Aktivitäten	(25)	(32)
Rückstellungen für Rechtsfälle und andere Risiken	(59)	(205)
Wertbeeinträchtigungen von Sachanlagen	(222)	(223)
Wertbeeinträchtigungen von Goodwill	(184)	(230)
Übrige	(235)	(450)
	(756)	(1 159)
<b>Ausserbetriebliche Erträge</b>		
Gewinn aus Veräusserungen von Sachanlagen	26	57
Gewinn aus Veräusserungen von Aktivitäten	343	546
Auflösung von Rückstellungen für Rechtsfälle und andere Risiken	34	73
Übrige	309	384
	712	1 060
Ausserbetrieblicher Ertrag/(Aufwand), netto	(44)	(99)

## 4. Kosten pro Kostenarten

Die folgenden Kosten werden in der Erfolgsrechnung, die nach dem Umsatzkostenverfahren dargestellt ist, auf die entsprechenden funktionellen Aufwandsposten aufgeteilt:

In Millionen CHF	2001	2000
Abschreibungen auf Sachanlagen	2 581	2 737
Löhne, Gehälter und Sozialaufwand	13 081	12 774
Honorare für Rechnungsprüfer	28	26
Kosten aus Mietverträgen	450	362
Kursdifferenzen	61	(55)

## 5. Steuern

In Millionen CHF	2001	2000
<b>Komponenten des Steueraufwandes</b>		
Laufende Ertragssteuern	2 167	2 395
Latente Steuern	(100)	(44)
Übertrag (von)/zu nicht bilanzierten Steueraktiven	15	2
Steuersatzänderungen auf latenten Steuern	12	(13)
Steuern aus Vorjahren	(79)	18
Steuern auf Bewegungen des Eigenkapitals	(3)	–
Übrige Steuern <sup>(a)</sup>	417	403
	<b>2 429</b>	<b>2 761</b>
<b>Latente Steuern gemäss Ursprung der Differenzen</b>		
Sachanlagen	9	20
Goodwill und immaterielle Werte	38	33
Vorsorgeverpflichtungen	(51)	(68)
Vorräte, Forderungen, Lieferanten und Rückstellungen	(126)	(148)
Nicht verwendete Steuerverluste und Steuerguthaben	(56)	44
Übrige	86	75
	<b>(100)</b>	<b>(44)</b>
<b>Erläuterung zum Steueraufwand</b>		
Ertragssteuern auf den Ergebnissen der steuerlichen Einheiten		
berechnet zum theoretisch anwendbaren Steuersatz	2 235	2 390
Auswirkung der nicht steuerwirksamen Abschreibungen		
auf Goodwill	183	165
Auswirkung anderer nicht steuerwirksamer Elemente	(299)	(168)
Übertrag (von)/zu nicht bilanzierten Steueraktiven	15	2
Steuersatzdifferenzen	(43)	(49)
Übrige Steuern <sup>(a)</sup>	338	421
	<b>2 429</b>	<b>2 761</b>

<sup>(a)</sup> Inklusiv Quellensteuern auf Überweisungen von Tochtergesellschaften.

## 6. Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften

In Millionen CHF	2001	2000
Anteil am Ergebnis vor Steuern	763	605
Abzüglich: Anteil an den Steuern	(228)	(210)
Anteil am Ergebnis nach Steuern	535	395

## 7. Gewinn pro Aktie

	2001	2000
		(a)
Basisgewinn pro Aktie, in CHF	17.25	14.91
Reingewinn gemäss Erfolgsrechnung (in Millionen CHF)	6 681	5 763
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl Aktien im Umlauf	387 369 846	386 527 830
Voll verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	17.14	14.78
Theoretischer Gewinn in der Annahme, dass sämtliche bestehenden Optionen ausgeübt und alle eigenen Aktien verkauft worden wären (in Millionen CHF)	6 918	5 963
Anzahl Aktien	403 520 000	403 520 000

(a) Nach dem Aktien-split angepasst

**8. Flüssige Mittel**

In Millionen CHF	2001	2000
<b>Zahlungsmittel</b>		
Barmittel	2 094	1 778
Andere Zahlungsmittel	5 523	3 673
	<b>7 617</b>	5 451
<b>Andere flüssige Mittel</b>		
Kurzfristige Geldanlagen	106	326
Marktgängige Wertschriften und übrige	8 319	4 354
	<b>8 425</b>	4 680
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>16 042</b>	10 131

Flüssige Mittel sind hauptsächlich in folgenden Währungen ausgestellt:

In Millionen CHF	2001	2000
USD	7 028	3 307
EUR	2 898	2 779
CHF	4 471	2 756
Andere	1 645	1 289
	<b>16 042</b>	10 131

Zinssätze sind wie folgt:

In Millionen CHF	2001	2000
auf USD	3,2%	6,7%
auf EUR	3,9%	4,8%
auf CHF	2,8%	2,8%

Alle flüssigen Mittel haben eine Laufzeit von bis zu einem Jahr.

Flüssige Mittel sind wie folgt aufgeteilt:

In Millionen CHF	2001	2000
Zur Veräußerung verfügbar	15 382	(a)
Zu Handelszwecken gehalten	660	
	<b>16 042</b>	

<sup>(a)</sup> Angaben nicht verfügbar.

**9. Forderungen aus Warenlieferungen und andere Forderungen**

In Millionen CHF	2001	2000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11 011	10 361
Andere Forderungen	3 063	2 324
	<b>14 074</b>	12 685
Nach Abzug einer Delkredere-Rückstellung von	514	515
Inbegriffen Forderungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr	37	85

**10. Vorräte**

In Millionen CHF	2001	2000
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie unfertige Erzeugnisse	2 965	2 806
Fertige Erzeugnisse	4 909	4 556
Rückstellung	(183)	(194)
	<b>7 691</b>	7 168

Vorräte im Wert von CHF 74 Mio. (2000: CHF 73 Mio.) sind als Sicherheit für finanzielle Verbindlichkeiten verpfändet.

## 11. Derivative Vermögenswerte

<sup>(a)</sup> Vorjahreszahlen wurden nicht an IAS 39 angepasst. Fair-Value-Absicherungen wurden im Allgemeinen bilanziert, während Cash-Flow-Hedges im Anhang ausgewiesen wurden.

In Millionen CHF	2001		2000 <sup>(a)</sup>	
	Wieder- beschaffungs- werte	Kontrakt- oder Nominalwerte	Wieder- beschaffungs- werte	Kontrakt- oder Nominalwerte
<b>Fair-Value-Absicherungen</b>				
Devisenbezogene				
Termingeschäfte und Swaps	<b>41</b>	<b>2 256</b>	175	8 100
Zinssatz-Swaps	<b>34</b>	<b>677</b>	80	1 852
Zinssatz- und Währungsswaps	<b>293</b>	<b>2 548</b>	157	1 972
<b>Cash-Flow-Absicherungen</b>				
Devisenbezogene				
Termingeschäfte und Swaps	<b>70</b>	<b>926</b>	31	921
Devisenoptionen	<b>1</b>	<b>40</b>	2	192
Zinssatz-Swaps	<b>11</b>	<b>644</b>	—	—
Zinssatz- und Währungsswaps	<b>3</b>	<b>294</b>	—	—
Zins-Forwards und -Futures	<b>—</b>	<b>—</b>	1	45
Zinssatz-Optionen	<b>1</b>	<b>37</b>	—	—
Rohstofftermingeschäfte	<b>47</b>	<b>286</b>	3	126
Rohstoffoptionen	<b>3</b>	<b>66</b>	—	—
<b>Absicherungen von Netto- auslandinvestitionen (Darlehen)</b>				
	<b>33</b>	<b>172</b>	—	—
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>				
Währungsbezogen	<b>28</b>	<b>642</b>	5	2 001
Zinsbezogen	<b>42</b>	<b>2 246</b>	—	—
Rohstoffbezogen	<b>2</b>	<b>64</b>	—	—
	<b>609</b>	<b>10 898</b>	454	15 209

Derivative Vermögenswerte lauten auf folgende Währungen:

In Millionen CHF	2001	2000
		(a)
USD	162	
EUR	56	
GBP	99	
JPY	88	
AUD	92	
Andere	112	
	609	

(a) Angaben nicht verfügbar.

Auf Cash-Flow-Absicherungen bezogene derivative Vermögenswerte haben folgende Fälligkeiten:

In Millionen CHF	2001	2000
		(a)
Im Lauf des ersten Jahres	66	
Im Lauf des zweiten Jahres	9	
Im Lauf des dritten bis zum fünften Jahr	56	
Nach dem fünften Jahr	5	
	136	

Andere derivative Vermögenswerte haben folgende Fälligkeiten:

In Millionen CHF	2001	2000
		(a)
Im Lauf des ersten Jahres	104	
Im Lauf des zweiten Jahres	91	
Im Lauf des dritten bis zum fünften Jahr	275	
Nach dem fünften Jahr	3	
	473	

## 12. Sachanlagen

In Millionen CHF

2001

2000

	Grund- stücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Werkzeuge, Fahrzeuge	Total	Total
<b>Bruttowert</b>						
Am 1. Januar	11 977	24 261	6 471	810	<b>43 519</b>	44 014
Kursänderungen und Infla- tionsberichtigungen	(406)	(899)	(241)	(33)	<b>(1 579)</b>	(1 346)
Zugänge	754	1 913	826	118	<b>3 611</b>	3 305
Abgänge	(248)	(940)	(474)	(127)	<b>(1 789)</b>	(1 962)
Veränderung des Konsoli- dierungskreises	413	787	84	47	<b>1 331</b>	(492)
Am 31. Dezember	12 490	25 122	6 666	815	<b>45 093</b>	43 519
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>						
Am 1. Januar	(4 292)	(15 558)	(4 503)	(541)	<b>(24 894)</b>	(24 796)
Kursänderungen und Infla- tionsberichtigungen	173	642	184	26	<b>1 025</b>	885
Abschreibungen	(354)	(1 449)	(683)	(95)	<b>(2 581)</b>	(2 737)
Wertbeeinträchtigungen	(94)	(120)	(8)	—	<b>(222)</b>	(223)
Abgänge	77	835	445	108	<b>1 465</b>	1 556
Veränderung des Konsoli- dierungskreises	(10)	43	3	(24)	<b>12</b>	421
Am 31. Dezember	(4 500)	(15 607)	(4 562)	(526)	<b>(25 195)</b>	(24 894)
<b>Nettowert am 31. Dezember</b>	<b>7 990</b>	<b>9 515</b>	<b>2 104</b>	<b>289</b>	<b>19 898</b>	18 625

Die im Bau befindlichen Sachanlagen belaufen sich am 31. Dezember 2001 auf CHF 297 Mio. (2000: CHF 158 Mio.). Der Nettowert der durch langfristige Leasingverträge finanzierten Anlagen beträgt am 31. Dezember 2001 CHF 313 Mio. (2000: CHF 255 Mio.). Sachanlagen im Wert von CHF 120 Mio. (2000: CHF 147 Mio.) sind als Sicherheit für finanzielle Verbindlichkeiten verpfändet.

Die Feuerrisiken sind vorsichtig geschätzt und, unter Berücksichtigung von lokalen Besonderheiten, versichert worden.



### 13. Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften

Diese Rubrik enthält vor allem die indirekte Beteiligung von 26,3% an L'Oréal, Paris, mit einem Anteil am Nettovermögen von CHF 2136 Mio. (2000: CHF 1986 Mio.). Der Börsenwert per 31. Dezember 2001 beträgt CHF 21 275 Mio. (2000: CHF 24 689 Mio.).

### 14. Übrige Finanzlagen

In Millionen CHF	2001	2000
		(a)
Zur Veräußerung verfügbar	2 642	
Bis zur Endfälligkeit zu halten	243	
	<b>2 885</b>	2 386

(a) Angaben nicht verfügbar.

Übrige Finanzanlagen sind in folgenden Währungen ausgestellt:

In Millionen CHF	2001	2000
		(a)
USD	2 312	
EUR	80	
CHF	355	
Andere	138	
	<b>2 885</b>	2 386

Übrige Finanzanlagen haben folgende Fälligkeiten:

In Millionen CHF	2001	2000
		(a)
Im Lauf des zweiten Jahres	353	
Im Lauf des dritten bis zum fünften Jahr	193	
Nach dem fünften Jahr	862	
Eigenkapitalinstrumente	1 477	
	<b>2 885</b>	2 386

**15. Goodwill**

In Millionen CHF	2001	2000
<b>Bruttowert</b>		
Am 1. Januar	<b>9 674</b>	6 472
Kursänderungen	<b>(73)</b>	(126)
Goodwill aus Erwerbungen	<b>18 193</b>	3 395
Abgänge	<b>(116)</b>	—
Übrige	<b>(45)</b>	(67)
Am 31. Dezember	<b>27 633</b>	9 674
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>		
Am 1. Januar	<b>(1 772)</b>	(1 214)
Kursänderungen	<b>25</b>	19
Abschreibungen	<b>(494)</b>	(414)
Wertbeeinträchtigungen	<b>(184)</b>	(230)
Übrige	<b>45</b>	67
Am 31. Dezember	<b>(2 380)</b>	(1 772)
<b>Netto am 31. Dezember</b>	<b>25 253</b>	7 902

**16. Immaterielle Werte**

In Millionen CHF				<b>2001</b>	2000
	Geistige Besitz- rechte	Betriebs- rechte und übrige	Informations- systeme (MIS)	Total	Total
<b>Bruttowert</b>					
Am 1. Januar	107	809	389	<b>1 305</b>	1 066
Kursänderungen	5	—	(1)	<b>4</b>	(6)
Zugänge	95	7	186	<b>288</b>	188
Abgänge	(7)	(54)	(11)	<b>(72)</b>	(2)
Veränderung des Konsolidierungskreises	(12)	2	1	<b>(9)</b>	59
Übrige	195	(160)	4	<b>39</b>	—
Am 31. Dezember	383	604	568	<b>1 555</b>	1 305
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>					
Am 1. Januar	(20)	(259)	(210)	<b>(489)</b>	(324)
Kursänderungen	(1)	(4)	2	<b>(3)</b>	(17)
Abschreibungen	(23)	(63)	(64)	<b>(150)</b>	(179)
Abgänge	1	13	8	<b>22</b>	—
Veränderung des Konsolidierungskreises	—	—	—	<b>—</b>	31
Übrige	(33)	—	(4)	<b>(37)</b>	—
Am 31. Dezember	(76)	(313)	(268)	<b>(657)</b>	(489)
Netto am 31. Dezember	307	291	300	<b>898</b>	816

**17. Lieferanten und andere Verbindlichkeiten**

In Millionen CHF	2001	2000
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6 667	6 170
Andere Verbindlichkeiten	3 837	3 831
	<b>10 504</b>	10 001

**18. Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten**

In Millionen CHF	2001	2000
Kommerzielle Schuldverschreibungen («Commercial Paper»)	19 861	3 106
Vorschüsse auf Kontokorrent	1 270	1 751
Andere kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	3 888	2 821
	<b>25 019</b>	7 678
Kurzfristiger Teil der mittel- und langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten"	467	698
	<b>25 486</b>	8 376

Die oben erwähnten finanziellen Verbindlichkeiten lauten auf folgende Währungen:

In Millionen CHF	2001	2000
USD	19 572	2 848
EUR	1 024	1 759
GBP	436	419
Andere	4 454	3 350
	<b>25 486</b>	8 376

Zinssätze sind wie folgt:

	2001	2000
auf USD	4,1%	6,5%
auf EUR	4,5%	5,0%
auf GBP	4,9%	5,9%

Der Wiederbeschaffungswert von kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten weicht nicht wesentlich vom Buchwert ab.

**19. Derivative Verbindlichkeiten**

In Millionen CHF	2001		2000 <sup>(a)</sup>	
	Wieder- beschaffungs- werte	Kontrakt- oder Nominalwerte	Wieder- beschaffungs- werte	Kontrakt- oder Nominalwerte
<b>Fair-Value-Absicherungen</b>				
Devisenbezogene				
Termingeschäfte und Swaps	<b>27</b>	<b>1 752</b>	85	2 814
Devisenoptionen	—	<b>42</b>	6	1 712
Zinssatz-Swaps	<b>44</b>	<b>851</b>	123	5 161
Zinssatz- und Währungsswaps	<b>80</b>	<b>459</b>	228	1 402
<b>Cash-Flow-Absicherungen</b>				
Devisenbezogene				
Termingeschäfte und Swaps	<b>46</b>	<b>1 105</b>	14	795
Devisenoptionen	—	<b>1</b>	1	70
Zinssatz-Swaps	<b>56</b>	<b>3 762</b>	—	—
Zinssatz- und Währungsswaps	<b>1</b>	—	—	—
Zinssatz-Forwards und -Futures	<b>2</b>	<b>635</b>	2	1 769
Zinssatz-Optionen	<b>4</b>	<b>217</b>	1	227
Rohstofftermingeschäfte	<b>44</b>	<b>210</b>	13	186
Rohstoffoptionen	<b>5</b>	<b>29</b>	1	19
<b>Absicherungen von Netto- auslandinvestitionen (Darlehen)</b>				
	<b>36</b>	<b>1 673</b>	—	—
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>				
Währungsbezogen	<b>12</b>	<b>1 331</b>	2	183
Zinsbezogen	<b>21</b>	<b>1 942</b>	2	402
Rohstoffbezogen	<b>5</b>	<b>30</b>	1	21
	<b>383</b>	<b>14 039</b>	479	14 761

<sup>(a)</sup> Vorjahreszahlen wurden nicht an IAS 39 angepasst. Fair-Value-Absicherungen wurden im Allgemeinen bilanziert, während Cash-Flow-Hedges im Anhang ausgewiesen wurden.

		Derivative Verbindlichkeiten lauten auf folgende Währungen:	
		2001	2000
		(a)	
(a) Angaben nicht verfügbar.	In Millionen CHF		
	USD	<b>185</b>	
	EUR	<b>51</b>	
	GBP	<b>15</b>	
	Andere	<b>132</b>	
		<b>383</b>	
		Auf Cash-Flow-Absicherungen bezogene derivative Verbindlichkeiten haben folgende Fälligkeiten:	
		2001	2000
		(a)	
	In Millionen CHF		
	Im Lauf des ersten Jahres	<b>84</b>	
	Im Lauf des zweiten Jahres	<b>12</b>	
	Im Lauf des dritten bis zum fünften Jahr	<b>62</b>	
		<b>158</b>	
		Andere derivative Verbindlichkeiten haben folgende Fälligkeiten:	
		2001	2000
		(a)	
	In Millionen CHF		
	Im Lauf des ersten Jahres	<b>163</b>	
	Im Lauf des zweiten Jahres	<b>—</b>	
	Im Lauf des dritten bis zum fünften Jahr	<b>55</b>	
	Nach dem fünften Jahr	<b>7</b>	
		<b>225</b>	

## 20. Mittel- und langfristige finanzielle Verbindlichkeiten

In Millionen CHF	2001	2000
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1 315	1 442
Obligationenanleihen	8 783	3 783
Leasingverträge	315	241
	<b>10 413</b>	5 466
Kurzfristiger Anteil	(467)	(698)
	<b>9 946</b>	4 768

Die mittel- und langfristigen Verbindlichkeiten sind wie folgt fällig:

In Millionen CHF	2001	2000
Im Lauf des zweiten Jahres	900	575
Im Lauf des dritten bis zum fünften Jahr	5 432	4 080
Nach dem fünften Jahr	3 614	113
	<b>9 946</b>	4 768

Die oben erwähnten finanziellen Verbindlichkeiten lauten auf folgende Währungen:

In Millionen CHF	2001	2000
USD	7 917	3 045
EUR	1 523	778
CHF	15	364
GBP	—	303
Andere	491	278
	<b>9 946</b>	4 768

Jährliche Zinssätze sind wie folgt:

	2001	2000
auf USD	3,8%	7,0%
auf EUR	4,8%	4,5%
auf GBP	5,0%	5,9%

Der Wiederbeschaffungswert von mittel- und langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten beträgt CHF 9970 Mio. Die effektiven Zinssätze von Obligationenanleihen ist nachfolgend angegeben. Die effektiven Zinssätze von übrigen mittel- und langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten weichen nicht wesentlich von deren nominalen Zinssätzen ab.

Durch Fair-Value-Hedges abgesicherte Obligationenanleihen werden zu Wiederbeschaffungswerten, nicht abgesicherte zu Anschaffungskosten bewertet.

In Millionen CHF					2001	2000
Nominal- betrag in Millionen	Zinssätze		Laufzeit			
	Nominal	Effektiv				
<b>Obligationen der Nestlé Holdings, Inc., USA</b>						
CHF 300	6,75%	6,62%	1992–2002	Durch Zinssatz- und Währungs-Swaps in eine Verbindlichkeit in USD zu variablen Zinssätzen umgewandelt.	304	374
USD 250	7,38%	7,38%	1995–2005		419	409
DEM 500	5,13%	—	1996–2001	Wurde durch Zinssatz- und Währungs-Swaps in eine Verbindlichkeit in USD zu variablen Zinssätzen umgewandelt.	—	543
USD 250	5,63%	5,64%	1998–2003	Durch Zinssatz-Swap in eine Verbindlichkeit zu variablem Zinssatz umgewandelt.	433	410
USD 300	3,00%	7,48%	2000–2005	Obligationenanleihe mit Warrants auf Aktien (SWANS, Stock Warrants and Applicable Note Securities). Die mit dieser Emission verbundenen Warrants berechtigen zum Erwerb von Aktien der Nestlé AG. Die Anleihe (Verbindlichkeiten-Anteil) wurde ursprünglich für USD 249 Mio. verbucht, während die Prämie auf der Emission der Warrants von USD 51 Mio. auf Eigenkapital verbucht wurde.	439	412
USD 700	0,00%	6,15%	2001–2008	Turbo Zero Equity-Link Emmission mit Warrants auf Nestlé-AG-Aktien. Die Anleihe (Verbindlichkeiten-Anteil) wurde ursprünglich für USD 451 Mio. verbucht, während die Prämie auf der Emission der Warrants von USD 123 Mio. auf Eigenkapital verbucht wurde. Die Anleger haben das Recht, die Anleihe gegenüber Nestlé Holdings, Inc. und die Warrants gegenüber Nestlé AG zu deren Zuwachswert Ende 2003 und 2006 auszuüben.	796	—
USD 650	3,50%	3,79%	2001–2005	Teilweise durch Zinssatz-Swaps in eine Verbindlichkeit zu variablen Zinssätzen umgewandelt.	1 055	—
USD 300	5,13%	5,19%	2001–2007		501	—



In Millionen CHF						2001	2000
Nominal-							
betrag in							
Millionen	Zinssätze		Laufzeit				
	Nominal	Effektiv					
<b>Obligationen der Nestlé Purina PetCare Company, USA</b> (Nominalbeträge verstehen sich nach Teilrückzahlungen)							
USD 128	9,25%	9,50%	1989–2009			263	—
USD 170	7,75%	7,84%	1995–2015			326	—
USD 141	9,30%	9,42%	1991–2021			315	—
USD 208	8,63%	8,72%	1992–2022			439	—
USD 147	8,13%	8,27%	1993–2023			298	—
USD 196	7,88%	8,05%	1995–2025			388	—
<b>Obligationen der Nestlé Finance-France S.A., Frankreich</b>							
ZAR 100	12,50%	13,07%	2000–2005	Durch Zinssatz-Swap in eine Verbindlichkeit zu variablem Zinssatz umgewandelt und einer Südafrikanischen Tochtergesellschaft ausgeliehen.		14	25
ZAR 100	11,00%	11,52%	2001–2006	Durch Zinssatz-Swap in eine Verbindlichkeit zu variablem Zinssatz umgewandelt und einer Südafrikanischen Tochtergesellschaft ausgeliehen.		14	—
<b>Obligationen der Nestlé Holdings (U.K.) PLC, Grossbritannien</b>							
USD 250	5,00%	5,07%	1998–2003	Durch Zinssatz- und Währungs-Swap in eine Verbindlichkeit in GBP zu variablem Zinssatz umgewandelt.		431	367
EUR 300	4,75%	4,75%	2001–2005	Durch Zinssatz- und Währungs-Swap in eine Verbindlichkeit in GBP zu variablem Zinssatz umgewandelt.		462	—
USD 300	5,25%	5,35%	2001–2006	Durch Zinssatz- und Währungs-Swap in eine Verbindlichkeit in GBP zu variablem Zinssatz umgewandelt.		518	—

In Millionen CHF				2001	2000	
Nominal-						
betrag in						
Millionen	Zinssätze		Laufzeit			
	Nominal	Effektiv				
<b>Obligation der Nestlé Australia Ltd., Australien</b>						
USD 250	1,25%	6,07%	1998–2005	In Aktien der Nestlé AG konvertierbar, jedoch durch einen Aktien-, Zinssatz- und Währungs-Swap, der den Schuldner von der Konversions-Verpflichtung befreit, in eine normale Verbindlichkeit in AUD zu variablem Zinssatz umgewandelt.	415	342
<b>Obligation der Nestlé Capital Canada, Ltd., Kanada</b>						
USD 200	5,50%	5,47%	1999–2004	Durch Zinssatz- und Währungs-Swap in eine Verbindlichkeit in CAD zu variablem Zinssatz umgewandelt.	346	325
<b>Obligation der Nestlé Japan, Ltd., Japan</b>						
EUR 350	5,25%	5,31%	2000–2004	Durch Zinssatz- und Währungs-Swap in eine Verbindlichkeit in JPY zu variablen Zinssätzen umgewandelt.	537	505
<b>Verschiedene andere Obligationen</b>					70	71
Total					8 783	3 783
davon fällig vor Ablauf eines Jahres					(323)	(545)
Restlaufzeit von mehr als einem Jahr					8 460	3 238

Die durch Fair Value Hedges abgesicherten Obligationenanleihen sind zum Wiederbeschaffungswert von CHF 4529 Mio. erfasst, die betreffenden Absicherungsinstrumente für CHF 318 Mio. als derivative Vermögenswerte und für CHF 110 Mio. als derivative Verbindlichkeiten.

## 21. Vorsorgeverpflichtungen

### Nachweis der Bilanzpositionen

In Millionen CHF			2001	2000
	Leistungsorientierte Vorsorge- verpflichtungen	Krankheitskosten und andere Leistungen	Total	Total
Barwert der Ansprüche der Pläne mit ausgeschiedenem Vermögen	18 547	849	19 396	16 725
Vermögen zu Marktwerten	(19 507)	(166)	(19 673)	(19 201)
Unterdeckung/(Überdeckung) der Pläne mit ausgeschiedenem Vermögen	(960)	683	(277)	(2 476)
Barwert der Ansprüche der Pläne ohne ausgeschiedenes Vermögen	1 254	743	1 997	1 785
Nicht berücksichtigte nachzuerrechnende Ansprüche	—	(7)	(7)	(7)
Nicht berücksichtigter versicherungs- mathematischer Gewinn/(Verlust), netto	(1 338)	(28)	(1 366)	65
Nicht aktivierte Überdeckungen	1 198	—	1 198	2 566
Netto-Verpflichtungen aus leistungsorientierten Plänen	154	1 391	1 545	1 933
Verbindlichkeiten aus beitragsorientierten Plänen			849	621
Netto-Verbindlichkeiten			2 394	2 554
In der Bilanz wie folgt ausgewiesen:				
Überdeckung von Vorsorgeplänen			(1 392)	(306)
Vorsorgeverpflichtungen			3 786	2 860
Netto-Verbindlichkeiten			2 394	2 554

Das Vermögen der Pläne umfasst Liegenschaften, die von Tochtergesellschaften benützt werden, mit einem Marktwert von CHF 32 Mio. (2000: CHF 20 Mio.). Ende 2000 waren darin 1500 Nestlé-Aktien zum Marktwert von CHF 6 Mio. enthalten.

Die Abnahme der Überdeckung ergibt sich vor allem aus der tieferen effektiven Rendite auf Anlagen.

### Vorsorgeaufwand in der Erfolgsrechnung

In Millionen CHF		2001		2000
	Leistungsorientierte Vorsorge- verpflichtungen	Krankheitskosten und andere Leistungen	Total	Total
Zuwachs der Ansprüche	585	52	637	692
Beiträge Arbeitnehmer	(101)	—	(101)	(111)
Zinsaufwand	969	63	1 032	1 025
Erwartete Erträge aus Planvermögen	(1 421)	(15)	(1 436)	(1 507)
Amortisation versicherungsmathematischer Gewinne/Verluste	3	—	3	(1)
Auswirkung von Frühpensionierungen, Kürzungen und Teilbeendigungen	(12)	—	(12)	(5)
Nachzuverrechnende Ansprüche	34	6	40	21
Übertrag (von)/auf nicht aktivierte Überdeckungen	336	—	336	322
Aufwand für leistungsorientierte Pläne	393	106	499	436
Aufwand für beitragsorientierte Pläne			310	281
Effektive Erträge/(Verluste) aus Planvermögen			(1 448)	134

Der Aufwand für leistungsorientierte und beitragsorientierte Pläne wird auf die entsprechenden funktionellen Aufwandsposten der Erfolgsrechnung aufgeteilt.

Der Übertrag von/auf nicht aktivierte Überdeckungen entspricht der überschüssigen Rendite von Plänen, deren Überdeckung nicht aktivierbar ist, sowie dem Teil der Beitragzahlungen an solche Pläne, der die Kosten übersteigt.

**Nachweis der Netto-Verbindlichkeit der leistungsorientierten Pläne in der Bilanz**

In Millionen CHF			<b>2001</b>	2000
	Leistungsorientierte Vorsorge- verpflichtungen	Krankheitskosten und andere Leistungen	Total	Total
Am 1. Januar	1 206	727	<b>1 933</b>	2 143
Kursänderungen	(72)	2	<b>(70)</b>	(83)
Aufwand in der Erfolgsrechnung	393	106	<b>499</b>	436
Beiträge	(387)	—	<b>(387)</b>	(308)
Ausgezahlte Leistungen	(93)	(44)	<b>(137)</b>	(195)
Veränderung des Konsolidierungskreises	(912)	595	<b>(317)</b>	35
Übertrag von/(auf) beitragsorientierte Pläne	19	5	<b>24</b>	(95)
Am 31. Dezember	154	1 391	<b>1 545</b>	1 933

### Versicherungstechnische Annahmen der wichtigsten Pläne

Am 31. Dezember	2001	2000
<b>Diskontsätze</b>		
Europa	<b>4–6%</b>	4–6,25%
Nord- und Südamerika	<b>3–15,5%</b>	7–18,5%
Asien, Ozeanien und Afrika	<b>3–15%</b>	3–14%
<b>Erwartete langfristige Rendite auf Anlagen</b>		
Europa	<b>6–7,25%</b>	5,3–8%
Nord- und Südamerika	<b>6–13%</b>	8–13,5%
Asien, Ozeanien und Afrika	<b>4–14%</b>	4–14%
<b>Erwartete Lohnentwicklung</b>		
Europa	<b>2–4%</b>	2–4,5%
Nord- und Südamerika	<b>1–12%</b>	3,5–13%
Asien, Ozeanien und Afrika	<b>1–13%</b>	0,5–11%
<b>Erwartete Rentenentwicklung</b>		
Europa	<b>1,25–2,5%</b>	1,25–3,5%
Nord- und Südamerika	<b>1–12%</b>	1–13%
Asien, Ozeanien und Afrika	<b>0,5–9%</b>	0,5–9%
<b>Entwicklung der Krankheitskosten</b>		
Nord- und Südamerika	<b>5–10%</b>	4–5%
<b>Durchschnittliche zukünftige Beschäftigungsdauer (in Jahren)</b>		
Europa	<b>11–22</b>	11–23
Nord- und Südamerika	<b>9–30</b>	9–26
Asien, Ozeanien und Afrika	<b>11–27</b>	11–27

## 22. Kapitalbeteiligungsplan und Vergütungen an den Verwaltungsrat und die Konzernleitung

### Kapitalbeteiligungsplan

Nachstehend die Bewegung und der Verfall der Optionsrechte im Besitz von Mitgliedern der Geschäftsleitung (inklusive Konzernleitung):

#### Bewegung der Optionsrechte

In Millionen CHF	2001		2000 <sup>(a)</sup>	
	Anzahl Rechte	Wert der Aktien	Anzahl Rechte	Wert der Aktien
Ausstehend am 1. Januar	<b>939 310</b>	<b>243</b>	93 009	178
davon bezugsberechtigt	<b>179 220</b>		47 478	
Neue Optionsrechte	<b>1 338 806</b>	<b>459</b>	43 150	122
Ausgeübte Rechte <sup>(b)</sup>	<b>(79 930)</b>	<b>(13)</b>	(41 403)	(55)
Verfallene Optionen	<b>(6 720)</b>	<b>(2)</b>	(825)	(2)
Ausstehend am 31. Dezember	<b>2 191 466</b>	<b>687</b>	93 931	243
davon bezugsberechtigt	<b>427 260</b>		17 922	

<sup>(a)</sup> Vor dem Aktiensplit.

<sup>(b)</sup> Durchschnittlicher Preis CHF 165.65 (2000: CHF 1323.62).

Die Bezugsrechte können das ganze Jahr ausgeübt werden, unter Berücksichtigung des Plan-Reglementes.

Die Zunahme der zugeteilten neuen Bezugsrechte in 2001 ergibt sich aus der Ausweitung der Anzahl von Planbegünstigten (von 199 auf 879 Teilnehmer).

#### Verfall der Optionsrechte

	2001		2000 <sup>(a)</sup>	
	Anzahl	Optionspreis	Anzahl	Optionspreis
Ein Jahr	<b>8 640</b>	<b>CHF 149.80</b>	70	CHF 1 261
Zwei Jahre	<b>90 650</b>	<b>CHF 230.30</b>	7 193	CHF 1 498
Drei Jahre	—	—	10 659	CHF 2 303
Vier Jahre	<b>327 970</b>	<b>CHF 260.90</b>	—	—
Fünf Jahre	<b>425 400</b>	<b>CHF 281.90</b>	—	—
Sechs Jahre	—	—	33 019	CHF 2 609
Sieben Jahre	<b>1 338 806</b>	<b>CHF 343.20</b>	42 990	CHF 2 819
<b>Total</b>	<b>2 191 466</b>		93 931	

Der Optionspreis entspricht dem durchschnittlichen Preis der 10 letzten Handelstage vom Januar des Zuteilungsjahres.

**Vergütungen an den Verwaltungsrat und die Konzernleitung**

	2001		2000	
	Anzahl	CHF Mio.	Anzahl	CHF Mio.
<b>Verwaltungsrat</b>				
Vergütung		4		5
Warrants		—	1 341 500 <sup>(a)</sup>	2
Aktien	5 842	2	—	—
Optionen	—		95 590 <sup>(b)</sup>	
<b>Konzernleitung</b>				
Gehälter		9		8
Erfolgsprämie		7		4
Optionen	91 370		61 240 <sup>(b)</sup>	
<b>Total</b>		<b>22</b>		<b>19</b>

<sup>(a)</sup> Entspricht 26 830 Aktien zu einem Optionspreis von CHF 360.–<sup>(b)</sup>.

<sup>(b)</sup> Nach dem Aktiensplit.

**Verwaltungsrat**

Die Mitglieder des Verwaltungsrats erhalten eine jährliche Vergütung von je CHF 263 000, die Mitglieder des Verwaltungsrats-Ausschusses erhalten zusätzlich je CHF 200 000. Die Mitglieder des Kontroll-Ausschusses erhalten zusätzlich je CHF 25 000. Zudem erhalten die Verwaltungsräte eine jährliche Kostenvergütung von je CHF 15 000. Der Präsident des Verwaltungsrates erhält zusätzlich ein Gehalt und eine Erfolgsprämie.

50% der Vergütung an die Mitglieder des Verwaltungsrates und die gesamte zusätzliche Vergütung an die Mitglieder des Verwaltungsrats-Ausschusses werden durch Übertragung von Nestlé-Aktien bezahlt, bewertet zum Ex-Dividende-Schlusskurs am Tag der Dividendenzahlung. Diese Aktien können während zweier Jahre nicht verkauft werden.

**Konzernleitung**

Die jährliche Vergütung der Mitglieder der Konzernleitung setzt sich zusammen aus einem Gehalt, einer Erfolgsprämie (basiert auf individuellem Leistungsausweis und auf der Realisierung der Ziele der Gruppe) und Optionsrechten für Aktien.

**23. Latente Steuern**

In Millionen CHF	2001	2000
<b>Aktive latente Steuern gemäss Ursprung der temporären Differenzen</b>		
Sachanlagen	154	40
Immaterielle Werte	157	190
Vorsorgeverpflichtungen	1 044	957
Vorräte, Forderungen, Verbindlichkeiten und Rückstellungen	1 433	894
Nicht verwendete Steuerverluste und Steuerguthaben	89	71
Übrige	596	300
	<b>3 473</b>	<b>2 452</b>



In Millionen CHF **2001** 2000

#### Passive latente Steuern gemäss Ursprung der temporären Differenzen

Sachanlagen	<b>1 068</b>	907
Immaterielle Werte	<b>94</b>	44
Vorsorgeverpflichtungen	<b>499</b>	105
Vorräte, Forderungen, Verbindlichkeiten und Rückstellungen	<b>110</b>	130
Übrige	<b>1 085</b>	247
	<b>2 856</b>	1 433
<b>Nettowert</b>	<b>617</b>	1 019

Wie folgt in der Bilanz dargestellt:

Aktive latente Steuern	<b>1 918</b>	2 569
Passive latente Steuern	<b>1 301</b>	1 550
<b>Nettowert</b>	<b>617</b>	1 019

Nicht berücksichtigte temporäre Differenzen:

auf Investitionen in Tochtergesellschaften (steuerbarer Zeitunterschied)	<b>7 357</b>	5 815
auf nicht verwendeten Steuerverlusten, Steuer Guthaben und übrige Differenzen	<b>1 467</b>	1 118

Nicht verwendete Steuerverluste verfallen zwischen 2 und 5 Jahren.

## 24. Rückstellungen

In Millionen CHF **2001** 2000

	Restruktu- rierung	Umwelt	Rechts- streit	Übrige	Total	Total
Am 1. Januar					<b>2 204</b>	2 289
Einführung von IAS 37					—	(132)
Angepasste Zahlen am 1. Januar	194	70	1 797	143	<b>2 204</b>	2 157
Kursänderungen	—	2	28	(6)	<b>24</b>	(1)
Bildung von Rückstellungen	129	3	75	78	<b>285</b>	445
Veränderung des Konsoli- dierungskreises	346	—	(8)	—	<b>338</b>	168
Verwendungen	(104)	(3)	(173)	(38)	<b>(318)</b>	(456)
Rückbuchung nicht verwendeter Beträge	(11)	(1)	(19)	(7)	<b>(38)</b>	(109)
Am 31. Dezember	554	71	1 700	170	<b>2 495</b>	2 204

## 25. Aktienkapital der Nestlé AG

	2001	2000
Anzahl der Namenaktien im Nennwert von je CHF 1.– (2000: CHF 10.–)	<b>403 520 000</b>	40 352 000
In Millionen CHF	<b>404</b>	404

Am 11. Juni trat ein Aktiensplit in Kraft, durch welchen der Nennwert pro Namensaktie von CHF 10.– auf CHF 1.– angepasst wurde.

Zusätzliche Informationen sind im Anhang zur Jahresrechnung der Nestlé AG, Anmerkung 18 aufgeführt.

Das Aktienkapital schliesst den Nominalwert der eigenen Aktien ein (siehe Anmerkung 26).

## 26. Eigene Aktien

Dieser Posten entspricht dem Buchwert der Aktien der Nestlé AG:

<sup>(a)</sup> Vor dem Aktiensplit.

	2001	2000 <sup>(a)</sup>
Aktienanzahl		
Bestimmung		
Frei zu Verfügung stehend	<b>6 513 814</b>	785 262
Optionsrechte der Geschäftsleitung	<b>2 191 466</b>	93 931
Warrants auf SWANS und Turbo-Obligationsanleihen der Nestlé Holdings, Inc., USA	<b>3 527 680</b>	129 419
Zum Handel bestimmt	<b>3 631 494</b>	490 415
<b>Total per 31. Dezember</b>	<b>15 864 454</b>	1 499 027
In Millionen CHF	<b>2001</b>	2000
Erwerbskosten am 31. Dezember	<b>2 794</b>	2 617
Marktwert am 31. Dezember	<b>5 616</b>	5 666

Die Bewegungen dieser Aktien sind im Anhang zur Jahresrechnung der Nestlé AG, Anmerkung 20 erläutert.

## 27. Abnahme/(Zunahme) des Umlaufvermögens

Unter Ausschluss der Einflüsse aus Kursänderungen, Erwerbungen und Veräusserungen.

In Millionen CHF	2001	2000
Vorräte	(448)	(165)
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(540)	(604)
Lieferanten	274	544
Andere Verbindlichkeiten	202	(270)
Rechnungsabgrenzungsposten (netto)	64	40
Übrige	(422)	87
	<b>(870)</b>	<b>(368)</b>

## 28. Erwerbungen

In Millionen CHF	2001	2000
Verkehrswert der übernommenen Nettoaktiven		
Sachanlagen	1 431	359
Finanzanlagen	834	93
Immaterielle Werte	4	93
Minderheitsanteile	(17)	(19)
Erwerbung von Minderheitsanteilen in bestehenden Beteiligungen	33	49
Nettoumlaufvermögen	246	(76)
Finanzielle Verbindlichkeiten	(2 785)	(210)
Vorsorgeverpflichtungen, latente Steuern und Rückstellungen	(846)	(179)
Flüssige Mittel	1 787	37
	<b>687</b>	<b>147</b>
Goodwill	18 193	3 395
Total Erwerbskosten	<b>18 880</b>	<b>3 542</b>
Abzüglich:		
Zahlungsmittel	(92)	(37)
Zahlung in Form von eigenen Aktien	–	(298)
Später fällige Zahlungen	(22)	(361)
Mittelabfluss aus Erwerbungen	<b>18 766</b>	<b>2 846</b>

Die Wiederbeschaffungswerte der mit Ralston Purina erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden wegen des Erwerbszeitpunkts provisorisch ermittelt. Sie werden im Lauf des Jahres 2002 berichtigt.

**29. Veräusserungen**

In Millionen CHF	2001	2000
Wert der verkauften Nettoaktiven		
Sachanlagen	88	430
Goodwill und Immaterielle Werte	129	3
Minderheitsanteile	(29)	7
Nettoumlaufvermögen	154	247
Finanzielle Verbindlichkeiten	(46)	(147)
Vorsorgeverpflichtungen, latente Steuern und Rückstellungen	14	(78)
Flüssige Mittel	7	5
	317	467
Rückschreibung von vor dem 1. Januar 1995 über Eigenkapital abgeschriebenem Goodwill aus Veräusserungen	—	51
Gewinn/(Verlust) aus Veräusserungen	318	513
Total Verkaufspreis	635	1 031
Abzüglich:		
Zahlungsmittel	(7)	(5)
Später fällige Zahlungen	(144)	(246)
Mittelzufluss aus Veräusserungen	484	780

### 30. Dividende

Die auszuschüttende Dividende wird nicht verbucht, bis sie von der Generalversammlung angenommen wird. Anlässlich der Generalversammlung vom 11. April 2002 wird vorgeschlagen, folgende Dividende für das Geschäftsjahr 2001 zu bezahlen:

Dividende pro Aktie	CHF	6.40
das heisst, eine Totaldividende von <sup>(a)</sup>	CHF	2 529 548 672.–

<sup>a)</sup> Anzahl der dividendenberechtigten Aktien: Siehe «Jahresbericht der Nestlé AG».

In der Konzernrechnung per 31. Dezember 2001 wurde dieser Vorschlag noch nicht berücksichtigt. Die Dividende wird im Geschäftsjahr 2002 als Gewinnverteilung verbucht.

### 31. Garantien

Die im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit durch die Gruppe ausgestellten Garantien gegenüber Drittparteien belaufen sich Ende Dezember 2001 auf CHF 357 Mio. (2000: CHF 436 Mio.).

### 32. Verpflichtungen für zukünftige Investitionsausgaben in Sachanlagen

Diese Verpflichtungen belaufen sich am 31. Dezember 2001 auf CHF 130 Mio. (2000: CHF 180 Mio.).

### 33. Verpflichtungen aus nicht kündbaren Mietverträgen

Die Verpflichtungen aus diesen Verträgen belaufen sich auf:

#### Operatives Leasing

In Millionen CHF	2001	2000
	Zukünftige Leasingzahlungen Nennwert	
Im Lauf des 1. Jahres	390	346
Im Lauf des 2. Jahres	348	291
Im Lauf des 3. bis und mit 5. Jahr	746	648
Nach dem 5. Jahr	1 278	1 196
	<b>2 762</b>	<b>2 481</b>

#### Finanzierungs-Leasing

In Millionen CHF	2001		2000	
	Zukünftige Leasingzahlungen			
	Barwert	Nennwert	Barwert	Nennwert
Im Lauf des 1. Jahres	63	78	22	24
Im Lauf des 2. Jahres	59	75	29	33
Im Lauf des 3. bis und mit 5. Jahr	82	113	157	177
Nach dem 5. Jahr	111	149	33	43
	<b>315</b>	<b>415</b>	<b>241</b>	<b>277</b>

Der Unterschied zwischen dem Nennwert und dem Barwert der zukünftigen Leasingzahlungen entspricht der Diskontierung der Leasingverpflichtungen.

### 34. Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen

Die Eventualverbindlichkeiten der Gruppe aus potenziellen rechtlichen Risiken belaufen sich auf rund CHF 440 Mio. (2000: CHF 400 Mio.). Daraus könnten sich Verpflichtungen von CHF 220 Mio. ergeben (2000: 280 Mio.).

Die Eventualforderungen aus Verfahren zugunsten der Gruppe belaufen sich auf CHF 230 Mio. (CHF 260 Mio.).

### **35. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

#### *Schöller Holding*

Die im Juni 2001 mit den Gesellschaftern der Schöller-Holding-Gruppe begonnenen Verhandlungen wurden erfolgreich abgeschlossen. Nestlé wird 100% der Schöller-Holding-Gruppe erwerben, einschliesslich deren Geschäfte in den Bereichen Speiseeis und Tiefkühlahrung. Die Europäische Kommission gab ihre Genehmigung des Erwerbs am 25. Februar 2002 bekannt.

#### *Alcon*

Am 22. Februar 2002 hat die Alcon, Inc., Nestlés vollständig gehaltenes Augenheilgeschäft, bekannt gegeben, dass sie bei der Securities and Exchange Commission der Vereinigten Staaten eine Registrierungserklärung («Registration Statement») eingereicht hat bezüglich eines öffentlichen Verkaufangebots (IPO) von neu emittierten Alcon-Aktien, die etwa 25% der Alcon-Aktien ausmachen, inklusive einer Mehrzuteilungsoption, die Alcon den Konsortiumsbanken zugeteilt hat. Nestlé erwartet, dass dieses IPO bis zum Ende des ersten Quartals 2002 vollzogen wird. Alcon hat die Kotierung seiner Aktien an der New Yorker Börse unter dem Ticker-Symbol «ACL» beantragt. Der geschätzte Emissionspreis pro Aktie liegt zwischen USD 31.00 und USD 35.00.

Alcon hat vor, den Nettoerlös dieses Aktienverkaufs (Erlös aus der Mehrzuteilungsoption ausgenommen) zu benutzen, um die sich im Besitz der Nestlé AG befindlichen (stimmrechtlosen) Alcon-Partizipationsscheine zurückzuzahlen. Den Nettoerlös aus der Ausübung der Mehrzuteilungsoption, falls ausgeübt, will Alcon zur Rückzahlung von kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten verwenden.

#### *FIS*

Am 18. Januar 2002 teilte Nestlé mit, dass ein Abkommen mit Givaudan AG über den Verkauf von Food Ingredients Specialities S.A. (FIS) abgeschlossen wurde. Nestlé übernimmt eine Beteiligung am Aktienkapital von Givaudan AG. Die mit CHF 750 Millionen bewertete Transaktion, die den üblichen Genehmigungen durch die Wettbewerbsbehörden untersteht, wird durch Givaudan-Aktien und in bar bezahlt.

#### *Andere Ereignisse*

Am 27. Februar 2002, dem Datum der Genehmigung der Konzernrechnung durch den Verwaltungsrat, wurden die Buchwerte der Aktiven und Passiven durch keine berücksichtigungspflichtigen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag beeinflusst.

### **36. Transaktionen mit nahe stehenden Gesellschaften oder Personen**

Die Gruppe hat keine wichtigen Transaktionen mit nahe stehenden Gesellschaften oder Personen zu vermerken. Zudem war kein Verwaltungsratsmitglied während des Jahres 2001 persönlich an einer für das Konzerngeschäft massgeblichen Transaktion beteiligt.

### **37. Gesellschaften der Nestlé-Gruppe**

Die Liste der Gesellschaften erscheint im Kapitel «Gesellschaften der Nestlé-Gruppe».

**Umrechnungskurse der wichtigsten Währungen**

CHF für		2001	2000	2001	2000
		Jahresendkurs		Jahresmittelkurs	
1 US Dollar	USD	<b>1.68</b>	1.64	<b>1.68</b>	1.69
1 Euro	EUR	<b>1.48</b>	1.52	<b>1.51</b>	1.56
1 Pfund Sterling	GBP	<b>2.43</b>	2.44	<b>2.43</b>	2.56
100 Brasilianische Reais	BRL	<b>71.90</b>	83.90	<b>72.21</b>	92.40
100 Japanische Yen	JPY	<b>1.28</b>	1.43	<b>1.39</b>	1.57
100 Mexikanische Pesos	MXN	<b>18.30</b>	17.10	<b>18.09</b>	17.90
1 Kanadischer Dollar	CAD	<b>1.05</b>	1.09	<b>1.09</b>	1.14
1 Australischer Dollar	AUD	<b>0.86</b>	0.91	<b>0.87</b>	0.98
100 Philippinische Pesos	PHP	<b>3.24</b>	3.27	<b>3.30</b>	3.82



# Bericht der Konzernrechnungsprüfer

an die Generalversammlung der Nestlé AG

Als Konzernrechnungsprüfer haben wir die Konzernrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Mittelflussrechnung, Veränderung des Eigenkapitals und Anhang) der Nestlé-Gruppe für das am 31. Dezember 2001 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Konzernrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes sowie nach den International Standards on Auditing der International Federation of Accountants (IFAC), wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlausagen in der Konzernrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Konzernrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Konzernrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, und sie entspricht in allen Belangen den International Accounting Standards (IAS) und dem Schweizer Gesetz.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.



Klynveld Peat Marwick Goerdeler SA



S.R. Cormack  
Chartered accountant



B.A. Mathers  
Chartered accountant

Leitende Revisoren  
London und Zürich, 27. Februar 2002

## Finanzielle Angaben – Zehnjahresübersicht

In Millionen CHF (mit Ausnahme der Angaben pro Aktie)	2001	2000 <sup>(e)</sup>	1999 <sup>(f)</sup>
<b>Ergebnisse</b>			
Konsolidierter Umsatz	<b>84 698</b>	81 422	74 660
Betriebsergebnis	<b>9 218</b>	9 186	7 914
in % des Umsatzes	<b>10,9%</b>	11,3%	10,6%
Steuern	<b>2 429</b>	2 761	2 314
Konsolidierter Reingewinn	<b>6 681</b>	5 763	4 724
in % des Umsatzes	<b>7,9%</b>	7,1%	6,3%
in % des durchschnittlichen Eigenkapitals	<b>21,0%</b>	21,2%	20,0%
Total Dividende	<b>2 530<sup>(a)</sup></b>	2 127	1 657
Abschreibungen auf Sachanlagen	<b>2 581</b>	2 737	2 597
in % des Umsatzes	<b>3,0%</b>	3,4%	3,5%
Abschreibungen auf Goodwill	<b>494</b>	414	384
<b>Bilanz</b>			
Umlaufvermögen	<b>39 045</b>	30 747	27 169
<i>davon flüssige Mittel</i>	<b>16 042</b>	10 131	6 670
Anlagevermögen	<b>54 741</b>	34 777	31 770
Total Aktiven	<b>93 786</b>	65 524	58 939
Kurzfristiges Fremdkapital	<b>41 492</b>	23 174	22 182
Mittel- und langfristiges Fremdkapital und Minderheitsanteile	<b>18 641</b>	12 446	12 304
Eigenkapital	<b>33 653</b>	29 904	24 453
Investitionen in Sachanlagen	<b>3 611</b>	3 305	2 806
in % des Umsatzes	<b>4,3%</b>	4,1%	3,8%
<b>Angaben pro Aktie</b>			
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl Aktien im Umlauf	<b>387 369 846</b>	386 527 830	386 772 130
Konsolidierter Reingewinn <sup>(b)</sup>	<b>17.25</b>	14.91	12.21
Eigenkapital <sup>(b)</sup>	<b>86.88</b>	77.40	63.20
Dividende <sup>(b)</sup>	<b>6.40<sup>(d)</sup></b>	5.50	4.30
Pay-out ratio	<b>37,1%<sup>(d)</sup></b>	36,9%	35,2%
Börsenkurse (höchst/tiefst) <sup>(b)</sup>	<b>386.5/289.0</b>	389.3/254.0	310.7/250.8
Rendite <sup>(c)</sup>	<b>1,7/2,2<sup>(d)</sup></b>	1,4/2,2	1,4/1,7
<b>Personalbestand</b>	<b>229 765<sup>(j)</sup></b>	224 541	230 929

<sup>(a)</sup> Gemäss Antrag des Verwaltungsrates der Nestlé AG. Dieser Betrag enthält die zahlbaren Dividenden auf die am Bilanzstichtag dividendenberechtigten Aktien (CHF 2481 Mio.) sowie die eventuell zahlbaren Dividenden auf Aktien im Zusammenhang mit Optionsrechten und zum Handel bestimmte Aktien (CHF 49 Mio.).

<sup>(b)</sup> Die Angaben pro Aktie vor 2001 sind dem Aktiensplit von 1 zu 10 vom Juni 2001 angepasst worden. Die Angaben vor 1993 sind angepasst worden, um der Abtrennung der Zeichnungsrechte im Juni 1993 Rechnung zu tragen.

<sup>(c)</sup> Berechnet aufgrund der Dividende für das betreffende Geschäftsjahr (ausbezahlt im folgenden Jahr).

<sup>(d)</sup> Gemäss Antrag des Verwaltungsrates der Nestlé AG.

<sup>(e)</sup> Die Angaben vor 2001 wurden nach der erstmaligen Anwendung von IAS 39 «Finanzinstrumente» nicht angepasst.

1998	1997 <sup>(g)</sup>	1996 <sup>(h)</sup>	1995	1994 <sup>(i)</sup>	1993	1992
71 747	69 998	60 490	56 484	56 894	57 486	54 500
7 081	7 057	6 053	5 658	5 628	5 591	5 384
9,9%	10,1%	10,0%	10,0%	9,9%	9,7%	9,9%
2 000	1 842	1 552	1 561	1 647	1 669	1 745
4 205	4 182	3 592	3 078	3 250	2 887	2 698
5,9%	6,0%	5,9%	5,4%	5,7%	5,0%	5,0%
19,5%	21,9%	22,9%	23,3%	19,9%	19,5%	18,4%
1 469	1 376	1 180	1 043	1 040	972	870
2 609	2 677	2 305	2 103	2 321	2 283	2 038
3,6%	3,8%	3,8%	3,7%	4,1%	4,0%	3,7%
301	140	102	42	–	–	–
26 467	25 671	23 070	20 927	21 420	20 982	20 670
7 963	8 102	5 860	5 124	5 132	5 084	4 688
30 236	25 910	23 605	19 189	23 807	24 178	23 803
56 703	51 581	46 675	40 116	45 227	45 160	44 473
22 567	20 985	19 859	17 410	17 297	18 166	20 019
11 321	9 990	9 239	8 862	10 986	11 334	10 524
22 815	20 606	17 577	13 844	16 944	15 660	13 930
3 061	3 261	3 054	3 056	3 029	3 093	3 191
4.3%	4.7%	5.0%	5.4%	5.3%	5.4%	5.9%
392 936 650	393 311 260	393 636 370	392 207 560	388 383 760	377 598 260	369 383 740
10.70	10.63	9.13	7.85	8.37	7.65	7.22
58.10	52.40	55.70	45.90	43.60	41.50	37.30
3.80	3.50	3.00	2.65	2.65	2.50	2.32
35,5%	32,9%	32,9%	33,8%	31,7%	32,7%	32,2%
349.8/212.2	219.2/142.1	148.7/125.0	129.8/109.0	143.7/106.3	129.4/101.5	116.2/85.7
1,1/1,8	1,6/2,5	2,0/2,4	2,0/2,4	1,8/2,5	1,9/2,5	2,0/2,7
231 881	225 808	221 144	220 172	212 687	209 755	218 005

<sup>(f)</sup> Die Angaben vor 2000 wurden nach der erstmaligen Anwendung von IAS 37 «Rückstellungen, Eventualschulden und Eventualforderungen» nicht angepasst.

<sup>(g)</sup> Die Angaben vor 1998 wurden nach der erstmaligen Anwendung von IAS 19 (revidiert 1998) «Leistungen an Arbeitnehmer» nicht angepasst.

<sup>(h)</sup> Die Angaben vor 1997 wurden nach der erstmaligen Anwendung von IAS 12 (revidiert 1996) «Ertragssteuern» nicht angepasst.

<sup>(i)</sup> Die Angaben vor 1995 wurden nicht an die Änderung der Bewertung der Sachanlagen von Wiederbeschaffungswerten zu historischen Werten angepasst.

<sup>(j)</sup> 2001 ohne Ralston Purina.

## Gesellschaften der Nestlé-Gruppe

### Betriebsgesellschaften

**Wichtigste Tochtergesellschaften, die in den Sektoren Nahrungsmittel und Wasser tätig sind, mit Ausnahme der mit \* bezeichneten Gesellschaften, die im pharmazeutischen Bereich tätig sind.**

Die Länderfolge innerhalb der Kontinente entspricht der alphabetischen Reihenfolge der französischen Namen.

1. Voll konsolidierte Gesellschaften (siehe «Konsolidierungskreis»).

### Europa

**Deutschland** Nestlé Deutschland AG *Frankfurt* 97.34%  
 • Blaue Quellen Mineral- und Heilbrunnen AG *Rhens am Rhein* 96.8% • Trinks GmbH *Goslar* 96.8% • San Pellegrino Deutschland GmbH *Mainz* 100% • Nespresso Deutschland GmbH *Düsseldorf* 100% • Powerbar Europe GmbH *München* 100% • Alcon Pharma GmbH\* *Freiburg/Breisgau* 100%  
 • **Österreich** Nestlé Österreich GmbH *Wien* 100% • **Belgien** Nestlé Belgilux S.A. *Bruxelles* 100% • Perrier Vittel Belgilux S.A. *Etalle* 100% • Nespresso Belgilux N.V. *Bruxelles* 100% • Alcon-Couvreur S.A.\* *Puurs* 100% • S.A. Friskies Belgilux N.V. *Bruxelles* 100% • **Bulgarien** Nestlé Sofia A.D. *Sofia* 99.86% • **Dänemark** Nestlé Danmark A/S *Copenhagen* 100% • Friskies Danmark A/S *Copenhagen* 100% • **Spanien** Nestlé España S.A. *Barcelona* 100% • Productos del Café S.A. *Reus* 100% • Davigel España S.A. *Palma de Mallorca* 100% • La Cocinera Alimentación S.A. *Barcelona* 100% • Aquarel Iberica S.A. *Barcelona* 100% • EYCAM Perrier S.A. *Barcelona* 100% • Alcon-Cusi S.A.\* *Barcelona* 100% • Helados Miko S.A. *Vitoria* 100% • Compañía Avidesa S.A. *Alzira* 100% • Friskies España S.A. *Barcelona* 100% • **Finnland** Suomen Nestlé Oy *Helsinki* 100% • Friskies Finland Oy *Helsinki* 100%  
 • **Frankreich** Nestlé France S.A. *Noisiel* 100% • Nestlé Grand Froid S.A. *Noisiel* 100% • Nestlé Clinical Nutrition S.A. *Noisiel* 100% • Nestlé Produits Laitiers Frais *Noisiel* 99.9% • Herta S.A. *Noisiel* 100% • Davigel S.A. *Martin-Eglise* 100% • Food Ingredients Specialities France S.A. *Noisiel* 100% • Perrier Vittel France *Paris* 100% • S.A. des Eaux Minérales de Ribeaupillé *Ribeaupillé* 99.5% • Aquarel France *Issy-les-Moulineaux* 100% • Eau Minérale Naturelle de Plancoët «Source Sassay» S.A. *Plancoët* 100% • Nespresso France S.A. *Paris* 100% • Laboratoires Alcon S.A.\* *Rueil-Malmaison*

*son* 100% • Friskies France *Rueil-Malmaison* 100%  
 • **Griechenland** Nestlé Hellas S.A. *Maroussi* 100% • Alcon Laboratories Hellas Commercial and Industrial S.A.\* *Maroussi* 100% • **Italien** Nestlé Italiana S.p.A. *Milano* 100% • San Pellegrino S.p.A. *Milano* 100% • Alcon Italia S.p.A.\* *Milano* 100% • Friskies Italia S.p.A. *Castiglione delle Stiviere* 100% • **Ungarn** Nestlé Hungaria Kft *Budapest* 100% • Kekkuti Asvanyviz Rt. *Kekkut* 87% • **Litauen** UAB Nestlé Baltics *Vilnius* 100% • **Norwegen** A/S Nestlé Norge *Sandvika* 100% • Alcon Norge A.S.\* *Splenden* 100% • **Niederlande** Nestlé Nederland B.V. *Amsterdam* 100% • Alcon Nederland B.V.\* *Gorinchem* 100% • Friskies Netherlands B.V. *Amsterdam* 100% • Nespresso Nederland B.V. *Amsterdam* 100% • **Polen** Nestlé Polska S.A. *Warsaw* 99.2% • Naleczowianka Spolka z.o.o. *Naleczov* 33.3% • ESI Distribution N.V. *Warsaw* 50% • **Portugal** Nestlé Portugal S.A. *Linda-a-Velha* 100% • Longa Vida S.A. *Matosinhos* 100% • Sociedade das Aguas de Pisos Moura S.A. *Lisboa* 100% • Alcon Portugal Produtos e Equipamentos Oftalmologicos, Ltda.\* *Paço d'Arco* 100% • **Irische Republik** Nestlé (Ireland) Ltd *Tallaght-Dublin* 100% • Friskies Petcare (Ireland) Ltd *Dublin* 100% • **Tschechische Republik** Nestlé Cesko s.r.o. *Prague* 100% • **Rumänien** Nestlé Romania SRL *Bucarest* 100% • **Grossbritannien** Nestlé UK Ltd *Croydon* 100% • Perrier Vittel UK Ltd *Rickmansworth* 100% • Buxton Mineral Water Company Ltd *Rickmansworth* 100% • Alcon Laboratories (UK) Ltd\* *Herts* 100% • Friskies Petcare (UK) Ltd *New Malden* 100% • **Russland** JSC Confectionery Union Rossiya *Samara* 99.7% • Nestlé Zhukovsky Ice Cream LLC *Zhukovsky* 87.5% • Nestlé Food LLC *Moscow* 100% • OJSC Confectionery Firm Altai *Barnaul* 94.3% • OJSC Kamskaya *Perm* 86.5% • JSC Khlado-product *Timashevsk* 93.2% • **Slowakei** Nestlé Slovensko s.r.o. *Prievidza* 100% • **Schweden** Nestlé Sverige AB *Helsingborg* 100% • Zoegas Kaffe AB *Helsingborg* 100% • Jede AB *Mariestad* 100% • Alcon Sverige AB\* *Bromma* 100% • Friskies Sverige AB *Malmö* 100% • **Schweiz** Société des Produits Nestlé S.A. *Vevey* 100% • Nestlé Suisse S.A. *Vevey* 100% • Perrier Vittel Suisse S.A. *Gland* 100% • Alcon Pharmaceuticals Ltd\* *Hünenberg* 100% • Nestlé World Trade Corporation *La Tour-de-Peilz* 100% • Food Ingredients Specialities S.A. *Villars-sur-Glâne* 100% • Nestlé Nespresso S.A. *Paudex* 100% • Nestlé International Travel Retail S.A. *Châtel-St-Denis* 100% • **Türkei** Nestlé Gıda Sanayi A.S. *Istanbul* 100% • Alcon Laboratuvarlari Tic. A.S.\* *Istanbul*

100% • Sansu Gida Ve Mesrubat Sanayi Ticaret A.S. *Gaziantep* 50% • **Ukraine** JSC Lviv Confectionery Firm *Svitoch Lviv* 93%.

## Afrika

**Südafrika** Nestlé (South Africa) (Pty) Ltd *Randburg-Johannesburg* 100% • Friskies Petcare (Pty) Ltd *Pretoria* 100% • Valvita (Pty) Ltd *Randburg* 100% • Dairymaid-Nestlé (Pty) Ltd *Johannesburg* 100% • Alcon Laboratories (South Africa) Pty Ltd\* *Randburg* 100% • **Kamerun** Nestlé Cameroun *Douala* 99.8% • **Côte d'Ivoire** Nestlé Côte d'Ivoire *Abidjan* 85.8% • **Ägypten** Nestlé Egypt S.A.E. *Cairo* 100% • Dolce S.A.E. *Cairo* 100% • Société des eaux minérales Vittor S.A.E. *Cairo* 98.6% • **Gabon** Nestlé Gabon *Libreville* 90% • **Ghana** Nestlé Ghana Ltd *Tema-Accra* 51% • **Guinea** Nestlé Guinée *Conakry* 99% • **Kenia** Nestlé Foods Kenya Ltd *Nairobi* 100% • **Mauritius** Nestlé's Products (Mauritius) Ltd *Port Louis* 100% • **Marokko** Nestlé Maroc S.A. *El Jadida* 94.5% • **Nigeria** Nestlé Nigeria PLC *Ilupeju-Lagos* 61.6% • **Senegal** Nestlé Sénégal *Dakar* 100% • **Tunesien** Nestlé Tunisie *Tunis* 59.2% • **Zimbabwe** Nestlé Zimbabwe (Pvt) Ltd *Harare* 100%.

## Nord- und Südamerika

**Argentinien** Nestlé Argentina S.A. *Buenos Aires* 100% • Eco de Los Andes S.A. *Buenos Aires* 50.9% • Alcon Laboratorios Argentina S.A.\* *Buenos Aires* 100% • **Bolivien** Nestlé Bolivia S.r.l. *La Paz* 100% • **Brasilien** Nestlé Brasil Ltda. *São Paulo* 100% • Industrias Alimenticias Itacolomy S/A *Montes Claros* 100% • Companhia Produtora de Alimentos *Itabuna* 100% • Perrier Vittel do Brasil Ltda. *Rio de Janeiro* 100% • Alcon Laboratorios do Brasil Ltda.\* *São Paulo* 100% • **Kanada** Nestlé Canada, Inc. *North York-Toronto (Ontario)* 100% • Midwest Food Products, Inc. *Toronto (Ontario)* 50% • Alcon Canada, Inc.\* *Mississauga (Ontario)* 100% • **Chile** Nestlé Chile S.A. *Santiago de Chile* 99.5% • Alcon Laboratorios Chile Limitada\* *Santiago* 100% • **Kolumbien** Nestlé de Colombia S.A. *Bogotá* 100% • Cicolac Ltda. *Bogotá* 100% • Laboratorios Alcon de Colombia S.A.\* *Santafé de Bogotá* 100% • **Costa Rica** Nestlé Costa Rica S.A. *San José* 100% • **Kuba** Los Portales S.A. *Guane* 50% • **El Salvador** Nestlé El Salvador S.A. *San Salvador* 100% • **Ecuador** Nestlé Ecuador S.A. *Quito* 85% • Neslandina S.A. *Quito* 74.7% • **Vereinigte Staaten** Nestlé USA, Inc. *Los Angeles (California)* 100%

• Nestlé USA – Prepared Foods Division, Inc. *Solon (Ohio)* 100% • Nestlé USA – Beverage Division, Inc. *Los Angeles (California)* 100% • Nestlé Purina PetCare Company *St. Louis (Missouri)* 100% • FIS – North America, Inc. *Wilmington (Delaware)* 100% • The Perrier Group of America, Inc. *Greenwich (Connecticut)* 100% • Great Spring Waters of America, Inc. *Wilmington (Delaware)* 100% • PowerBar, Inc. *New Jersey* 100% • Ice Cream Partners USA, LLC *Wilmington (Delaware)* 100% • Nestlé Puerto Rico, Inc. *San Juan (Puerto Rico)* 100% • Alcon Laboratories, Inc.\* *Fort Worth (Texas)* 100% • Alcon (Puerto Rico), Inc.\* *San Juan (Puerto Rico)* 100% • **Guatemala** Nestlé Guatemala S.A. *Guatemala* 100% • **Guatemala** Nestlé Guatemala S.A. *Guatemala* 100% • **Honduras** Nestlé Hondureña S.A. *Tegucigalpa* 100% • **Jamaika** Nestlé-JMP Jamaica Ltd *Kingston* 100% • Cremo Ltd *Kingston* 100% • **Mexiko** Nestlé México S.A. de C.V. *México* 100% • Manantiales La Asunción, S.A. de C.V. *México* 100% • Alcon Laboratorios S.A. de C.V.\* *México* 100% • **Nicaragua** Productos Nestlé (Nicaragua) S.A. *Managua* 100% • **Panama** Nestlé Panamá S.A. *Panamá City* 100% • Nestlé Caribbean, Inc. *Panamá City* 100% • **Paraguay** Nestlé Paraguay S.A. *Asunción* 100% • **Peru** Nestlé Perú S.A. *Lima* 93.1% • **Dominikanische Republik** Nestlé Dominicana S.A. *Santo Domingo* 97% • **Trinidad und Tobago** Nestlé Trinidad and Tobago Ltd *Port of Spain* 100% • **Uruguay** Nestlé del Uruguay S.A. *Montevideo* 100% • **Venezuela** Nestlé Venezuela S.A. *Caracas* 100% • Alcon Venezuela S.R.L.\* *Caracas* 100%.

## Asien

**Saudi-Arabien** Saudi Food Industries Co. Ltd *Jeddah* 51% • Al Manhal Water Factory Co. Ltd *Riyadh* 51% • Société pour l'exportation des produits Nestlé *Jeddah* 100% • **Bangladesh** Nestlé Bangladesh Ltd *Dhaka* 100% • **Kambodscha** Nestlé Dairy (Cambodia) Ltd *Phnom Penh* 80% • **Vereinigte Arabische Emirate** Nestlé Middle East FZE *Dubai* 100% • Société pour l'exportation des produits Nestlé *Dubai* 100% • **Indien** Nestlé India Ltd *New Delhi* 54% • **Indonesien** P.T. Nestlé Indonesia *Jakarta* 90.2% • **Israel** OSEM Investments Ltd *Petach-Tikva* 50.1% • **Japan** Nestlé Japan Ltd *Kobe* 100% • Nestlé Japan Holding Ltd *Ibaragi* 100% • Nestlé International Foods K.K. *Kobe* 100% • Nestlé Confectionery K.K. *Kobe* 100% • Friskies K.K. *Kobe* 100% • FIS Japan K.K. *Tokyo* 100% • Nestlé Beverage K.K. *Kobe* 100% • Nestlé Snow K.K. *Tokyo* 50% • Nestlé Japan Administration Ltd *Kobe* 100% • Alcon

Japan Ltd\* *Tokyo* 100% • **Jordanien** Nestlé Jordan Trading Co. Ltd *Amman* 49% • **Kuwait** Nestlé Kuwait General Trading Co. W.L.L. *Kuwait* 49% • **Libanon** Société pour l'Exportation des Produits Nestlé S.A. *Beyrouth* 100% • Société des Eaux Minérales Libanaises S.A.L. *Hazmieh* 100% • SOHAT Distribution S.A.L. *Hazmieh* 49% • **Malaysia** Nestlé (Malaysia) Bhd. *Petaling Jaya* 60.7% • Nestlé Foods (Malaysia) Sdn. Bhd. *Petaling Jaya* 60.7% • Nestlé Products Sdn. Bhd. *Petaling Jaya* 60.7% • Nestlé Asean (Malaysia) Sdn. Bhd. *Petaling Jaya* 57.7% • Nestlé Cold Storage (Malaysia) Sdn. Bhd. *Petaling Jaya* 60.7% • **Pakistan** Nestlé Milkpak Ltd *Lahore* 59.1% • **Philippinen** Nestlé Philippines, Inc. *Cabuyao* 100% • Goya, Inc. *Manila* 99.8% • Hidden Springs & Perrier, Inc. *Makati City* 100% • Alcon Laboratories (Philippines) Inc.\* *Manila* 100% • **Republik Korea** Nestlé Korea Ltd *Cheongju* 100% • Alcon Korea Ltd\* *Seoul* 100% • FIS Korea Ltd *Seoul* 100% • **Volksrepublik China** Nestlé Shuangcheng Ltd *Shuangcheng* 97% • Nestlé Dongguan Ltd *Dongguan* 100% • International Food Corporation Ltd *Guangzhou* 100% • Nestlé Tianjin Ltd *Tianjin* 100% • Nestlé Qingdao Ltd *Qingdao* 100% • Nestlé Shanghai Ltd *Shanghai* 95% • Nestlé Dairy Farm Tianjin Ltd *Tianjin* 100% • Nestlé Dairy Farm Qingdao Ltd *Qingdao* 100% • Nestlé Dairy Farm Guangzhou Ltd *Guangzhou* 95% • Guangzhou Refrigerated Foods Ltd *Guangzhou* 90% • Shanghai Fuller Foods Co. Ltd *Shanghai* 100% • Shanghai Nestlé Product Services Ltd *Shanghai* 97% • Shanghai Totole Flavouring Food Co. Ltd *Shanghai* 80% • Shanghai Jiale Flavouring Food Sales Co. Ltd *Shanghai* 80% • Nestlé Source Shanghai Ltd *Shanghai* 100% • Nestlé Hong Kong Ltd *Hong Kong* 100% • Nestlé Distributors Ltd *Hong Kong* 100% • Alcon (China) Ophthalmic Product Co., Ltd\* *Beijing* 100% • Alcon Hong Kong Ltd\* *Hong Kong* 100% • **Singapur** Nestlé Singapore (Pte) Ltd *Singapore* 100% • FIS Asia Pacific Services (Pte) Ltd *Singapore* 100% • Alcon Pte. Ltd\* *Singapore* 100% • **Sri Lanka** Nestlé Lanka Ltd *Colombo* 90.2% • **Syrien** Nestlé Syria S.A. *Damas* 100% • Société pour l'exportation des produits Nestlé S.A. *Damas* 100% • **Taiwan** Nestlé Taiwan Ltd *Taipei* 100% • Alcon Pharmaceuticals Ltd\* *Taipei* 100% • **Thailand** Nestlé Products (Thailand), Inc. *Bangkok (Branch)* 100% • Quality Coffee Products Ltd *Bangkok* 49% • Nestlé Foods (Thailand) Ltd *Bangkok* 100% • Nestlé Trading (Thailand) Ltd *Bangkok* 49% • Nestlé Manufacturing (Thailand) Ltd *Bangkok* 100% • Nestlé (Thai) Ltd *Bangkok* 100% • Nestlé Dairy (Thailand) Ltd *Bangkok* 100%

• Perrier Vittel (Thailand) Ltd *Bangkok* 100% • Alcon Laboratories (Thailand) Ltd\* *Bangkok* 100% • **Vietnam** Nestlé Vietnam Ltd *Bien Hoa* 100% • La Vie Joint Venture Company *Long An* 65%.

## Ozeanien

**Australien** Nestlé Australia Ltd *Sydney* 100% • Petersville Australia Ltd *Melbourne* 100% • Nestlé Echuca Pty Ltd *Melbourne* 100% • FIS Australia Pty Ltd *Sydney* 100% • Alcon Laboratories (Australia) Pty Ltd\* *Frenchs Forest (NSW)* 100% • **Fiji** Nestlé (Fiji) Ltd *Ba* 74% • **Neukaledonien** Nestlé Nouvelle-Calédonie S.A. *Nouméa* 100% • **Neuseeland** Nestlé New Zealand Ltd *Auckland* 100% • **Papua-Neuguinea** Nestlé (PNG) Ltd *Lae* 100% • **Französisch Polynesien** Nestlé Polynesia S.A. *Papeete* 100%.

2. Quotenkonsolidierte Gesellschaften (siehe «Konsolidierungskreis»).

## Europa

**Deutschland** C.P.D. Cereal Partners Deutschland GmbH & Co. OHG *Frankfurt* 50% • Galderma Laboratorium GmbH\* *Freiburg/Breisgau* 50% • **Spanien** Cereal Partners España AEIE *Espugas de Llobregat* 50% • Laboratorios Galderma S.A.\* *Madrid* 50% • **Frankreich** Cereal Partners France SNC *Noisiel* 50% • Laboratoires Galderma S.A.\* *La Défense* 50% • **Italien** Galderma Italia S.p.A.\* *Milano* 50% • **Polen** Torun-Pacific Cereal Partners Poland Sp. z.o.o. *Torun* 50% • **Portugal** Cereal Associados Portugal AEIE *Oeiras* 50% • **Schweden** Galderma Nordic AB\* *Bromma* 50% • **Grossbritannien** Cereal Partners UK *Welwyn Garden City* 50% • Galderma (U.K.) Ltd\* *Amersham* 50% • **Schweiz** CCNR Europe S.A. *Brüttisellen* 50%.

## Nord- und Südamerika

**Argentinien** Galderma Argentina S.A.\* *Buenos Aires* 50% • **Brasilien** Galderma Brasil Ltda\* *São Paulo* 50% • **Kanada** Galderma Canada Inc.\* *Markham* 50% • **Chile** Cereales CPW Chile Ltda *Santiago de Chile* 50% • **Vereinigte Staaten** Coca-Cola Nestlé Refreshments Company, USA *Atlanta (Georgia)* 50% • Galderma Laboratories, Inc.\* *Fort Worth (Texas)* 50% • **Mexiko** CPW México S. de R.L. de C.V. *México* 50% • Galderma México S.A. de C.V.\* *México* 50%.

## Asien

**Volksrepublik China** Coca-Cola Nestlé Refreshments Pacific *Hong Kong* 50% • **Republik Korea** Coca-Cola Nestlé Refreshments Korea *Seoul* 50% • **Thailand** Coca-Cola Nestlé Beverages Thailand Ltd *Bangkok* 33.7% .

Wichtigste assoziierte Gesellschaften, die in den Sektoren Nahrungsmittel und Wasser tätig sind, mit Ausnahme der mit \* bezeichneten Gesellschaften, die im Kosmetik- und Dermatologiesektor tätig sind.

Nach der Equity-Methode in die Konzernrechnung einbezogen, siehe «Konsolidierungskreis».

## Europa

**Deutschland** Alois Dallmayr Kaffee OHG *München* 50% • **Frankreich** L'Oréal S.A.\* *Paris* 26.3% • Houdebine S.A. *Noyal-Pontivy* 50% • S.B.E.C.M. Société de Bouchages Emballages Conditionnement Moderne S.à.r.l. *Lavardac* 50%.

## Nord- und Südamerika

**Vereinigte Staaten** Floridian Groves, Inc. *Tampa (Florida)* 40% • Dreyer's Grand Ice Cream, Inc. *Wilmington (Delaware)* 24%.

## Asien

**Malaysia** Premier Milk (Malaysia) Sdn. Bhd. *Kuala Lumpur* 25%.

## Subholding-, Finanz- und Immobiliengesellschaften

**Deutschland** Nestlé Unternehmungen Deutschland GmbH *Frankfurt* 100% • **Bahamas** Nestlé's Holdings Ltd *Nassau* 100% • Food Products (Holdings) Ltd *Nassau* 100% • **Belgien** Centre de Coordination Nestlé S.A. *Bruxelles* 100% • **Vereinigte Staaten** Nestlé Holdings, Inc. *Norwalk (Connecticut)* 100% • Nestlé Capital Corporation *Norwalk (Connecticut)* 100% • Alcon Holdings, Inc.\* *Wilmington (Delaware)* 100% • **Frankreich** Nestlé Entreprises S.A. *Noisiel* 100% • Nestlé Finance-France S.A. *Noisiel* 100% • Perrier Vittel S.A. *Paris* 100% • Société Immobilière de Noisiel *Noisiel* 100% • **Panama** Unilac, Inc. *Panamá City* 100% • **Portugal** Nestlé Portugal SGPS, Lda. *Linda-a-Velha* 100% • **Grossbritannien** Nestlé Holdings (U.K.) PLC *Croydon* 100% • Friskies Holding (UK) Ltd *Croydon* 100% • **Schweiz**

Entreprises Maggi S.A. *Kemptthal* 100% • Nestlé Finance S.A. *Cham* 100% • Rive-Reine S.A. *La Tour-de-Peilz* 100% • S.I. En Bergère Vevey S.A. *Vevey* 100% • Alcon Inc. \* *Hünenberg* 100% • Galderma Pharma S.A.\* *Lausanne* 50%.

## Gesellschaften für Beratung, Forschung und Entwicklung

### Nestec AG, Vevey (Schweiz)

Im Rahmen von Abkommen über technische, wissenschaftliche, kommerzielle und geschäftliche Beratung sowie von gleichwertigen Abkommen erbringt die Gesellschaft, deren Abteilungen für alle Geschäftsbereiche spezialisiert sind, eine ständige Beratung und Know-how an Betriebsgesellschaften der Gruppe. Sie ist darüber hinaus mit der gesamten wissenschaftlichen Forschung und der technologischen Entwicklung betraut, die sie selbst oder durch Tochtergesellschaften ausführt. Die betroffenen Gesellschaften und Abteilungen sind folgende:

### Forschungszentren

**Frankreich** Nestlé Research Centre Plant Science *Tours* • **Schweiz** Nestlé Research Center *Lausanne*.

## Produkt-Technologie-Zentren und Forschung- und Entwicklungszentren

**Deutschland** Nestlé R&D Center Lebensmittelforschung GmbH *Weiding* • **Côte d'Ivoire** Centre R&D Nestlé *Abidjan* • **Volksrepublik China** Nestlé R&D Center Shanghai Ltd *Shanghai* • **Vereinigte Staaten** Nestlé Product Technology Center *New Milford (Connecticut)* • Nestlé R&D Center, Inc. *Marysville (Ohio)* • Nestlé R&D Center, Inc. *Solon (Ohio)* • Friskies Product Technology Center *St. Joseph (Missouri)* • Alcon Research Ltd\* *Forth Worth (Texas)* • Galderma R&D Inc.\* *City of Dover (New Jersey)* • **Frankreich** Nestlé Product Technology Centre *Beauvais* • Nestlé Product Technology Centre *Lisieux* • Centre R&D Friskies *Amiens* • Galderma R&D S.n.c.\* *Sophia Antipolis* • **Grossbritannien** Nestlé Product Technology Centre *York* • **Singapur** Nestlé R&D Center (Pte) Ltd *Singapore* • **Schweiz** Nestlé Product Technology Centre *Kemptthal* • Nestlé Product Technology Centre *Konolfingen* • Nestlé Product Technology Centre *Orbe*.





# 135. Jahresbericht der Nestlé AG

<b>62</b>	<b>Erfolgsrechnung für das Jahr 2001</b>
<b>63</b>	<b>Bilanz per 31. Dezember 2001</b>
<b>64</b>	<b>Anhang zur Jahresrechnung der Nestlé AG</b>
64	Buchhaltungsgrundsätze
67	Anmerkungen zur Jahresrechnung
<b>75</b>	<b>Antrag für die Gewinnverteilung</b>
<b>76</b>	<b>Bericht der Revisionsstelle</b>
<b>77</b>	<b>Traktanden der 135. ordentlichen Generalversammlung der Nestlé AG</b>
<b>78</b>	<b>Wichtige Daten</b>
<b>79</b>	<b>Aktionärsinformation</b>

## Erfolgsrechnung für das Jahr 2001

In Millionen CHF	Anmerkungen	2001	2000
<b>Erträge</b>			
Erträge von Beteiligungsgesellschaften	1	<b>3 815</b>	4 761
Finanzertrag	2	<b>765</b>	550
Gewinn aus dem Verkauf von Anlagevermögen	3	<b>837</b>	1 460
Übrige Erträge		<b>21</b>	22
<b>Total Erträge</b>		<b>5 438</b>	6 793
<b>Aufwendungen</b>			
Abschreibungen	4	<b>791</b>	887
Kosten für Verwaltung und übrige Unkosten	5	<b>157</b>	135
Finanzaufwand	6	<b>44</b>	26
<b>Total Aufwendungen vor Steuern</b>		<b>992</b>	1 048
<b>Gewinn vor Steuern</b>		<b>4 446</b>	5 745
Steuern	7	<b>298</b>	380
<b>Reingewinn des Geschäftsjahres</b>	19	<b>4 148</b>	5 365

# Bilanz per 31. Dezember 2001

Vor Gewinnverteilung

In Millionen CHF	Anmerkungen	2001	2000
<b>Aktiven</b>			
<b>Umlaufvermögen</b>			
Flüssige Mittel	8	5 519	2 523
Debitoren	9	489	405
Abgrenzungskonten		45	66
<b>Total Umlaufvermögen</b>		<b>6 053</b>	2 994
<b>Anlagevermögen</b>			
Finanzanlagen	10	18 520	19 258
Immaterielle Werte	13	—	—
Sachanlagen	14	—	—
<b>Total Anlagevermögen</b>		<b>18 520</b>	19 258
<b>Total Aktiven</b>		<b>24 573</b>	22 252
<b>Passiven</b>			
<b>Fremdkapital</b>			
Kurzfristige Verbindlichkeiten	15	654	213
Abgrenzungskonten		177	233
Langfristige Verbindlichkeiten	16	255	256
Rückstellungen	17	789	873
<b>Total Fremdkapital</b>		<b>1 875</b>	1 575
<b>Eigenkapital</b>			
Aktienkapital	18/19	404	404
Gesetzliche Reserven	19	6 392	6 392
Spezialreserve	19	11 752	8 512
Bilanzgewinn	19	4 150	5 369
<b>Total Eigenkapital</b>		<b>22 698</b>	20 677
<b>Total Passiven</b>		<b>24 573</b>	22 252

# Anhang zur Jahresrechnung der Nestlé AG

## Buchhaltungsgrundsätze

### Allgemeines

Nestlé AG (die Gesellschaft) ist die Dachholding der Nestlé-Gruppe, welche weltweit Beteiligungsgesellschaften, assoziierte Gesellschaften sowie Joint Ventures umfasst. Die Rechnungslegung erfolgt in Übereinstimmung mit den Bewertungsprinzipien der schweizerischen Gesetzgebung. Im Übrigen ist sie nach dem historischen Kostenprinzip erstellt und berücksichtigt die am Bilanzstichtag noch nicht angefallenen Erträge und Aufwendungen. Ab 1. Januar 2001 sind alle Darlehen an Beteiligungsgesellschaften als langfristige Finanzierungsdarlehen zu betrachten und sind unter der Rubrik Finanzanlagen aufgeführt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden dementsprechend zugeordnet.

### Währungsumrechnung

Die Transaktionen in Fremdwährungen werden zum jeweiligen Tageskurs in Schweizer Franken umgerechnet oder, falls sie durch Termingeschäfte kursgesichert sind, zum entsprechenden Sicherungskurs. Die Aktiven und Passiven in Fremdwährungen sind aufgrund der Ende Jahr geltenden Devisenkurse bewertet. Daraus resultierende Kursdifferenzen werden erfolgswirksam verbucht. Der Nettobetrag der nicht realisierten Kursdifferenzen – über die Dauer der Darlehen oder Anlagen gerechnet – einschliesslich Ergebnisse aus Absicherungsgeschäften wird bei einem Verlust der Erfolgsrechnung belastet, während ein Gewinn zurückgestellt wird.

### Absicherungsgeschäfte («Hedging»)

Die Gesellschaft benützt zur Absicherung von Mittelfluss und Positionen in Devisen Termingeschäfte, Devisenoptionen, Währungs-Futures und Swaps auf Devisen. Die nicht realisierten Ergebnisse aus Absicherungsinstrumenten sind mit den Kursdifferenzen, auf die sich die abgesicherten Geschäfte beziehen, verrechnet. Langfristige Darlehen in fremder Währung zur Finanzierung von Beteiligungsgesellschaften sind generell nicht abgesichert.

Die Gesellschaft benützt ebenfalls Swaps auf Zinssätze, um die zinssatzbedingten Risiken zu steuern. Am Bilanzstichtag wurden die Swaps zum Marktwert bewertet

und die sich daraus ergebenden Differenzen erfolgswirksam verbucht.

### Erfolgsrechnung

Nicht eingegangene Erträge werden der Erfolgsrechnung nur dann gutgeschrieben, wenn mit der Überweisung in nächster Zukunft gerechnet werden kann. Die Dividenden aus dem Gewinn, den eine Gesellschaft vor Übernahme durch die Nestlé AG erwirtschaftet hat, wird vom entsprechenden Beteiligungswert in Abzug gebracht.

Laut schweizerischer Gesetzgebung und gemäss den Statuten der Gesellschaft sind die Dividenden erst in dem Jahr verbucht, in dem sie von der ordentlichen Generalversammlung gutgeheissen und von der Gesellschaft anschliessend ausbezahlt werden, und nicht in dem Jahr, auf das sie sich beziehen.

### Steuern

Diese Rubrik enthält Steuern auf Gewinn und Kapital. Sie beinhaltet auch ausländische Quellensteuern auf Erträge von Beteiligungsgesellschaften.

### Finanzanlagen

Der Bilanzwert der Beteiligungen und Darlehen entspricht den Investitionskosten ohne eventuell angefallene Unkosten, abzüglich der zu Lasten der Erfolgsrechnung erfolgten Abschreibungen.

Beteiligungen, die wegen der politischen, wirtschaftlichen oder währungspolitischen Lage des betreffenden Landes ein überdurchschnittliches Risiko aufweisen, werden auf einen Franken abgeschrieben.

Beteiligungen und Darlehen werden nach dem Vorsichtsprinzip, entsprechend der Rentabilität der betreffenden Gesellschaft, abgeschrieben.

Die marktgängigen Wertschriften werden entweder zum Ankaufspreis oder zum Marktwert bilanziert, wobei der niedrigere der beiden Werte zur Anwendung kommt.

Eigene Aktien, die zur Ausübung von Optionsrechten der Mitglieder der Geschäftsleitung bestimmt sind, werden zum Basispreis verbucht, falls dieser niedriger als der Marktwert ist.

Eigene Aktien, die zum Handel bestimmt sind, sowie diejenigen, die zur Ausübung von Warrants und deren

Optionsanleihe von einer Tochtergesellschaft ausgestellt wurden, werden zum Ankaufspreis verbucht.

### **Immaterielle Werte**

Marken und andere gewerbliche Schutzrechte werden im Anschaffungsjahr vollumfänglich abgeschrieben. Ausnahmsweise können sie in der Bilanz aktiviert und anschliessend der Erfolgsrechnung über mehrere Jahre belastet werden. In der Konzernrechnung werden die immateriellen Werte anders behandelt.

### **Sachanlagen**

Die Gesellschaft ist Eigentümerin von Grundstücken und Gebäuden, die im Laufe der Jahre auf einen Franken abgeschrieben wurden. Mobilien und andere Büroeinrichtungen werden im Anschaffungsjahr vollumfänglich abgeschrieben.

### **Rückstellungen**

Rückstellungen zur Deckung allfälliger Risiken werden nach den Grundsätzen einer vorsichtigen Geschäftsführung gebildet. Eine Rückstellung für unversicherte Risiken deckt allgemeine, bei Dritten nicht versicherte Risiken ab, zum Beispiel Ertragsausfälle aus Betriebsunterbrüchen infolge unvorhersehbarer Ursachen. Rückstellungen für Schweizer Steuern werden aufgrund der steuerpflichtigen Elemente (Kapital, Reserven und Rein-

gewinn des Berichtsjahres) gebildet. Zudem deckt eine allgemeine Rückstellung Eventualverpflichtungen für ausländische Steuern.

### **Pensionen**

Das Personal der Gesellschaft ist im Genuss von Vorsorgeplänen im Leistungsprimat, die von rechtlich selbständigen Pensionskassen finanziert werden.

### **Abgrenzungskonten**

In den aktiven Abgrenzungskonten sind im Voraus gezahlte Aufwendungen für das neue Geschäftsjahr berücksichtigt sowie Erträge aus dem laufenden Geschäftsjahr, die erst zu einem späteren Zeitpunkt eingehen (beispielsweise Zinsen auf Darlehen oder auf die Platzierung von flüssigen Mitteln). Ebenfalls in dieser Rubrik enthalten sind zum Bilanzstichtag nicht realisierte Nettokursgewinne auf Devisentermingeschäfte sowie die Bewertungsdifferenz der Zinsswaps.

Die passiven Abgrenzungskonten enthalten bereits eingegangene Erträge, die das neue Geschäftsjahr betreffen, sowie Aufwendungen für das laufende Geschäftsjahr, die erst zu einem späteren Zeitpunkt gezahlt werden. Darin sind auch die zum Bilanzstichtag nicht realisierten Nettokursverluste auf Devisentermingeschäfte sowie die Bewertungsdifferenz der Zinsswaps enthalten.



# Anmerkungen zur Jahresrechnung

## 1. Erträge von Beteiligungsgesellschaften

Diese Rubrik beinhaltet Dividenden und andere Nettoerträge von Beteiligungsgesellschaften aus dem laufenden und früheren Geschäftsjahren.

## 2. Finanzertrag

In Millionen CHF	2001	2000
Nettozinsen von Beteiligungsgesellschaften	634	456
Übrige Zinsen	131	94
	<b>765</b>	<b>550</b>

Die Zunahme gegenüber dem Vorjahr ist hauptsächlich auf die günstigere Entwicklung aus Devisen-Absicherungsgeschäften zurückzuführen. Die Zinseinnahmen auf Darlehen sowie auf anderen Geldanlagen stiegen im Jahr 2001 ebenfalls an.

## 3. Gewinn aus dem Verkauf von Anlagevermögen

Es handelt sich hauptsächlich um Nettoerlöse aus dem Verkauf von Beteiligungen an Tochtergesellschaften im Rahmen einer Umorganisation sowie aus dem Verkauf von gewissen Marken und anderen gewerblichen Schutzrechten, die in früheren Jahren abgeschrieben wurden.

## 4. Abschreibungen

In Millionen CHF	2001	2000
Beteiligungen und Darlehen	389	664
Marken und andere gewerbliche Schutzrechte	402	223
	<b>791</b>	<b>887</b>

Die Abschreibung von Beteiligungen und Darlehen entspricht dem Vorsichtsprinzip, gemäss der politischen, wirtschaftlichen und währungspolitischen Lage des betreffenden Landes, sowie der Rentabilität der betreffenden Gesellschaften. Die Abschreibung von Marken und anderen gewerblichen Schutzrechten im Jahr 2001 betrifft hauptsächlich Marken, die von Tochtergesellschaften erworben wurden.

## 5. Kosten für Verwaltung und übrige Unkosten

In Millionen CHF	2001	2000
Personalaufwand	53	41
Übriger Aufwand	104	94
	<b>157</b>	135

## 6. Finanzaufwand

In Millionen CHF	2001	2000
Zinsen für langfristige Obligation	15	17
Übrige Zinsen	29	9
	<b>44</b>	26

## 7. Steuern

Die Belastung ergibt sich aus der Quellenbesteuerung der im Ausland erzielten Erträge sowie aus der Bildung einer angemessenen Rückstellung für Schweizer Steuern.

## 8. Flüssige Mittel

In Millionen CHF	2001	2000
Barmittel und andere Zahlungsmittel	3 350	1 331
Kurzfristige Geldanlagen	155	—
Marktgängige Wertschriften	2 014	1 192
	<b>5 519</b>	2 523



## 9. Debitoren

In Millionen CHF	2001	2000
Forderungen gegenüber Beteiligungsgesellschaften		
Kontokorrente	396	374
Rückstellungen für nicht sofort überweisbare Forderungen	—	—
	396	374
Übrige Forderungen (inkl. Verrechnungssteuer)	93	31
	489	405

Die schweizerische Verrechnungssteuer wurde inzwischen zurückbezahlt.

## 10. Finanzanlagen

In Millionen CHF	2001	2000
Beteiligungen (siehe Anmerkung 11)	10 848	10 900
Darlehen an Beteiligungsgesellschaften (siehe Anmerkung 12)	6 343	7 114
Eigene Aktien	1 014	1 029
Übrige Finanzanlagen	315	215
	18 520	19 258

Die eigenen Aktien sind:

- zur Ausübung von Optionsrechten der Mitglieder der Geschäftsleitung bestimmt (Ende 2001 waren 852 660 Optionen im Umlauf, wovon 427 260 im Jahr 2002 ausgeübt werden können);
- zur Ausübung von Warrants bestimmt, die mit Optionsanleihen einer Tochtergesellschaft verbunden sind (1 294 190 Aktien);
- zum Handel bestimmt (1 306 988 Aktien).

Die übrigen Finanzanlagen beinhalten eine Kapitalzeichnung von CHF 100 Mio. an die Crossair AG, wovon im Jahr 2001 30% einbezahlt wurden. Der Saldo von CHF 70 Mio. ist unter Kurzfristige Verbindlichkeiten vermerkt und wird bis Ende März 2002 bezahlt.

## 11. Beteiligungen

In Millionen CHF	2001	2000
Saldo per 1. Januar	10 900	7 373
Zunahme	325	4 191
Abschreibungen	(377)	(664)
Saldo per 31. Dezember	10 848	10 900

Die Zunahme ist insbesondere zurückzuführen auf:

- weitere Einlagen in Form von Kapitalerhöhungen in mehreren Tochtergesellschaften, vor allem in der Türkei und der Volksrepublik China;
- den Kauf von Aktien einiger Tochtergesellschaften, an Börsen oder von Dritten, mehrheitlich in Indonesien, Indien, Thailand und Malaysia;
- den Kauf von bisher von Tochtergesellschaften gehaltenen Beteiligungen.

Die Beteiligungen werden gesamthaft weiterhin nach dem Vorsichtsprinzip bewertet, sei es in Bezug auf die Erträge der Holdinggesellschaft oder die Nettoaktiven der Tochtergesellschaften.

Eine Auflistung der wichtigsten Gesellschaften, die die Nestlé AG entweder direkt oder indirekt über andere Beteiligungsgesellschaften besitzt, mit Angabe der prozentualen Beteiligung an deren Aktienkapital, befindet sich unter «Konzernrechnung der Nestlé-Gruppe». Eine Tochtergesellschaft in Kanada besitzt das Vorkaufsrecht für Aktien von Tochtergesellschaften ausserhalb Kontinentaleuropas.

## 12. Darlehen an Beteiligungsgesellschaften

In Millionen CHF	2001	2000
Saldo per 1. Januar	7 114	7 854
Neue Darlehen	1 799	1 920
Rückzahlungen und Abschreibungen	(2 575)	(2 434)
Realisierte Kursdifferenzen	57	28
Nicht realisierte Kursdifferenzen	(52)	(254)
Saldo per 31. Dezember	6 343	7 114

Ab 1. Januar 2001 sind alle Darlehen an Beteiligungsgesellschaften als langfristige Finanzierungsdarlehen zu betrachten. Die Vergleichswerte des Vorjahres, früher unter Kurzfristige Finanzkredite, wurden neu den Finanzanlagen zugeordnet (CHF 2832 Mio.).

### 13. Immaterielle Werte

Im Laufe des Jahres wurde der gesamte Betrag abgeschrieben.

### 14. Sachanlagen

Es handelt sich vor allem um Grundstücke und Gebäude in Cham und La Tour-de-Peilz. Das Gebäude in La Tour-de-Peilz ist an die bedeutendste auf dem Schweizer Markt tätige Betriebsgesellschaft, die Nestlé Suisse S.A., vermietet. Das Gebäude «En Bergère» in Vevey, Hauptsitz der Gruppe, ist Eigentum einer Immobiliengesellschaft, deren Aktien sich im Besitz der Nestlé AG befinden.

Die Höhe der Brandschutzversicherung für Gebäude, Mobiliar und Bürogeräte belief sich Ende 2001, wie 2000, auf CHF 22 Mio.

### 15. Kurzfristige Verbindlichkeiten

In Millionen CHF	2001	2000
Beteiligungsgesellschaften	559	183
Andere Verbindlichkeiten	95	30
	<b>654</b>	213

### 16. Langfristige Verbindlichkeiten

In Millionen CHF	2001	2000
Beteiligungsgesellschaften	255	256
Andere Verbindlichkeiten	—	—
	<b>255</b>	256

Diese Rubrik enthält eine im Jahr 1989 eingegangene langfristige Verbindlichkeit zugunsten einer Tochtergesellschaft. Deren Gegenwert nahm aufgrund einer nicht realisierten, verbuchten Kursdifferenz um CHF 1 Mio. ab und betrug per Ende 2001 CHF 255 Mio.

## 17. Rückstellungen

In Millionen CHF	2001	2000
Rückstellungen für unversicherte Risiken	475	475
Rückstellungen für Fremdwährungsrisiken	53	162
Rückstellungen für Schweizer und ausländische Steuern	229	203
Übrige Rückstellungen	32	33
	<b>789</b>	<b>873</b>

In der Konzernrechnung werden die Rückstellungen gemäss den IAS-Normen gebildet. Die Rückstellung für Fremdwährungsrisiken beinhaltet den nicht realisierten Kursgewinn, gemäss Jahresendkurs, auf Darlehen an Beteiligungsgesellschaften.

## 18. Aktienkapital

	2001	2000
Am 11. Juni 2001 wurde ein Aktiensplit im Verhältnis von 1:10 durchgeführt. Die Aktienkapitalstruktur der Nestlé AG ist nun wie folgt:		
Anzahl Namenaktien mit einem Nominalwert von je CHF 1 (CHF 10 im Jahr 2000)	403 520 000	40 352 000
In Millionen CHF	404	404

Gemäss Artikel 6 der Statuten kann keine natürliche oder juristische Person für Aktien, die sie direkt oder indirekt besitzt, für mehr als 3% des Aktienkapitals als Aktionär mit Stimmrecht eingetragen werden. In Artikel 14 ist ebenfalls festgehalten, dass kein Aktionär bei der Ausübung des Stimmrechts für eigene und vertretene Aktien zusammen mehr als 3% des gesamten Aktienkapitals direkt oder indirekt auf sich vereinigen kann.

Per 31. Dezember 2001 waren 176 631 Aktionäre im Aktienregister eingetragen. Unter Berücksichtigung der pendenten Eintragungen und der Personen, welche indirekt Aktien in Form von Zertifikaten in den USA (so genannte «American Depositary Receipts») besitzen, dürfte die Gesamtzahl der Aktionäre 250 000 überschreiten. Der Gesellschaft war nicht bekannt, dass irgendein Aktionär direkt oder indirekt 3% oder mehr des Aktienkapitals besass.

### Bedingte Kapitalerhöhung

Gemäss Statuten kann das Aktienkapital durch Ausübung von Wandel- oder Optionsrechten unter Ausgabe von höchstens 10 000 000 voll zu liberierenden Namenaktien mit einem Nennwert von je CHF 1.– um maximal CHF 10 000 000 erhöht werden. Mit der Ausgabe von Wandel- oder Optionsanleihen verfügt der Verwaltungsrat über ein flexibles Mittel, die Aktivitäten der Gesellschaft zu vorteilhaften Bedingungen zu finanzieren.

## 19. Veränderung des Eigenkapitals

In Millionen CHF

	Aktien- kapital	Reserve			Bilanz- gewinn	Total
		Allg. Reserve <sup>(a)</sup>	für eigene Aktien <sup>(a)/(b)</sup>	Spezial- reserve		
Saldo per 1. Januar 2001	404	4 160	2 232	8 512	5 369	<b>20 677</b>
Zuweisung an die Spezialreserve				3 195	(3 195)	
Reingewinn des Geschäftjahres					4 148	<b>4 148</b>
Dividende für 2000					(2 127)	<b>(2 127)</b>
Eigene Aktien (netto)		(356)	356			
Dividende auf eigene Aktien, die vor dem Tag der Dividenden- zahlung 2000 erworben wurden				37	(37)	
Dividende auf Aktien, deren verfallene Optionsrechte am Tag der Dividendenzahlung 2000 nicht ausgeübt wurden				8	(8)	
Saldo per 31. Dezember 2001	404	3 804	2 588	11 752	4 150	<b>22 698</b>

<sup>(a)</sup> Die allgemeine Reserve und die Reserve für eigene Aktien bilden die gesetzlichen Reserven.

<sup>(b)</sup> Siehe Anmerkung 20

## 20. Reserve für eigene Aktien

Am 31. Dezember 2000 betrug die Reserve für eigene Aktien CHF 2232 Mio. Dies entsprach einerseits dem Ankaufspreis einer Tochtergesellschaft von 7 852 620 frei zur Verfügung stehenden Aktien, andererseits dienten 939 310 Aktien zur Deckung von Optionsrechten der Mitglieder der Geschäftsleitung und 1 294 190 Aktien zur Ausübung von Warrants, deren Optionsanleihe von einer Tochtergesellschaft ausgestellt wurde. Ferner waren 4 904 150 Aktien zum Handel bestimmt.

Am 11. Juni 2001 wurde ein Aktiensplit im Verhältnis von 1:10 durchgeführt. Die Anzahl der eigenen Aktien vor diesem Datum wurde dementsprechend angepasst.

Während des Jahres wurden 3 299 300 Aktien für CHF 1133 Mio. erworben (davon 2 233 490 Aktien zur Ausübung von Warrants, verbunden mit einer neuen Optionsanleihe einer Tochtergesellschaft) und 2 425 116 Aktien für CHF 875 Mio. verkauft (worunter 79 930 Aktien zur Ausübung von Optionen bestimmt waren).

Am 31. Dezember 2001 besass eine Tochtergesellschaft einen Saldo von 7 852 620 Aktien (Anschaffungspreis: CHF 31,7 Mio.). Der Verwaltungsrat hat entschieden, diese ab 2001 zur Deckung von Optionsrechten der Mitglieder der Geschäftsleitung zuzuweisen (1 338 806 Optionen wurden im Jahr 2001 gewährt). So lange sie sich im Besitz der Tochtergesellschaft befinden, sind sie im Aktienregister ohne Stimmrecht eingetragen und nicht dividendenberechtigt. Ferner besass die Gesellschaft 3 631 494 zum Handel bestimmte Aktien, 852 660 Aktien zur Deckung von Optionsrechten der Mitglieder der Geschäftsleitung und 3 527 680 Aktien zur Ausübung von Warrants, deren Optionsanleihen von einer Tochtergesellschaft ausgestellt wurden. So lange die Optionsrechte und Warrants nicht ausgeübt oder die Aktien verkauft werden, bleiben diese Aktien im Aktienregister ohne Stimmrecht eingetragen und sind nicht dividendenberechtigt.

Per 31. Dezember 2001 betrug die Anzahl der eigenen Aktien 15 864 454. Dies entspricht 3,9% des Aktienkapitals der Nestlé AG.

## 21. Eventualverbindlichkeiten

Am 31. Dezember 2001 bzw. 2000 betrug die Gesamtsumme der Garantien für an Beteiligungsgesellschaften gewährte Kredite sowie der Garantien für Vereinbarungen für den Rückkauf der von ihnen ausgegebenen «Notes» CHF 6444 Mio. bzw. CHF 5031 Mio.

## Antrag für die Gewinnverteilung

In CHF	2001	2000
<b>Verfügbarer Gewinn gemäss Bilanz</b>		
Vortrag des Vorjahres	2 358 697	4 188 706
Reingewinn des Geschäftsjahres	4 148 374 076	5 365 160 086
	<b>4 150 732 773</b>	5 369 348 792
<b>Wir beantragen folgende Verwendung</b>		
Zuweisung an die Spezialreserve	1 620 000 000	3 195 000 000
Dividende für 2001, CHF 6.40 pro Aktie auf 387 655 546 Aktien (2000: CHF 55.– auf 38 852 973 Aktien)	2 480 995 494	2 136 913 515
Dividende für 2001, CHF 6.40 pro Aktie auf 427 260 Aktien, welche für die im Jahr 2002 ausübbarer Optionsrechte reserviert sind, auf 3 527 680 Aktien zur Deckung von Warrants, sowie auf 3 631 494 zum Handel bestimmten Aktien <sup>(a)</sup> (2000: CHF 55.– auf 637 756 Aktien)	48 553 178	35 076 580 <sup>(b)</sup>
	<b>4 149 548 672</b>	5 366 990 095
<b>Vortrag auf neue Rechnung</b>	<b>1 184 101</b>	2 358 697

<sup>(a)</sup> Die Dividenden auf Aktien, deren Optionsrechte am Tag der Dividendenzahlung nicht ausgeübt wurden, werden der Spezialreserve zugeführt. Die Dividenden auf Aktien, die zum Handel und zur Deckung von im Handel befindlichen Warrants bestimmt, und am Tag der Dividendenzahlung in unserem Besitz sind, werden auch der Spezialreserve zugeführt.

<sup>(b)</sup> Vom Totalbetrag von CHF 35 076 580 wurden CHF 31 680 effektiv als Dividenden ausbezahlt. Der Saldo von CHF 35 044 900 wurde der Spezialreserve zugeführt.

Sofern dieser Antrag angenommen wird, beläuft sich die Dividende pro Aktie auf brutto CHF 6.40. Nach Abzug der eidg. Verrechnungssteuer von 35% verbleibt ein Nettobetrag von CHF 4.16 pro Aktie, zahlbar Mittwoch, 17. April 2002. Die Dividende wird direkt auf das Konto der Aktionäre überwiesen, oder die Vergütung erfolgt durch Übergabe eines Schecks, gemäss den von den Aktionären erteilten Weisungen.

Cham und Vevey, 27. Februar 2002  
Der Verwaltungsrat

## Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der Nestlé AG

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Nestlé AG für das am 31. Dezember 2001 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlansagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und Statuten.


Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.



Klynveld Peat Marwick Goerdeler SA



S.R. Cormack  
Chartered accountant



B.A. Mathers  
Chartered accountant

Leitende Revisoren  
London und Zürich, 27. Februar 2002



# Traktanden der 135. ordentlichen Generalversammlung der Nestlé AG

Donnerstag, den 11. April 2002, um 15.00 Uhr  
im «Palais de Beaulieu» in Lausanne

- 1** Jahresbericht, Bericht der Revisoren
- 1a** Jahresbericht und Jahresrechnung 2001 der Nestlé AG;  
Bericht der Revisionsstelle
- 1b** Konzernrechnung 2001 der Nestlé-Gruppe;  
Bericht der Konzernrechnungsprüfer
- 2** Entlastung des Verwaltungsrates  
und der Geschäftsleitung
- 3** Beschlussfassung über die Verwendung  
des Bilanzgewinnes der Nestlé AG
- 4** Wahlen in den Verwaltungsrat  
Peter Brabeck-Letmathe (für eine Amtsdauer von 5 Jahren)  
Vreni Spoerry (für eine Amtsdauer von 2 Jahren)  
Prof. Dr. Vernon R. Young (für eine Amtsdauer von 5 Jahren)
- 5** Wahl der Revisionsstelle  
(Jahresrechnung der Nestlé AG und  
Konzernrechnung der Nestlé-Gruppe);  
KPMG Klynveld Peat Marwick Goerdeler S.A.,  
London und Zürich  
(für eine Amtsdauer von 3 Jahren)

## **Wahlen in den Verwaltungsrat**

Zur Generalversammlung vom 11. April 2002 laufen die Mandate von Herrn Peter Brabeck-Letmathe und von Frau Vreni Spoerry aus. Beide Verwaltungsräte können für ein weiteres Mandat von fünf Jahren wiedergewählt werden. Herr Peter Brabeck-Letmathe stellt sich für ein weiteres Mandat von fünf Jahren zur Wahl.

Frau Vreni Spoerry hat den Wunsch geäussert, sich für ein weiteres Mandat von lediglich zwei Jahren zur Wahl zu stellen.

Ausserdem schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vor, Herrn Prof. Dr. Vernon R. Young, british/amerikanischer Staatsangehöriger, Professor für Ernährungs-Biochemie am Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Boston/Cambridge, USA, als neues Verwaltungsratsmitglied zu wählen, ebenfalls für ein Mandat von fünf Jahren.

Nächste ordentliche Generalversammlung:  
Donnerstag, den 3. April 2003,  
im «Palais de Beaulieu» in Lausanne

## Wichtige Daten

11. April 2002	Bekanntgabe des Umsatzes für das erste Quartal 2002
11. April 2002	135. ordentliche Generalversammlung im «Palais de Beaulieu», Lausanne
17. April 2002	Auszahlung der Dividende
21. August 2002	Veröffentlichung des Halbjahresberichts Januar/Juni 2002
24. Oktober 2002	Bekanntgabe des Umsatzes für die ersten neun Monate 2002; Herbst-Pressekonferenz (Vevey)
27. Februar 2003	Bekanntgabe des Umsatzes und der Ergebnisse 2002; Frühjahrs-Pressekonferenz (Vevey)
3. April 2003	136. ordentliche Generalversammlung im «Palais de Beaulieu», Lausanne
16. April 2003	Bekanntgabe des Umsatzes für das erste Quartal 2003

## Aktionärsinformation

### **Börsenkotierung**

Am 31. Dezember 2001 waren die Namenaktien der Nestlé AG an folgenden Börsen kotiert: SWX Swiss Exchange, Frankfurt, London und Paris.

Auf Nestlé AG Aktien ausgestellte «American Depositary Receipts» (ADRs) werden in den Vereinigten Staaten durch JPMorgan Chase Bank ausgegeben.

### **Sitze der Gesellschaft**

Nestlé AG, Avenue Nestlé 55, CH-1800 Vevey (Schweiz),  
Tel. 021 924 21 11.

Nestlé AG (Aktienbüro), Zugerstrasse 8,  
CH-6330 Cham (Schweiz), Tel. 041 785 20 20.

### **Weitere Auskünfte**

Für weitere Auskünfte, die den Geschäftsbericht betreffen, wenden Sie sich bitte an Nestlé AG, «Investor Relations», Avenue Nestlé 55, CH-1800 Vevey (Schweiz),  
Tel. 021 924 27 42, Fax 021 924 28 13.

E-Mail: [investor.relations@nestle.com](mailto:investor.relations@nestle.com)  
oder die Website [www.ir.nestle.com](http://www.ir.nestle.com)

Für Auskünfte in Bezug auf das Aktienregister (Eintragungen, Übertragungen, Adressänderungen, Dividenden usw.) wenden Sie sich bitte an Nestlé AG, Aktienbüro, Zugerstrasse 8, CH-6330 Cham (Schweiz),  
Tel. 041 785 20 20, Fax 041 785 20 24.

Die Gesellschaft bietet die kostenlose Verwahrung der an der SWX Swiss Exchange gehandelten Nestlé-AG-Aktien in ihrem Aktienbüro in Cham an.

Internet-Adresse: <http://www.nestle.com>



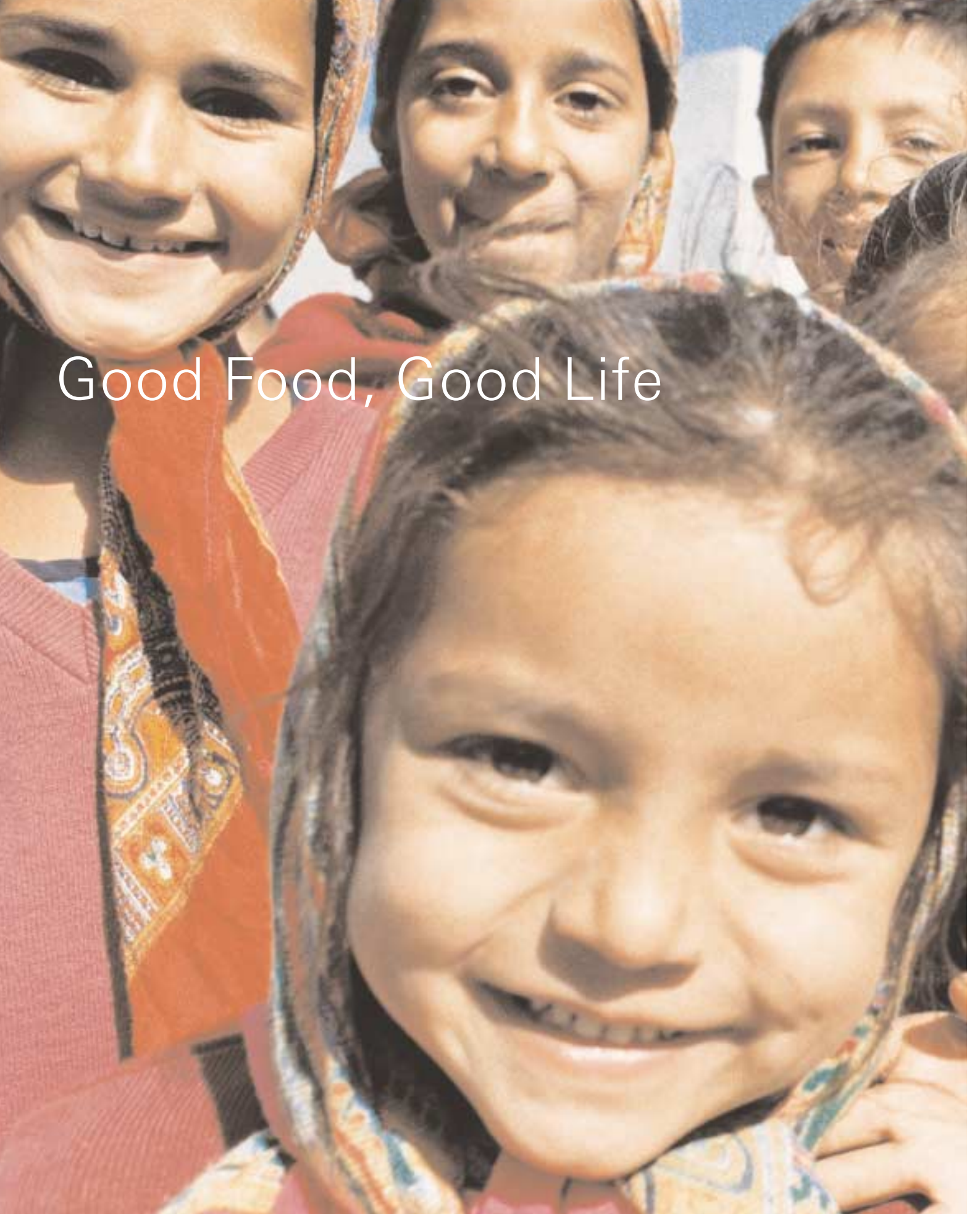


Nestlé

Good Food, Good Life

## Nestlé und die Nachhaltigkeit – Eine Übersicht





Good Food, Good Life

# Inhaltsverzeichnis

- 2 Qualitäts-Nahrungsmittel und nachhaltige Entwicklung**
- 4 Unsere Prinzipien und Werte, unsere Kultur**
  - 5 *Die Nestlé-Unternehmensgrundsätze*
  - 5 Nestlé-Prinzipien der Corporate Governance
  - 6 *Die grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé*
  - 7 Audits zur Einhaltung der *Nestlé-Unternehmensgrundsätze*
- 8 Nachhaltige wirtschaftliche Leistung und Entwicklung**
  - 9 Langfristige, verlässliche Gewinne für die Aktionäre
  - 10 Investorenbeziehungen
  - 10 Einfluss auf die Nahrungsmittelproduktion und Nationalökonomie
  - 14 Lebensmittelindustrie und landwirtschaftliche Entwicklung: Investition in Kompetenz
  - 15 Ankauf landwirtschaftlicher Rohstoffe
- 18 Nachhaltige Umweltverfahren**
  - 19 *Umwelt – Fortschrittsbericht 2000*
  - 19 Integriertes Handeln entlang der gesamten Versorgungskette
  - 21 Wasser als höchste Priorität
  - 25 Systematisches Management der Umweltleistungen
- 26 Nachhaltige soziale Entwicklung**
  - 27 Beziehungen zu unseren Mitarbeitern**
    - 27 Langfristige Arbeitsverhältnisse
    - 27 Ausbildung, Transfer von Technologie und Know-how
    - 28 Sicheres Arbeitsumfeld
    - 29 Arbeits- und Anstellungsbedingungen bei Nestlé
    - 30 Das Recht, Gewerkschaften beizutreten
    - 31 Sicherung des Arbeitsplatzes bei Umstrukturierungen
    - 31 Kinderarbeit
  - 32 Die Beziehungen zu unseren Lieferanten und Geschäftspartnern**
    - 32 Audits unserer industriellen Lieferanten
    - 32 Antikorruptionsmassnahmen
  - 33 Die Beziehungen zu Konsumenten und der Gesellschaft**
    - 33 Qualität, Sicherheit und Nährwert
    - 36 Forschung und Innovation für Lebensmittelsicherheit, Qualität und Wohlbefinden
    - 37 Kundendienstzentren
    - 40 Auf Konsumenten und Kinder ausgerichtete Werbung
    - 41 Die Vermarktung von Muttermilchersatz
    - 41 Marketing Audits betreffend Säuglingsanfangsnahrung
  - 44 Engagement und Verantwortungsgefühl innerhalb der Gemeinschaft**
- 46 Die Zukunft**

# Qualitäts-Nahrungsmittel und nachhaltige Entwicklung

Wir bei Nestlé definieren nachhaltige Entwicklung als das Bestreben, den Zugang der Welt zu Lebensmitteln von höherer Qualität zu verbreitern, während wir gleichzeitig zu langfristiger gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Entwicklung beitragen und die Umwelt für kommende Generationen bewahren.

Während ihrer ganzen 135-jährigen Geschichte hat Nestlé stets an ihrem Grundprinzip festgehalten, langfristigen und nachhaltigen Wert für unsere Konsumenten, Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und die Gesellschaft als Ganzes zu schaffen.

Die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* erklären offen, dass wir eine langfristige Geschäftsentwicklung über kurzfristigen Gewinn stellen. Wir bekennen uns dazu, einen gesunden Gewinn zu erzielen, weisen jedoch unsere Manager an, dass dies nicht auf Kosten einer langfristigen, nachhaltigen Entwicklung geschehen darf.





Am Beginn des 21. Jahrhunderts sind wir der Meinung, dass eine geschäftliche Strategie, die auf qualitativ hochstehenden Lebensmittel- und Getränkeprodukten beruht, nur durch Geschäftspraktiken aufrecht erhalten werden kann, die auf den Grundsätzen einer langfristigen, nachhaltigen Entwicklung basieren. Mit diesem Bericht versuchen wir, zu beschreiben, wie wir die Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung dort praktizieren und durchsetzen, wo wir einen direkten Einfluss und eine direkte Einwirkung auf Volkswirtschaft, Gesellschaft und Umwelt haben.

Für alle Mitarbeiter unseres Unternehmens sind unsere Verantwortlichkeiten und Werte in unserer Verpflichtung auf die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* umschrieben. Diese legen die Grundregeln fest, die wir befolgen, um sicher zu gehen, dass wir die höchsten Verhaltensstandards einhalten. Dieser Bericht stellt einige besondere Leistungen und Zahlen vor und zeigt unsere Bemühungen, unsere Prinzipien in die Praxis umzusetzen. Beim Umsetzen unserer Verpflichtung, ein führendes Unternehmen bei der nachhaltigen Entwicklung zu sein, bauen wir auf zwei der wesentlichen Pfeiler unserer langfristigen Strategie auf: Innovation – Renovation sowie betriebliche Effizienz. Wir erfinden neue Produkte und Technologien, um den derzeitigen und künftigen Bedürfnissen unserer Konsumenten in einer zunehmend nachhaltigen Art und Weise gerecht zu werden, und aus dem gleichen Grunde verbessern oder erneuern wir bestehende Produkte und Technologien. Wir haben uns zu ständiger Verbesserung bei der effizienten Nutzung der Ressourcen verpflichtet, was sich nicht nur in niedrigeren Produktionskosten, sondern auch in weniger Umweltbelastung niederschlägt. Unsere Tätigkeit mit den Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung in Einklang zu bringen, ist auch geschäftlich sinnvoll.

Angesichts der Bedeutung, welche das Unternehmen einer hohen Qualität, der Lebensmittelsicherheit, dem Ernährungswert und der Attraktivität seiner Produkte für den Konsumenten beimisst, muss Nestlé qualitativ hochstehende landwirtschaftliche Rohstoffe einkaufen, die auf nachhaltige Art und Weise erzeugt wurden. Obwohl wir kein landwirtschaftlich genutztes Land besitzen, bestand unser Bestreben immer darin, die landwirtschaftlichen Methoden und den Lebensstandard von Millionen Bauern durch technische Assistenz zu verbessern.

Dies ist der erste Versuch von Nestlé, über nachhaltige Entwicklung zu berichten und unseren Einfluss auf das Wohlergehen der Menschen und des Planeten zu beschreiben. Der Bericht als solcher ist ein Schritt auf einer Reise und kein Endziel. Nestlé veröffentlichte ausserdem detailliertere Berichte mit folgenden Titeln: *Umwelt – Fortschrittsbericht 2000* sowie *Nestlé in der Gemeinschaft*, und unser jährlicher *Geschäftsbericht* vermittelt Einzelheiten über unsere finanziellen Ergebnisse. Zusätzliche Informationen über diese und andere Publikationen finden Sie am Ende dieses Berichts. Auf unserem Weg nach vorne zur nachhaltigen Entwicklung haben wir uns verpflichtet, offen und transparent zu sein und auf die Ansichten der anderen zu hören. Aus diesem Grunde laden wir Sie ein, die beiliegende Antwortkarte zu benutzen, uns zu schreiben ([www.nestle.com](http://www.nestle.com)) und uns jegliche Kommentare oder Vorschläge zukommen zu lassen, die Sie nach der Lektüre dieses Berichts haben mögen.

**Peter Brabeck-Letmathe**  
Delegierter des Verwaltungsrates

# Unsere Prinzipien und Werte, unsere Kultur

Unsere Werte und Prinzipien sind in den *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen* ausführlich beschrieben. Diese wurden 1998 veröffentlicht und 2002 auf den neuesten Stand gebracht, um sämtliche bestehenden Geschäftsprinzipien von Nestlé in einem einzigen Dokument zusammenzufassen, jetzt auch unter Einschluss unserer Prinzipien der Corporate Governance. Die revidierte Version umfasst auch alle neun Grundsätze des **Global Compact** des UNO-Generalsekretärs hinsichtlich der Arbeitsbedingungen, Menschenrechte und Umweltfragen.

## Die Nestlé-Unternehmensgrundsätze

Einige der grundlegenden Werte und Prinzipien von Nestlé sind:

- Bevorzugung der langfristigen Entwicklung gegenüber kurzfristigem Gewinn;
- langfristige Verpflichtungen und Geschäftsbeziehungen;
- Respekt für und Integration in unterschiedliche Kulturen;
- korrektes Verhalten und ethische Werte als grundlegende Voraussetzungen für unser Management und unsere Mitarbeiter;
- Anerkennung, dass die Konsumenten ein Recht auf Information über die von ihnen gekauften Produkte haben sowie über das Unternehmen, das hinter der Marke steht.

Diese Prinzipien wurden in mehr als 40 Sprachen übersetzt und alle Nestlé-Manager sind verpflichtet, sie zu kennen und zu befolgen. Sie wurden in unsere laufenden Fortbildungsprogramme integriert, besonders in diejenigen für neue Mitarbeiter.

Die in den *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen* erwähnten Themen umfassen: Nationale Gesetzgebung und internationale Empfehlungen; Konsumenten; Kinder als Konsumenten; Gesundheit und Ernährung von Kleinkindern, Menschenrechte, Personalwesen und Arbeitsplatz; Kinderarbeit; Geschäftspartner; Interessenkonflikte; Beziehungen zu Lieferanten; Wettbewerb; auswärtige Beziehungen; Umweltschutz; Wasserpolitik, landwirtschaftliche Rohstoffe und Selbstverpflichtung zur Einhaltung der Grundsätze.

## Nestlé-Prinzipien der Corporate Governance

Die Unternehmensgrundsätze enthalten ausserdem die offiziellen Nestlé-Prinzipien der Corporate Governance, welche vier wichtige Bereiche umfassen: Die Rechte und Verantwortungsbereiche der Aktionäre; die Gleichbehandlung aller Aktionäre; die Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates sowie Veröffentlichungen und Transparenz.

Die Mitglieder des Nestlé-Verwaltungsrates werden ernannt und erfüllen ihre Aufgaben nach Massgabe der schweizerischen Gesetzgebung. Der Verwaltungsrat verfügt über einen hohen Grad an Unabhängigkeit, da alle seine Mitglieder «nicht-exekutive» Mitglieder sind, mit Ausnahme des Delegierten des Verwaltungsrates (CEO), dem Mitglied des Rates, das dazu bestimmt ist, das Unternehmen aktiv zu leiten.

Was die Information anbetrifft, so enthält die *Finanzielle Berichterstattung des Nestlé-Geschäftsberichts 2001* zusätzliche Einzelheiten in Bezug auf die Entschädigung der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Generaldirektion der Gruppe.

Der Verwaltungsrat ist abschliessend für die Aufsicht über und die Durchsetzung aller *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* verantwortlich. Zu bemerken ist, dass Herr Stephan Schmidheiny, eines der Mitglieder des Nestlé-Verwaltungsrates, auch einer der Gründer des **World Business Council for Sustainable Development** ist, einer führenden Organisation in Umweltfragen.

Nestlé AG ist in der Schweiz registriert und wird nach schweizerischem Gesellschaftsrecht geführt.

Aktionäre schweizerischer Gesellschaften müssen zwar beim Einbringen von Resolutionen an Generalversammlungen strengere Bedingungen erfüllen als dies in einigen anderen Ländern der Fall ist. Nestlé-Aktionäre üben jedoch im Vergleich zu Aktionären von in vielen anderen Ländern registrierten Gesellschaften eine Reihe zusätzlicher Rechte aus, zum Beispiel:

- Die Aktionäre beschliessen über die Verwendung des Bilanzgewinnes der Nestlé AG und sie setzen insbesondere den Dividendenbetrag fest;
- die Aktionäre genehmigen und ändern die Statuten;
- die Aktionäre können Traktanden auf die Tagesordnung setzen und an den Generalversammlungen in Übereinstimmung mit den Statuten Fragen stellen.

Nestlé richtet sich nach dem Grundsatz «eine Aktie – eine Stimme» bis zum Maximum von 3% aller Aktien (zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts besass kein einzelner Aktionär mehr als 3% der Gesamtzahl der Nestlé-Aktien). Dieser Grundsatz trägt dazu bei, die grosse Zahl von kleinen Nestlé-Aktionären gegenüber einem potenziellen Druck von Seiten einer kleinen Zahl von Grossaktionären zu schützen.

Er hilft auch, feindliche Übernahmen der Gesellschaft zu verhindern und damit ein System sozialer Werte zu bewahren, welches unser Unternehmen über Jahrzehnte seiner geschäftlichen Tätigkeit aufgebaut hat.

#### **Dow Jones Sustainability Index**

Die Nestlé AG figuriert im **Dow Jones Sustainability Index**. Dieser umfasst ungefähr 200 Unternehmen, welche die obersten 10% der führenden nachhaltigen Unternehmen aus

64 Industriegruppen in 33 Ländern vertreten. Die Unternehmen werden durch eine systematische Prüfung der nachhaltigen Geschäftsführung ausgewählt. Die im Index aufgenommenen Unternehmen führen ihre Industrien aktiv und setzen industrieweite

## Die grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé

Ein mit den Unternehmensgrundsätzen verwandtes Dokument sind *Die grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé*. Dieses wichtige Dokument wurde 1997 entwickelt und erläutert die grundlegenden Leitlinien für das Verhalten des Managements sowie für dessen Auswahl und Beförderung. Dieses Dokument fasst auch einige der wichtigsten Grundelemente der Nestlé-Kultur zusammen.

Standards der «Best practice» bei der Strategie, der Innovation, Corporate Governance sowie den Beziehungen zu Aktionären, Mitarbeitern und anderen Anspruchsgruppen.



## Audits zur Einhaltung der Nestlé-Unternehmensgrundsätze

Mit ungefähr 200 lokalen internen Auditoren in den Märkten und einem Team von 25 Konzernauditoren, die dem Chef des Audits an unserem internationalen Hauptsitz unterstellt sind, haben wir ein System, welches uns erlaubt, sicher zu stellen, dass die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* in allen Ländern, in denen wir tätig sind, durchgesetzt werden. Diese Grundsätze wurden ebenfalls im Nestlé-Intranet veröffentlicht, so dass alle Mitarbeiter die angewandten Kriterien lesen und verstehen können.

Unsere Konzernauditoren reisen ständig von Land zu Land und besuchen systematisch alle Nestlé-Fabriken, lokalen Geschäftssitze, Verteilzentren und Verkaufsbüros. Die vor Ort gemachten Feststellungen werden an den Chef des Konzern-Audits und an den Delegierten des Verwaltungsrates der Nestlé AG weitergeleitet, sowie an den Verantwortlichen für den jeweiligen Nestlé-Markt oder den zuständigen Länderchef. Der Kontroll-Ausschuss des Verwaltungsrates der Nestlé AG wird über alle wichtigen Befunde informiert.

Diese internen Audit-Prozeduren für die Unternehmensgrundsätze wurden von unseren externen Rechnungsprüfern, **KPMG**, beglaubigt.

NESTLÉ NIMMT IHRE WELTWEITE SOZIALE VERANTWORTUNG WAHR. IN ERSTER LINIE GESCHIEHT DIES DURCH EINE STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG, DIE SICH AN EINER LANGFRISTIGEN BETRACHTUNGSWEISE ORIENTIERT, UND DIE INTERESSEN UNSERER KUNDEN, AKTIONÄRE, GESCHÄFTSPARTNER UND DER VOLKSWIRTSCHAFTEN ALLER LÄNDER DER WELT, IN DENEN WIR TÄTIG SIND, BERÜCKSICHTIGT.

Auszug aus den *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen*

# Nachhaltige wirtschaftliche Leistung und Entwicklung

Ein besonderes Merkmal der Nestlé-Politik ist es, Produktionsstätten in Entwicklungsländern anzusiedeln statt von dort lediglich Rohstoffe zu beziehen. 45% unserer Fabriken befinden sich in solchen Ländern und 48% unserer Mitarbeiter leben in Entwicklungsländern, obwohl diese Länder weniger als ein Drittel unserer Verkäufe ausmachen. Nestlé hat öffentlich erklärt, dass unser grundlegendes Prinzip unserer wirtschaftlichen Investitionen lautet, dass diese «gut für das Land und gut für das Unternehmen» sein sollten. Auf diese Weise ist Nestlé bestrebt, ein echter Partner in der nachhaltigen Entwicklung zu sein.

Es ist die grundlegende Absicht von Nestlé, die Nachfrage ihrer Kunden und Konsumenten nach hochwertigen Nahrungsmitteln zu befriedigen, die ihren Preis wert sind. Wenn wir dies erfolgreich tun, generieren wir langfristige, nachhaltige wirtschaftliche Resultate und Entwicklung für alle am Geschäftsleben Beteiligten. Mit Fabriken in mehr als 80 Ländern und Nestlé-Gesellschaften in nahezu jedem Land der Welt werden die Auswirkungen unserer geschäftlichen Entwicklung in den Volkswirtschaften rund um den Globus spürbar.

Dies geschieht auf unterschiedliche Art und Weise, zum Beispiel durch Technologietransfer, Lehrlingsprogramme, Training lokaler Mitarbeiter im Hinblick auf internationale Standards sowie durch Steuerabgaben, die dazu beitragen, lokale Infrastrukturbauten zu finanzieren. Nestlé trägt zu einer nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung rund um die Welt bei und verbessert gleichzeitig die Qualität der lokal verfügbaren Nahrungsmittel.

**Nestlé rangiert weltweit unter den 15 Spitzengesellschaften im Wealth Added Index\***

Laut Stern Stewart's Wealth Added Index (WAI), figuriert Nestlé weltweit unter den 15 Spitzenunternehmen bei der Wertschöpfung für die Aktionäre, dies in einer Liste der 5069 grössten börsenkotierten Unternehmen. Stern Stewart berechnet, dass sich der durch Nestlé für die Aktionäre geschaffene Mehrwert zwischen Juni 1996 und Juni 2001 auf

USD 43,8 Milliarden belief. Ein zentraler Punkt der WAI-Rangliste ist der Gedanke, dass Unternehmen nur dann Mehrwert für ihre Aktionäre schaffen, wenn ihre Ausschüttungen an die Investoren – Aktienkurs erhöhungen und Dividenden – die Kapitalkosten übertreffen, definiert als der Minimalgewinn, den Investoren für die Anlage ihres Geldes in Aktien, anstatt in weniger riskante Alternativen, wie etwa Staatsanleihen, erwarten.

\* Für weitere Informationen siehe *The Economist*, 1. Dezember 2001



## Langfristige, verlässliche Gewinne für die Aktionäre

Wir bei Nestlé haben uns zu einer nachhaltigen Steigerung des Wertes unserer Aktien verpflichtet. Während der vergangenen 20 Jahre erfuhr unser Aktienkurs einen 18-fachen Anstieg. Zwischen 1970 und 2000 übertrafen die Nestlé-Aktien den **Morgan Stanley Kapitalindex** der Schweizer Blue Chip-Aktiengesellschaften um mehr als 250% und den **Morgan Stanley World Blue Chip Stock Index**, in USD ausgedrückt, um 25%.

Während Jahrzehnten erzielte Nestlé ein ständiges, stabiles und sich beschleunigendes Wachstum des Gesamtumsatzes. Im laufenden Geschäft war das Jahr 2001 wiederum ein Rekordjahr bei Umsatz, Reingewinn und Dividende an die Aktionäre, mit CHF 84,7 Milliarden Umsatz, CHF 6 681 Millionen Reingewinn und 4,4% internem Realwachstum. Nestlé erzielte eine bemerkenswerte Leistung, indem das Unternehmen ständige Gewinne ohne grosse, un stabile Schwankungen auswies. Während der letzten Jahre war zudem eine sichtliche Gewinnsteigerung zu verzeichnen. Diese war einer Reihe von Faktoren zu verdanken: Effektive Markenführung, Verschlanung der Organisation und schnelleres Handeln, trotz der Grösse des Unternehmens.

## Das Profil der Nestlé-Aktionäre 2001

Private Investoren	44%
Institutionelle Investoren	56%
Gesamtzahl der Aktionäre	>250.000
In der Schweiz gehaltene Aktien	45,2%

## Unternehmensprofil 2001

Verkäufe	CHF 84.698 Millionen
Reingewinn	CHF 6.681 Millionen
Mitarbeiter*	229.765
Fabriken*	468

\* Ohne Ralston Purina

## Nestlé Reinvestitionen – 2001

Reinvestitionen	[62,9%] des Reingewinns
Dividende	[37,1%] des Reingewinns

## Nestlé-Fabriken – 2001

Industrieländer	253
Entwicklungsländer	215
Total	468

## Investorenbeziehungen

Nestlé verfügt über ein ständiges Programm für Investorenbeziehungen, welches gewährleistet, dass alle Investoren und potenziellen Investoren in der Lage sind, die Entwicklungen der Nestlé-Gruppe mitzuverfolgen. Weitere Kommunikationsmittel sind Präsentationen finanzieller Schlüsselindikatoren, Einzelmeetings, eine speziell für Investoren bestimmte «Website» sowie der jährliche *Nestlé-Geschäftsbericht*. Am wichtigsten ist jedoch, dass jeder Einzelne, ungeachtet der Anzahl seiner Aktien, die Möglichkeit hat, unsere Abteilung «Investor Relations» per Telefon oder E-Mail für eine rasche Beantwortung seiner Frage zu erreichen.

### Die *Financial Times* wählt Nestlé zum meist geachteten Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen der Welt

In einer Umfrage unter CEOs nach den «am meisten geachteten» Unternehmen, die im Dezember 2001 in der *Financial Times* veröffentlicht wurde, nahm Nestlé in ihrer Industriegruppe den ersten Platz ein, wurde

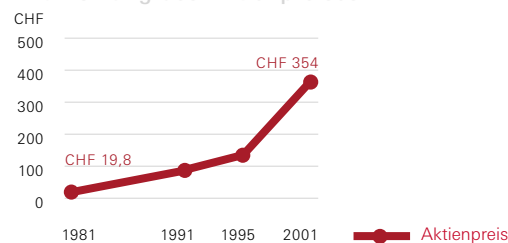
Dritte unter den europäischen Gesellschaften (nach Nokia und Daimler-Chrysler) und klassifizierte sich weltweit als Nummer 17. Diese Rangordnung basierte auf Antworten von 914 CEOs aus 65 Ländern. Die Umfrage erfolgte durch die Betriebsberatungsfirma PriceWaterhouseCoopers.

## Einfluss auf die Nahrungsmittelproduktion und Nationalökonomie

In den zwanziger Jahren besass Nestlé bereits in den meisten europäischen Ländern Produktionsstätten und baute 1921 ihre erste Fabrik in einem Entwicklungsland, Brasilien. Hier entstand ein Modell, welches weltweit in den Entwicklungsländern wiederholt wurde. Von den heute 468 Nestlé-Fabriken befinden sich 215 in Entwicklungsländern. Während ungefähr 30% unserer Geschäftstätigkeit, wie bereits vorher erwähnt, in den Entwicklungsländern stattfindet, befinden sich mehr als 45% unserer Fabriken in diesen Ländern, ein Zeichen unseres Engagements für lokale oder regionale Produktion. Damit wird Entwicklungsländern die Möglichkeit gegeben, sich von Rohstoffproduzenten zu Produzenten von Fertigprodukten zu wandeln. Weltweit suchen nationale Regierungen nach Möglichkeiten für Investitionen durch Nestlé. Und wir investieren ständig in neue Produktionsstätten und prüfen neue Möglichkeiten.

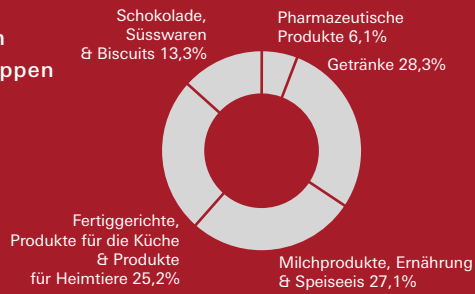
In einigen Ländern hat es viele Jahre gedauert, bevor Nestlé einen vollen Gewinn aus ihren Investitionen erzielte. Nestlé hat sich aber auch dazu verpflichtet, an ihren Investitionen langfristig und unter schwierigen lokalen wirtschaftlichen Bedingungen festzuhalten. Im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen hielt Nestlé zum Beispiel 1998 während der Wirtschaftskrise in Russland an ihren geschäftlichen Aktivitäten fest und investierte weiter in diesem Land.

Entwicklung des Aktienpreises





## Umsatz nach Produktgruppen 2001



Investitionen, verbunden mit dem Transfer von Know-how und Fachkenntnissen, haben grossen Einfluss auf die Schaffung von Arbeitsplätzen, sowohl durch eine direkte Rekrutierung als auch den Multiplikatoreffekt, nämlich die Schaffung von Arbeitsplätzen in der Lebensmittelproduktion und der Versorgungskette. Man schätzt, dass im Jahr 2001 mehr als eine Million Arbeitsplätze durch die Geschäftstätigkeiten der Nestlé-Gruppe gesichert wurden. Im Endresultat leben mehr als 3,4 Millionen Mitarbeiter und ihre Familienmitglieder von Einkommen, die durch Nestlé-Geschäftstätigkeiten generiert werden.

### Investitionen und Sicherheit

Ende 2001 veröffentlichte die *International Herald Tribune* einen Artikel mit dem Titel: «Wenn Sicherheit ein zentrales Anliegen ist, gehören einige Gesellschaften einer Sonderklasse an» («When Safety is Key, Some Companies are in a Class by Themselves»).

Dieser Artikel nannte die 12 Unternehmen in der

Welt, darunter Nestlé, welche ein «Triple «A» - Schulden-Rating» durch die beiden grössten internationalen Kredit-Rating-Agenturen besitzen, nämlich sowohl **Moody's Investment Service** als auch **Standard's & Poors Corp.** Der Artikel stellte fest: «Wir erwarteten, Gesellschaften mit unverdorbenen Bilanzen zu finden, deren Aktien nur ein bescheidenes Erhöhungspotenzial

aufweisen und bei denen praktisch keine Möglichkeit für eine eventuelle Verwicklung in ein Konkursverfahren besteht. Wir fanden das letztgenannte Element, aber wir waren überrascht, dass die Aktien während des vergangenen Jahrzehnts eine gute Leistung zeigten und den Marktdurchschnitt übertrafen.»

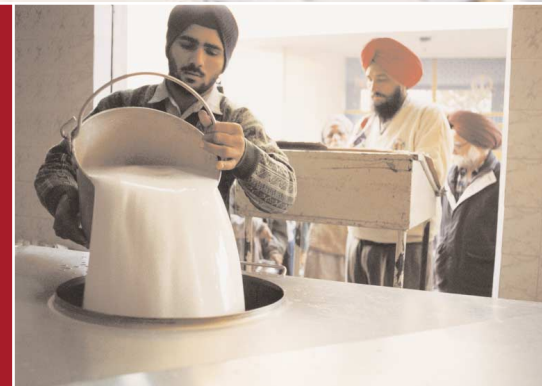


### Unterstützung für Milchbauern in Indien

Vor mehr als 30 Jahren begann die Unterstützung der Milchbauern durch Nestlé in Moga, Nordindien, mit der Gewährung von Krediten zu günstigen Raten und half hiermit den Milchbauern bei der Anschaffung ihrer Viehherden. Nestlé arbeitete zusammen mit der lokalen Gemeinde, um Vertrauen in die Milchwirtschaft zu wecken, ohne dabei jedoch religiöse Einstellungen zu verletzen. Nestlé ernannte einen Milchexperten und baute gut ausgerüstete Milchsammelzentren. Die Bauern wurden in guten Züchtungs- und Fütterungspraktiken unterrichtet und erhielten Anweisungen in Bezug auf den Gesundheitszustand ihrer

Rinderherden. Auf diese Weise trug Nestlé dazu bei, die Qualität, die Hygiene und den Wert der produzierten Milch sowie den Gesundheitszustand und Lebensstandard von etwa 85 000 Landwirten und Ortsansässigen zu verbessern und die lokale Wirtschaft anzukurbeln.

Auch unterstützt Nestlé den Bau von Trinkwassereinrichtungen und Toiletten in Dorfschulen im Milchdistrikt der Fabrik von Moga. Hier besteht eine Partnerschaft mit Schulen, Elternvereinigungen und Dorfbehörden. Bei einem anderen Projekt geht es um die Finanzierung von Medikamenten in einer Klinik für Tuberkulosekranke.





**ਲੇਵੋ ਦਾ ਨਿਸ਼ਾਨੀਆ**  
 ਲੇਵੋ ਤੇ ਸੱਜ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਇਹ ਹੱਥ ਲਾਉਣ ਤੇ ਗਾ  
 ਪਸ਼ੂ ਦੁੱਧ ਨਹੀਂ ਚੱਢ ਦਿੰਦਾ ਜਾਂ ਦੁੱਧ ਮੰਨਦਾ  
 ਸੱਜ ਵਾਲਾ ਹਿਸਾ ਦੂਸਰੇ ਹਿੱਸੇ ਤੋਂ ਵੱਡਾ ਹੋ ਜਾਂ  
 ਦੁੱਧ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਣਕੇ ਅਤੇ ਛਿੱਟੀਆਂ ਆਉਂਦੀ  
 ਦੁੱਧ ਦਾ ਰੰਗ ਅਤੇ ਗਾੜਾ ਪਨ ਬਦਲ ਜਾਂ  
 ਦੁੱਧ ਘਟ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਬਿਲਕੁਲ ਨਹੀਂ



## Lebensmittelindustrie und landwirtschaftliche Entwicklung: Investition in Kompetenz

Ein typischer Einstieg der Nestlé-Produktionsvorhaben in den Entwicklungsländern ist die lokale Herstellung von Milchprodukten. Das hat zur Folge, dass Nestlé wie eine Art Entwicklungsagentur handelt und den lokalen Bauern die Möglichkeit gibt, eine moderne Milchindustrie zu schaffen.

Mit über 800 Agronomen und Landwirtschaftstechnikern ist der Nestlé-Agrarservice weltweit mitverantwortlich für die Entwicklung und den Schutz von Rohstoffbezugsquellen und gleichzeitig dafür, unsere Produktionsbedürfnisse zu decken. Während seine Hauptaufgabe darin besteht, den Bauern bei der Erweiterung ihrer Agrarwirtschaft behilflich zu sein, hält er ausserdem einen Dialog auf internationaler, nationaler und lokaler Ebene aufrecht. Die Zusammenarbeit mit Partnern der Lebensmittel-Versorgungskette umspannt sowohl landwirtschaftliche F&E als auch Pflanzen- und Tierzüchtung. Wir arbeiten zusammen mit Landwirtschaftspolitikern, Handelsorganisationen, Bauern und Bauernorganisationen mit dem Ziel, die landwirtschaftliche Produktion zu verbessern.

Nachhaltigkeit bei der Beschaffung von landwirtschaftlichen Rohstoffen hängt von vielen ökologischen, ökonomischen und sozialen Faktoren ab. Wo immer möglich unterstützt Nestlé die Aktivitäten, welche zur Nachhaltigkeit bei der Produktion von landwirtschaftlichen Rohstoffen beitragen – einschliesslich integrierter Farmtechniken und der Nutzung sämtlicher Technologien, die zur Nachhaltigkeit beitragen können.

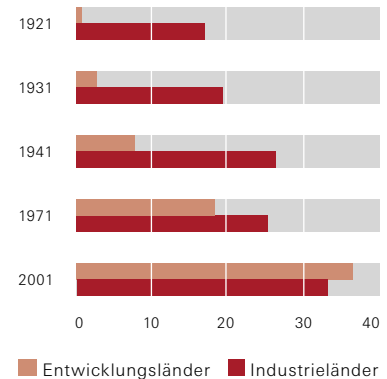
Angefangen mit Brasilien im Jahre 1921, wurden ganze Regionen auf diese Weise von Armut befreit. Nach den heutigen Schätzungen haben wir im vergangenen Jahrhundert Millionen von Bauern unterstützt und beraten und helfen zur Zeit ungefähr 315 000 Bauern. Diese sind jedoch keineswegs dazu verpflichtet, ihre Milch an Nestlé zu verkaufen. An die technische Beratung der Milchbauern durch Nestlé sind absolut keine Verpflichtungen geknüpft.

### Unterstützung von Milchbauern in Pakistan

In Pakistan haben sich die Milchverkäufe pro Bauer in den letzten drei Jahren verdoppelt, dank der Unterstützung durch den

Nestlé-Agrarservice an mehr als 115 000 Landwirte. Dies bewog den Minister für Industrie und Landwirtschaft Nestlé als ein Beispiel eines erfolgreichen Entwicklungspartners für Pakistan zu bezeichnen.

Nestlé-Milchwirtschaftsprojekte: 1921 bis 2001



### Unterstützung für Milchbauern in Brasilien

Achtzig Jahre nach dem Bau unserer ersten Fabrik für Milchprodukte im Jahr 1921 besitzt Nestlé Brasilien heute acht Fabriken, welche Frischmilchprodukte aus den Milch produzierenden Regionen beziehen, die mit Hilfe des Nestlé-Agrarservices entstanden oder entwickelt wurden. Heute ist das Gebiet der Milch produzierenden Distrikte ungefähr sechsmal so gross wie die Schweiz. Es begann mit einer kleinen Anzahl ums Überleben kämpfender Milchbauern in Brasilien, denen wir mit Rat und Tat zur Seite standen, was ihnen anschliessend durch effiziente Techniken bei der Weidelandnutzung und Bodenerhaltung zu

besseren Milcherträgen verhalf. Systematische Impfungen und prophylaktische Schutzmassnahmen führten zu wesentlichen Verbesserungen des Gesundheitszustandes ihrer Viehherden. Auch stellt Nestlé den Landwirten Kredite für die Anschaffung von Rindern und landwirtschaftlichen Maschinen zur Verfügung. Unsere Infrastruktur reicht bis zum Gemeindelevel und sorgt für eine besser organisierte Milchsammlung mit 90 lokalen Sammelzentren, versehen mit Kühltanks und entsprechenden Transport- und Strassensystemen. Dank der Entwicklung einer soliden Milchindustrie wurde die ganze Region von Armut befreit.



Nestlé-Milchsammelstelle in China.

## Ankauf landwirtschaftlicher Rohstoffe

Jedes Jahr kauft Nestlé in Entwicklungsländern landwirtschaftliche Rohstoffe im Wert von CHF 8 Milliarden, was ungefähr zwei Drittel der Gesamtkosten von Nestlé für den Bezug von landwirtschaftlichen Rohmaterialien ausmacht.

Weltweit bestehen die Konsumenten mehr und mehr auf Produktesicherheit, das heisst sie erwarten, dass Nahrungsmittel und Getränke aus qualitativ einwandfreien Rohstoffen und mit besten landwirtschaftlichen Praktiken hergestellt werden. Die wichtigsten von Nestlé bezogenen Rohstoffe sind Milch, Kaffee, Zucker und Kakao, welche zusammen ungefähr 40% unserer Gesamtkosten für den Erwerb von Rohstoffen ausmachen.

Obwohl der Kaffeepreis auf dem internationalen Markt ausserhalb der Kontrolle von Nestlé liegt, arbeitet Nestlé intensiv mit Kaffeebauern, um deren Einkommen zu erhöhen, und zwar durch Training und technische Hilfe mit dem Ziel, die Qualität ihres Kaffees zu erhöhen. Dies ist nämlich der effizienteste Weg für einen Bauern, den ihm zustehenden Preis zu erhöhen. Wir sind auch der weltgrösste Einkäufer von Kaffee direkt bei den Bauern.

Anlass zur Beunruhigung für Nestlé sind die zur Zeit niedrigen Rohkaffeepreise auf dem internationalen Markt. Nestlé unterstützt ganz besonders eine langfristige Stabilität der Rohstoffmarktpreise, was für die Landwirte ein entsprechend stabiles Einkommen bedeutet. Niedrige Marktpreise hingegen führen unvermeidlich zu Preisschwankungen und hohen Preisen in der Zukunft. Obwohl der Preis für Kaffeebohnen einen kleinen Teil der Kosten für eine Dose *Nescafé* ausmacht, wirken sich diese Preisschwankungen sowohl für die Bauern als auch für die Kaffeeproduzenten nachteilig aus.

### Kaffee-Entwicklungsprojekte

Kaffee ist die zweitgrösste Handelsware (nach Erdöl) und das wertvollste Landwirtschaftsprodukt der Welt. Nestlé arbeitet eng mit Regierungen, Kaffeeforschungsinstituten und anderen Agenturen zusammen, um den Kaffeeanbau zu fördern und errichtete eine Sammlung von 250 erstklassigen Kaffeevarianten für Programme zur Verbesserung der Kaffeeplantagen. Die Kaffeebauern werden mit den besten, dem jeweiligen Klima angepassten Varianten versorgt, was gleichzeitig zu effizientem Kaffeeanbau in neuen Gebieten ermutigt, oder die Ernte in bestehenden Anbaugebieten erhöht.

#### China

Im Anschluss an ausgedehnte Kampagnen für mehr Kaffeekonsum in China, eröffneten wir 1992 eine *Nescafé*-Fabrik in Dongguan in der südlichen Provinz Guandong. Damals gab es praktisch keine Bezugsquelle für lokal angebaute Arabica-Kaffeebohnen, ausser einem sehr kleinen Anbau in der südwestlichen Provinz Yünnan. Die technische Beratung der Kaffeezüchter durch den Nestlé-Agrarservice förderte die Einführung geeigneter Kaffeevarianten, den Bau eines Ausbildungszentrums, einer Demonstrationsfarm und Baumschule für die

Züchtung junger Kaffeepflanzen. Auch gründete Nestlé eine lokale Einkaufsstation und gab damit den Kaffeezüchtern die Möglichkeit, ihre Ernten zu vermarkten, mit dem Resultat, dass Nestlé 1999 rund 2000 Tonnen grüner Kaffeebohnen von Tausenden kleiner Kaffeezüchtern in der Provinz Yünnan beziehen konnte.

#### Philippinen

Auf den Philippinen führen neue Kaffeesorten und verbesserte Management-Techniken bei den Bauern zu besserer Kaffeequalität und zu einer Erhöhung der von den Bauern erzielten Preise.



### Direkter Einkauf von Kaffee in Mexiko

Im Staat Chiapas in Mexiko richtete Nestlé bereits vor über 20 Jahren ein direktes Kaffee-Einkaufssystem ein. Jeder direkte Einkauf von Kaffee geschieht auf formeller, vertraglicher Basis zwischen Nestlé Mexiko und den einzelnen Verarbeitungsbetrieben nach der Ernte. Die Verträge sind unterschiedlich und hängen davon ab, ob der Betrieb zur Verarbeitung der Kaffee-Ernte von einer Bauernkooperative oder Privatbesitzern geleitet wird, welche allen oder einen Teil des von ihnen zu verarbeitenden Kaffees bei Kleinbauern einkaufen. Für Privatbesitzer legt eine weitere Vertragsklausel fest, dass der Preis,

den sie den Kleinbauern zahlen, der gleiche sein muss, wie der an Nestlé gezahlte. Auf diese Weise wird das Einkommen der Kleinbauern sowie der Bauernkooperativen maximiert. Ausserdem werden Qualitätsverbesserungen mit höheren Kaffeepreisen belohnt.

Nestlé sorgt für die lokale Ausstattung und Ausbildung. Somit können die Kaffeebauern die Qualität der Ernte, einschliesslich Röst-, Mahl- und Degustationstechnik, besser bewerten. Nestlé-Agronomen liefern auch Kaffeesamen und -pflänzchen und geben Ratschläge zu den Anbaumethoden.





# Nachhaltige Umweltverfahren

Nestlé verarbeitet verderbliche Rohstoffe zu sicheren Nahrungsmitteln von hoher Qualität, die den Erwartungen des Verbrauchers entsprechen. Wir berücksichtigen Umweltaspekte entlang der gesamten Versorgungskette, von den Rohstoffen bis zum Konsumenten. Der umweltschonende Umgang mit Wasser ist höchste Priorität. Das systematische Management unserer Umweltleistungen ist ein wesentlicher Faktor der nachhaltigen Entwicklungsstrategie von Nestlé.





## Umwelt – Fortschrittsbericht 2000

Wir haben 2001 einen ausführlichen *Umwelt – Fortschrittsbericht 2000* veröffentlicht. Auf den nächsten Seiten möchten wir die wichtigsten Punkte zum Thema «Nestlé und die Umwelt» kurz zusammenfassen.

### Integriertes Handeln entlang der gesamten Versorgungskette

**Rohstoffe** Landwirtschaftliche Rohstoffe sind die Grundlage für die *Nestlé*-Produkte. Sie sind ein hoher Kostenfaktor. Für Nestlé ist es sehr wichtig, dass die Rohstoffe in einer gesunden und nachhaltig geschützten Umwelt produziert werden. Obwohl Nestlé keine landwirtschaftlichen Betriebe besitzt oder bewirtschaftet, unterstützen und ermutigen wir nachhaltige Anbaumethoden.

#### **Nestlé Grossbritannien – Neuartige Anwendung natürlicher Kältemittel als Ersatz für ozonabbauende Stoffe (HFCKW)**

Die Kaffeefabrik in Hayes in Grossbritannien produziert sprühgetrockneten und gefriergetrockneten löslichen Kaffee. Für die Produktion von gefriergetrocknetem Kaffee sind Temperaturen von unter  $-50^{\circ}\text{C}$  notwendig, um ein

erstklassiges Fertigprodukt von konsistenter Qualität auf den Markt zu bringen. Um solch niedrige Temperaturen zu erzielen, wurden als Kältemittel HFCKW (Hydrofluorchlorkohlenwasserstoffe) benutzt, ozonabbauende Stoffe, deren Anwendung, entsprechend dem **Protokoll von Montreal**, bis zum Jahr 2015 eingestellt werden soll. Jetzt schon wurde entschieden, nach einer

**Herstellungsverfahren** Die Herstellung nimmt bei Nestlé einen sehr wichtigen Platz in der Versorgungskette ein. Hier haben wir das grösste Potenzial für eine Optimierung der Öko-Effizienz, d. h. die Produktion zu maximieren, während gleichzeitig möglichst wenig Ressourcen verbraucht und Abfall und Emissionen auf ein Mindestmass reduziert werden.

Es gibt viele Möglichkeiten zur Verbesserung der Öko-Effizienz, zum Beispiel durch Naturschutzprogramme, durch eine bessere Nutzung der Kapazität der industriellen Anlagen und durch andere Investitionen. Nestlé investiert pro Jahr durchschnittlich CHF 100 Millionen in Umweltschutzmassnahmen, was 3% des gesamten Investitionsaufwandes ausmacht. Diese Zahl schliesst weder normale Investitionsprojekte mit ein, die eine Umweltkomponente aufweisen, noch umweltrelevante Fabrikbetriebskosten.

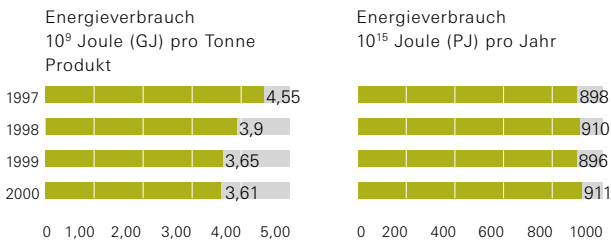
umweltfreundlicheren Alternative zu suchen. Die Lösung besteht darin, zwei verschiedene Stoffe, nämlich Ammoniak und Kohlendioxyd, zu benutzen. Diese Zweiphasenkühlung braucht nur eine kleine Ammoniakmenge, die ausserdem keinen Kontakt mit den Fertigungsanlagen hat, wodurch das Gefährdungspotenzial stark verringert wird. Der Einsatz von  $\text{CO}_2$  im

Produktionsbereich ist vorteilhafter, da dieses Gas ungiftig und nicht entzündlich ist und bei einem Austreten aus dem geschlossenen System eine zu vernachlässigende Wirkung hat. Dieses neuartige Verfahren entspricht einer Investition von mehr als GBP 10 Millionen und wird nun auch in anderen Nestlé Kälteanlagen weltweit verwendet.

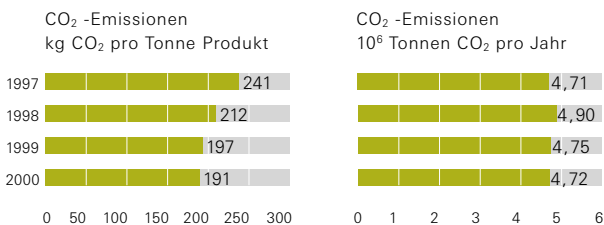
**Messungen**

Anfang 1997 entwickelte Nestlé eine Reihe von Umweltleistungs-Kennzahlen (Environmental Performance Indicators – EPIs) für die Herstellungsprozesse. Mehr Information über die Methode und die EPI-Definition ist neu im *Nestlé-Umwelt – Fortschrittsbericht 2000* aufgeführt. Zur Beurteilung der Umweltleistung wurden Verfahrens-Inputs und -Outputs gemessen gemäss der ISO Norm 14031. Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf die Periode 1997-2000, während der das Produktionsvolumen um 28% anstieg.

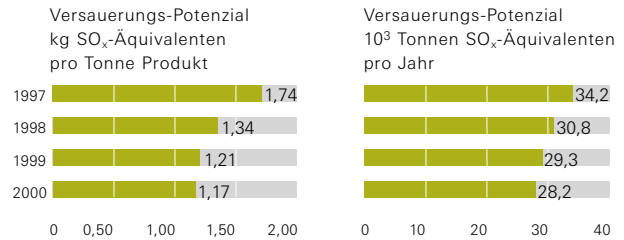
– **Energieverbrauch:** Der Gesamtenergieverbrauch pro Tonne Produkt wurde reduziert und die Energienutzungseffizienz um 21% verbessert. Trotz einer stark zunehmenden Produktion blieb der gesamte Energiekonsum unserer Gruppe unverändert.



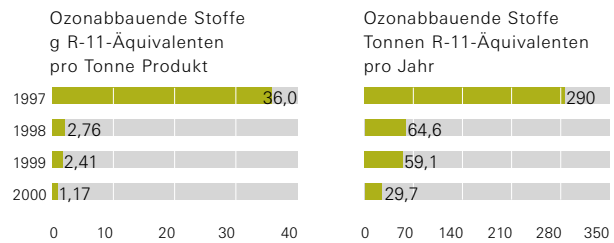
– **Globaler Treibhauseffekt:** Die CO<sub>2</sub>-Emission pro Tonne Produkt wurde herabgesetzt und die Öko-Effizienz um 21% verbessert, während die Gesamtemissionsmenge unverändert blieb.



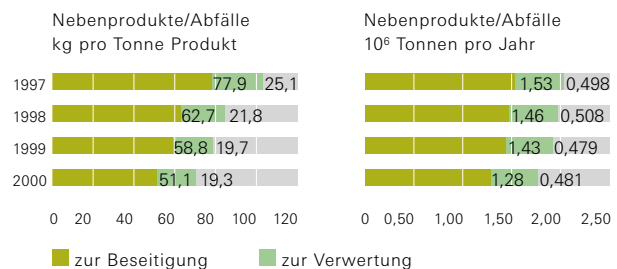
– **Versauerungs-Potenzial:** Das Versauerungs-Potenzial pro Tonne Produkt wurde verringert und die Öko-Effizienz stieg um 33%. Die Gesamtemissionen wurden um 18% reduziert.



– **Ozonabbauende Stoffe:** Vom Beginn der Erfassung 1986 bis 2000 wurden die Emissionen ozonabbauender Stoffe pro Tonne Produkt reduziert und die Öko-Effizienz um 97% gesteigert. Die Gesamtemissionen konnten um 90% reduziert werden.



– **Nebenprodukte/Abfälle:** Der Anfall von Nebenprodukten/Abfällen pro Tonne Produkt konnte reduziert und die Öko-Effizienz um 32% gesteigert werden. Selbst bei einer allgemeinen Produktionssteigerung konnte das gesamte Nebenprodukt/Abfallaufkommen um 13% herabgesetzt werden. Die Gesamtverwertungsquote lag bei 72,6%.





Die Mineralwasserquelle von Poland Spring in den USA wird durch Wald geschützt.

**Verpackungsmaterial** Die Verpackung ist für Nestlé und den Verbraucher von entscheidender Bedeutung. Sie gewährleistet die Sicherheit und Qualität der Produkte – von der Herstellung über die Lagerung, die Verteilung bis zum Verzehr. Ausserdem stellt die Verpackung das Produkt dar, sie ist praktisch und vermittelt Informationen, beispielsweise über Nährwert und Zubereitung. In vielen Fällen schützen Verpackungen auch gegen mutwillige Beschädigung. Schliesslich trägt die Verpackung auch dazu bei, Produktabfall zu vermeiden oder zu verringern.

Nestlé unterstützt ein integriertes Vorgehen zur Verringerung der Umweltauswirkung durch die Verpackung, wie z. B. die Verminderung von Verpackungen bei der Entwicklung, die Wiederverwendung, das Recycling und die thermische Verwertung.

Umweltaspekte stellen für Nestlé ein wichtiges Kriterium bei der Entwicklung und Innovation von Verpackungen und Verpackungsmaterial dar. Die Reduktion der für ein Produkt erforderlichen Verpackungsmenge bei gleichzeitiger Erhaltung der Produktqualität und -sicherheit ist ein wichtiges und vordringliches Ziel.

Zwischen 1991 und 2000 beliefen sich die Einsparungen für Verpackungsmaterial auf 189 000 Tonnen im Wert von CHF 340 Millionen. Neben einer Verminderung des Verpackungsmaterials sowie Recycling sind ebenfalls Systeme zum Sammeln, Trennen und Wiederverwerten von Altpackungen notwendig. Nestlé beteiligte sich in verschiedenen Ländern aktiv an der Entwicklung und dem Management solcher Systeme.

## Wasser als höchste Priorität

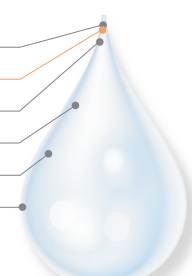
Nestlé ist sich bewusst, dass der verantwortungsvolle Umgang mit den Wasserressourcen unseres Planeten eine unabdingbare Notwendigkeit ist. Die Erhaltung von Quantität und Qualität des Wassers stellt für das Unternehmen nicht nur eine Herausforderung in Bezug auf Umweltschutz dar, sondern ebenso eine Aufgabe, die wirtschaftliche, politische, soziale, kulturelle und emotionale Aspekte beinhaltet.

Nestlé verbraucht weltweit pro Jahr 0,006% Wasser der gesamten geschätzten Süsswassermenge. Perrier Vittel, die Nestlé-Division für Mineral- und Tafelwasser, ihrerseits beansprucht nur 10% dieser Menge, d. h. 0,0006%.

Nestlés langjähriges Engagement für einen verantwortungsbewussten Umgang mit den Wasserressourcen wird in der Nestlé-Wasserpolitik bekräftigt, die Anfang des Jahres 2000 veröffentlicht wurde.

### Süsswasserverbrauch weltweit

Perrier Vittel	0,0006%
Nestlé	0,006%
Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie	0,18%
Haushalte	9%
Industrie insgesamt	20%
Landwirtschaft und Staubecken	71%



Gesamter Süsswasserverbrauch weltweit:  
3 800 000 Milliarden Liter pro Jahr = 100%

## Schutz von Mineralwasserquellen durch ausgewogene Ökosysteme

Um die langfristige Qualität unserer natürlichen Mineralwasserquellen in Vittel und Contrexéville in Frankreich zu sichern, empfehlen wir den Bauern, die das Land im Einzugsgebiet der Quellen bebauen, keine Pestizide oder chemische Düngemittel einzusetzen. Nestlé schuf eine separate Organisation, Agrivair, um die Erhaltung der natürlichen Ökosysteme und umweltfreundliche Anbaumethoden zu gewährleisten. Aufgrund von Empfehlungen der Experten von Agrivair pflanzen die Bauern generell Luzerne anstelle von Mais an, um ihr Vieh zu füttern. Luzerne enthält Stickstoff, welcher für die gesunde Entwicklung der Kuh und für reichliche Milch ausschlaggebend ist. Agrivair erbringt Dienstleistungen, unter anderem das regelmässige Wenden des Kuhmists im Stall, durch welches die Biomasse auf natürliche Art auf rund 80 Grad Celsius erhitzt wird. Dies verhindert die Keimfähigkeit der Unkrautsamen im Innern dieses natürlichen Düngers. Agrivair leistet auch finanzielle Unterstützung für Bauten zur Lagerung von natürlichem Dünger.

Marienkäfer, natürliche Feinde der Pflanzenschädlinge, werden in Laboratorien von Agrivair gezüchtet und zu strategischen Zeitpunkten während des Jahres in die freie Natur entlassen. Das Personal von Agrivair arbeitet mit den Bauern zusammen, um diese zur Beibehaltung eines gesunden Bestandes an Hecken zu ermuntern, mit dem Ziel, eine ausgewogene Population von Füchsen und Raubvögeln zu erhalten, natürliche Feinde der Feldmäuse, welche die Ernte zerstören.

Das Waldschutzprogramm von Agrivair bewahrt ein Gleichgewicht zwischen den Bäumen, um die Nitrat-Aufnahme



vom Boden her zu optimieren. Dies bedeutet, dass Bäume geschnitten und gefällt werden müssen, um jüngeren Exemplaren Gelegenheit zu geben, sich zu entwickeln. Ausserdem wird sowohl das Flusswasser als auch das Mineralwasser täglich getestet, jahrein und jahraus, um sicher zu sein, dass

das natürliche Ökosystem korrekt ausgewogen ist und dass die langfristige Ergiebigkeit der Quelle garantiert ist.

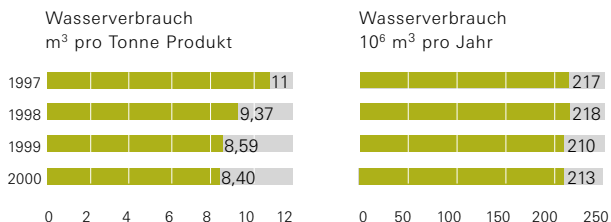




Nestlé Kläranlage in Shuangcheng, China.

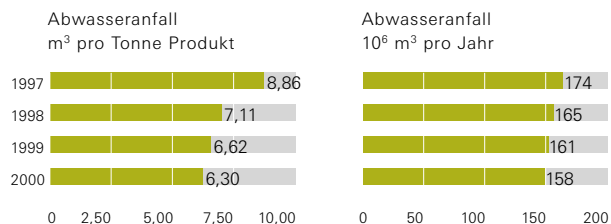
Eines der Ziele der Wasserpolitik von Nestlé ist es, optimale Leistung in der Produktion zu erreichen, einschliesslich des Umganges mit Wasser. Die folgenden Angaben zeigen die Fortschritte bei der Reduktion des Wasserverbrauchs und des Abwasseranfalls.

- Wasserverbrauch: Zwischen 1997 und 2000 hat Nestlé den Gesamtwasserverbrauch um 24% verbessert. Selbst bei einem sehr erfreulichen Wachstum des Geschäfts mit Mineral- und Tafelwasser konnte der Gesamtwasserverbrauch um 2% gesenkt werden.



Wir haben zahlreiche neuartige Methoden zur Verminderung des Wasserverbrauchs in der Produktion ausgearbeitet. Wir sind immer bestrebt, Wege zu finden, das Wasser wo immer möglich wieder zu verwenden und somit den Bedarf an Süsswasser zu reduzieren. Wenn Wasser nicht wieder verwendet werden kann, kommen unsere langjährigen Erfahrungen auf dem Gebiet der Abwasserreinigung zur Geltung.

- Abwasseranfall: Der Abwasseranfall konnte reduziert werden und die Öko-Effizienz (Fähigkeit, mehr Produkte mit weniger Abwasseranfall herzustellen) stieg um 29%. Das gesamte Abwasservolumen wurde um 9% gesenkt.



SEIT WIR AUS BESCHEIDENEN ANFÄNGEN ZUM HEUTE GRÖSSTEN NAHRUNGSMITTEL-UNTERNEHMEN DER WELT HERANWUCHSEN, SIND WIR BEMÜHT, DIE GRUNDLEGENDEN KULTURELLEN WERTE WIE REINHALTUNG UND SCHUTZ DER UMWELT IN JEDES LAND, IN DEM WIR TÄTIG SIND, MITZUNEHMEN.

Zwischen 1993 und 1999 baute Nestlé über 38 neue Kläranlagen und 120 bestehende Abwasseranlagen wurden modernisiert. In vielen Teilen der Welt hat Nestlé nicht nur in ihre eigene Infrastruktur, sondern auch in die der örtlichen Gemeinden investiert. Das Unternehmen fördert auch Ausbildungsprogramme für Kinder und Lehrer über Wasser und unterstützt kommunale Initiativen, die zu einer nachhaltigen und sicheren Wasserversorgung beitragen.

Peter Brabeck-Letmathe, Delegierter des Verwaltungsrates, Nestlé AG, Umwelt – Fortschrittsbericht 2002

## Von der Schweiz nach China – Vorreiterrolle rund um den Globus

1932 wurde die erste biologische Kläranlage der Schweiz gebaut – und zwar in der Maggi Fabrik in Kempththal, in der Nähe von Zürich. Heute nimmt Nestlé immer noch eine führende Rolle im Umgang mit Abwasser ein. Die Geschichte unserer ersten Fabrik in China ist ein Beispiel der langfristigen und innovativen Bemühungen unseres Unternehmens in diesem Sektor.

Die zahlreichen Herausforderungen, denen wir 1987 bei der Planung und dem Bau der Fabrik von Shuangcheng für Milchprodukte begegneten, setzten sorgfältiges Abwägen zwischen politischen, kulturellen und technischen Aspekten voraus.

Eine der bedeutendsten Herausforderungen war das Klima. Unsere Fabrik befindet sich in einer der unfreundlichsten Regionen im Nordosten Chinas. Während der tiefen Winterperiode, welche von Ende November bis Anfang März reicht, können die Temperaturen bis auf  $-40^{\circ}\text{C}$

fallen. Im Sommer ist es extrem heiss, mit anhaltenden Temperaturen von über  $30^{\circ}\text{C}$ . Deshalb waren die Wetterverhältnisse ein sehr wichtiger Faktor, welcher bei der Versorgung der Fabrik mit Milch und bei der Abwasserreinigung der Fabrik berücksichtigt werden musste.

Um eine Abwasserkläranlage zu bauen, welche unter den in Shuangcheng herrschenden extremen Klimaverhältnissen funktionieren konnte, entschieden sich die Nestlé-Ingenieure, das Klärbecken mit einem beheizbaren Gebäude zu überbauen. Dadurch wird eine Temperatur erreicht, die einen reibungslosen Betrieb der Kläranlage das ganze Jahr über ermöglicht.

Die Fabrik von Shuangcheng ist im Jahr 1990 eingeweiht worden und ist seither erfolgreich in Betrieb. Heute besitzt Nestlé Fabriken an 18 verschiedenen Standorten in China. Alle sind mit modernen Kläranlagen ausgerüstet.

Die chinesischen Behörden haben die Nestlé Fabriken als «In Umweltbelangen fortschrittliche Unternehmen» anerkannt.



## Systematisches Management der Umweltleistungen

Im Jahr 1996 wurde das Nestlé-Umweltmanagementsystem entwickelt (NEMS), in dem alle umweltbezogenen Aktivitäten und Massnahmen zusammengefasst sind. NEMS ist inzwischen in der gesamten Gruppe weltweit eingeführt worden.

Ausgangspunkt für den kontinuierlichen Verbesserungsprozess durch NEMS sind die Nestlé-Technischen Mindestumweltsanforderungen (EMTR). Die EMTR wurden 2001 auf den neuesten Stand gebracht. Sie stellen umfassende interne Mindestanforderungen dar, die für die Umweltleistung in den Bereichen Energie, Wasser, Abfallmanagement und Luftemission erfüllt werden müssen, um nur einige Beispiele zu nennen.

NEMS hat folgendes ermöglicht:

- Ein systematisches Vorgehen, das die Einhaltung der Unternehmenspolitik und der gesetzlichen Auflagen gewährleistet;
- die kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistungen;
- Kompatibilität mit internationalen Normen für Umweltmanagementsysteme, wie etwa ISO 14001 und das System für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (Eco-Management and Audit Scheme – EMAS) der Europäischen Union;
- den Ausbau des Vertrauensverhältnisses zu Konsumenten, Regierungen und Geschäftspartnern durch offene Kommunikation und ständige Verbesserungen des Umweltschutzes.

# Nachhaltige soziale Entwicklung

Die Existenz von Nestlé und ihre künftige Entwicklung hängt vollständig davon ab, ob es uns gelingt, die Bedürfnisse der Konsumenten erfolgreich zu befriedigen. Um dies zu erreichen, schaffen wir in jedem Land Tochtergesellschaften, die nahe beim Konsumenten sind und über viele Jahrzehnte eine Vertrauensbeziehung aufbauen können. Für diese Art von Geschäftstätigkeit ist es von grösster Bedeutung, in die Fähigkeiten der Menschen in jedem Land zu investieren und langfristige, vertrauensvolle Beziehungen mit Mitarbeitern, Lieferanten, Geschäftspartnern, Regierungen und der Gesellschaft als Ganzes zu schaffen. Die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* legen für jeden Nestlé-Mitarbeiter die Grundsätze dar, die es bei der erfolgreichen Durchführung dieser langfristigen Strategie zu beachten gilt.





## Beziehungen zu unseren Mitarbeitern

**Langfristige Arbeitsverhältnisse** Nestlé beschäftigt weltweit über 220 000 Mitarbeiter aus fast allen Ländern, die im Rahmen einer einigenden Unternehmenskultur arbeiten. Wir haben eine relativ niedrige Arbeitnehmerfluktuation (ungefähr 5% pro Jahr) und das durchschnittliche Dienstalder der Mitarbeiter in den 20 grössten Märkten, wo mehr als 80% unseres Umsatzes erwirtschaftet wird, beträgt bei der Pensionierung 27 Jahre.

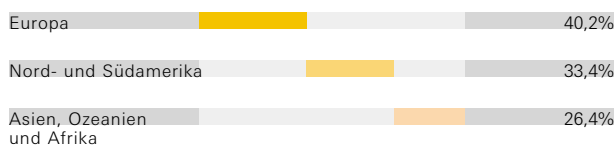
### Ausbildung, Transfer von Technologie und Know-how

Lange bevor die «Globalisierung» ein aktuelles Thema wurde, baute Nestlé auf der ganzen Welt Fabriken und investierte in Ausbildungs- und Entwicklungsprogramme auf lokaler Ebene. Unser Geschäftsmodell basiert auf der Vermittlung von Wissen und Fachkenntnissen an lokale Staatsbürger in jedem Land, in dem wir tätig sind. Auch sind wir bestrebt, diese Mitarbeiter langfristig zu beschäftigen. In vielen Industrie- und Entwicklungsländern erfordert dies die Ausarbeitung verständlicher Lehrprogramme, um dem Personal unserer Fabriken die entsprechenden Fachkenntnisse zu vermitteln.

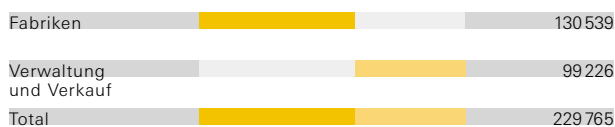
Anhand dieser Lehrprogramme und mit Hilfe Tausender interner Ausbildungskurse, einschliesslich des in manchen Fällen notwendigen Unterrichts in Lesen und Schreiben (wie in Brasilien) setzen wir uns ganz besonders dafür ein, die Lernfähigkeiten unserer Mitarbeiter zu unterstützen. Unser internationales Schulungszentrum, in der Nähe unseres internationalen Hauptsitzes in der Schweiz, hielt im Jahr 2001 85 Seminare ab, an denen mehr als 1700 Manager aus der ganzen Welt teilnahmen. Der Lehrkörper des internationalen Schulungszentrums ist das obere Management, welches Hunderte von Stunden damit verbringt, unseren globalen, aus mehr als 100 Nationalitäten bestehenden Führungskräften, seine Erfahrungen und Sachkenntnisse zu vermitteln.

Im Zuge der modernen Informationstechnologie sind mehr und mehr Nestlé-Gesellschaften dazu übergegangen, Trainings-Spezialisten für das «distance e-learning» zu ernennen und geben damit ihren Angestellten die Möglichkeit, das Schulungsprogramm ihrem individuellen Bedarf und zeitentsprechend anzupassen.

Mitarbeiter nach geografischer Region – 2001



Anzahl Mitarbeiter nach Arbeitsbereich – 2001





Technologietransfer ist der Schlüssel zum Geschäftsmodell von Nestlé auf der Suche nach neuen Produktions- und Marketingmöglichkeiten auf lokaler Ebene. Jede Nestlé-Gesellschaft entwickelt Nestlé-Marken mit Hilfe des exklusiven Zugangs zu technologischen Fachkenntnissen, welche für die Produktion notwendig sind, sei es für mit Vitaminen angereicherte Nudeln, Milchprodukte mit dem Immunsystem stärkenden Zutaten oder *Nesquik*-Schokogetränke. Zum Beispiel ist die Technologie für die Produktion von *Nescafé* in ständiger Entwicklung. So gesehen sind die Nestlé-Marken die eigentlichen Vehikel für den Transfer von Technologie und Know-how zwischen unseren verschiedenen Gesellschaften und über die nationalen Grenzen hinweg, sowohl in Entwicklungs- als auch in Industrieländern.

### **Sicheres Arbeitsumfeld**

Nestlé legt Wert auf ein sicheres Arbeitsumfeld und überprüft regelmässig, ob die Sicherheit am Arbeitsplatz den Nestlé-Unternehmensstandards entspricht. Die Sicherheits- und Gesundheitskomitees unserer Gesellschaft treten in der Regel einmal im Monat zusammen und diskutieren über das Thema der Entwicklung und Einhaltung eines sicheren Arbeitsumfeldes. Die allgemeine Unternehmenspolitik von Nestlé ist im Dokument *Nestlé Policy on Health and Safety at Work* ausführlich beschrieben. Als Teil davon sind folgende Themen verbindlich auf allen Nestlé «Internet Sites» zu finden:

### **Was denken Arbeitssuchende?**

Während drei aufeinanderfolgenden Jahren wurde Nestlé in *Fortune* in den Vereinigten Staaten im Anschluss an Leserumfragen als die *Nummer Eins* der Nahrungsmittelunternehmen bewertet, für die man gerne arbeiten möchte.

Anschliessend an eine 2001 durchgeführte Umfrage der **Universum Communications**

bei europäischen Handelsschulabsolventen, rangierte Nestlé an 13. Stelle auf der Liste der für Arbeitssuchende meist begehrten Unternehmen. **L'Oréal**, eine Gesellschaft, an der Nestlé beteiligt ist, befand sich bei derselben Umfrage an 9. Stelle und alle anderen der 13 an der Spitze stehenden Unternehmen waren entweder Steuerberatungsfirmen oder Unternehmen im Bereich der finanziellen Dienstleistungen.

## Die vier grössten Nestlé-Märkte: Frauen im mittleren und oberen Management

	% Frauen im mittleren Management	% Frauen im oberen Management	% Frauen in der gesamten Belegschaft
USA	29,9	21,6	43,4
Frankreich	29,1	15,5	31,5
Deutschland	22,2	16,8	35,4
Grossbritannien	25,1	12,9	37,5



- Strikte Befolgung lokaler Gesetzgebungen oder international anerkannter Standards;
- klare Verantwortlichkeit und aktive Managementführung zur Förderung eines sicheren Arbeitsumfeldes und professionelles Management der Risiken an unseren Produktionsstätten;
- Kommunikation und Teilnahme aller an der Sicherheit der Produktionsstätten Interessierten, einschliesslich aussenstehender Behörden und der Gemeinden;
- verhaltensbewusstes Sicherheitsmanagement sowie Zielsetzung, Erziehung und positive Förderungsstrategie durch Anerkennung von Fortschritt und korrektem Verhalten;
- Organisation für die Sicherheit der Produktionsstätten durch Förderung von Sicherheitsmassnahmen und vorbeugender Praktiken;
- angemessene, systematische Risikoeinschätzung, um einen potenziellen Einfluss der möglichen Risiken für die menschliche Sicherheit auf ein kontrollierbares Niveau zu bringen;
- technische Standards für Design, Konstruktion, Inbetriebnahme und Instandhaltung;
- Notfall- & Sicherheitsplanung zur Schadensbegrenzung nach Unfällen;
- Sicherheitsmanagement zum Schutz unserer Produkte, unserer Anlagen und des geistigen Eigentums;
- ununterbrochene Verbesserung innerbetrieblicher Gesundheits- und Sicherheitsmassnahmen.

## Arbeits- und Anstellungsbedingungen bei Nestlé

*Die grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé* betonen, dass der Respekt des Individuums nicht verhandelbar ist. Es wird angestrebt, allgemeine Richtlinien anzuwenden, die den lokalen Gebräuchen und Traditionen entsprechend angepasst und annehmbar sind. Eine Beförderung beruht auf erbrachten Leistungen, ungeachtet der Herkunft, Religion, Nationalität, des Geschlechts oder körperlicher Eigenschaften. In Bezug auf Mannigfaltigkeit ist Nestlé eine der internationalen Konzerne der Welt und beschäftigt weltweit aus über 100 Ländern stammende Nationalitäten. Auch spiegelt sich diese Mannigfaltigkeit in der Tatsache wider, dass sich die neunköpfige Generaldirektion an unserem Hauptsitz in der Schweiz aus sieben verschiedenen Nationalitäten zusammensetzt und dass über 60 verschiedene Nationalitäten an diesem Sitz beschäftigt sind.

Obwohl der Prozentsatz an weiblichen Managern normalerweise den Normen des jeweiligen Landes entspricht, stehen einige Nestlé-Gesellschaften weit über dem nationalen Durchschnitt. Bei Nestlé Italien zum Beispiel bestehen mehr als 50% des mittleren Managements (in den Bereichen Marketing, Personalverwaltung, Finanzen und Kontrolle) aus Frauen. Der Prozentsatz an weiblichen Mitgliedern des Managements steigt bei Nestlé jedes Jahr.

Bei Nestlé USA beziehen sich «Verschiedenheits» – Initiativen auf das Rekrutieren durch Foren wie die **National Black MBAs** und die **National Society of Hispanic MBAs**. Nestlé Japan sieht spezielle Programme für arbeitende Mütter vor, wie etwa kürzere Arbeitszeiten, finanzielle Unterstützung für Kinderbetreuung und ein System für einen späteren Wiedereinstieg. Nestlé Brasilien unterzeichnete einen



Vertrag mit der wichtigsten brasilianischen Institution für Behinderte (AACD), um solchen Menschen bei der Suche nach einer festen Anstellung behilflich zu sein.

Was Gehälter und Löhne anbetrifft, sagen die Statistiken über Durchschnittsgehälter wenig über ein Unternehmen mit Fabrikationsanlagen in mehr als 80 Ländern aus. Hingegen ist ein Grund für die hohe Rate an langfristigen Beschäftigungsverhältnissen, dass wir konkurrenzfähige Löhne zahlen. In den Philippinen zum Beispiel beträgt unser niedrigster Stundenlohn zweieinhalbmal das gesetzliche Minimum. Sollten unsere Auditoren an bestimmten Orten feststellen, dass unterhalb der aktuellen Durchschnittslöhne bezahlt oder die Überstundenbegrenzung nicht eingehalten wurde, so werden umgehend korrigierende Massnahmen getroffen.

Auch wollen wir sichergehen, dass Arbeitsstunden und Überstundenbezahlung den lokalen Gesetzgebungen und Verhältnissen entsprechen. Unsere Mitarbeiter geniessen viele, zusätzliche, einem jeden Land angepasste Vorteile. In Mexiko zum Beispiel unterstützen wir unsere Mitarbeiter mit Schulungsprogrammen, um ihre Grund- und Sekundarschulstudien abzuschliessen, und in Chile unterstützen wir Mitarbeiter finanziell beim Erwerb einer eigenen Wohnung.

**Das Recht, Gewerkschaften beizutreten** Nestlé ist Unterzeichner des **Global Compact der UNO**, der auch Grundsätze über die Arbeit enthält. Die Nestlé-Personalpolitik unterstreicht die Rechte der Arbeitnehmer innerhalb der Gesellschaften der Nestlé-Gruppe weltweit. Im Kapitel über die Beziehungen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer

wird erklärt, dass Nestlé die Rechte ihrer Angestellten respektiert und diese die Möglichkeit haben, repräsentative Organisationen zu gründen und Gewerkschaften beizutreten – oder nicht beizutreten, vorausgesetzt, dieses Recht wird frei ausgeübt. Durch unsere Beziehungen zu den Gewerkschaften wollen wir die langfristige Entwicklung unseres Unternehmens unterstützen, indem wir ein Niveau an Wettbewerbsfähigkeit aufrechterhalten, welches unserem wirtschaftlichen Umfeld angemessen ist.

Im Laufe des Jahres 2000 verhandelte Nestlé mit 155 Gewerkschaften weltweit und nahm an 748 Konsultationen mit Gewerkschaften in unseren wichtigsten Märkten teil. Ausserdem finden seit 1990 auf europäischer Ebene regelmässig Besprechungen zwischen Vertretern des Managements und den Gewerkschaften statt. 1996 unterzeichneten wir ein Abkommen mit der **International Union of Food and Related Associations (IUF)** und gründeten **The Nestlé European Council for Information and Consultation (NECIC)**, welcher sich einmal im Jahr mit allen Vertretern der europäischen Gewerkschaften trifft. Dieses Konsultationsprogramm wurde 1990 von Nestlé eingeführt, vier Jahre bevor Artikel 13 der **Direktiven 94/45/EC der Europäischen Union** dieses für obligatorisch erklärte.



### **Sicherung des Arbeitsplatzes bei Umstrukturierungen**

Geschäftliche Umstrukturierung ist ein langer und manchmal schmerzhafter Prozess. Im Laufe des Jahres 2000 fanden in allen 20 unserer grössten Märkte Umstrukturierungen statt. Nestlé geht hierbei eher langfristig als kurzfristig vor und bemüht sich, nachteilige Auswirkungen auf ihre Angestellten zu vermeiden. Wo immer gewisse Betriebe nicht mehr unserer Geschäftsstrategie entsprechen, ziehen wir es vor, diese Fabriken nicht zu schliessen, sondern sie als fortlaufendes Geschäft zu verkaufen. Dieses Vorgehen ist normalerweise komplexer und zeitraubender, endet aber mit einem positiveren Resultat. In den Vereinigten Staaten zum Beispiel trennte sich Nestlé vom Geschäft mit geröstetem und gemahlenem Kaffee ohne jeglichen Verlust von Arbeitsplätzen.

Sollten wir gezwungen sein, Fabriken zu schliessen, dann tun wir für unsere Mitarbeiter alles in unserer Macht stehende. Wir geben ihnen die Möglichkeit für einen Transfer, verhelfen ihnen zu neuen Arbeitsplätzen und sorgen ebenfalls für die Zahlung von Entlassungsabfindungen und Frührentenpauschalen. In Kanada zum Beispiel, als unsere Produktionsstätte in Alexandria geschlossen wurde, stellten wir ein ausserhalb der Fabrik gelegenes Aktionszentrum zur Verfügung, ausgestattet mit Computern, Telefon- und Fax-Anlagen, und unsere Mitarbeiter wurden von Beratungs- und Trainingsexperten betreut. In Mexiko schlossen wir im Jahr 2000 die Fabrik von Durango und konzentrierten die Produktion in unserer Fabrik in Lagos de Moreno. Wir boten soviel Mitarbeitern wie möglich einen Transfer an, anderen offerierten wir Entlassungsabfindungen, die wesentlich über den gesetzlichen Ansprüchen lagen.

### **Kinderarbeit**

Nestlé ist gegen jede Form der Ausbeutung von Kindern. Das Unternehmen beschäftigt keine Kinder, bevor sie nicht ihre vorgeschriebene Schulausbildung abgeschlossen haben und erwartet von seinen Geschäftspartnern und industriellen Lieferanten, nach den gleichen Prinzipien zu handeln. In allen Ländern, in denen wir tätig sind, hat der jeweilige Personalchef bestätigt, dass unsere Prinzipien hinsichtlich Personalverwaltung, Arbeitsplatz und Kinderarbeit eingehalten werden. Nestlé befolgt die nationale Gesetzgebung in allen Ländern, in denen wir tätig sind, und befolgt die **Konvention der Vereinten Nationen über die Rechte des Kindes** sowie die **ILO-Konventionen 138 und 182**.

Obwohl Nestlé kein landwirtschaftliches Land besitzt und Rohstoffe vorwiegend von deren Verarbeitern oder durch den Handel kauft, arbeitet das Unternehmen gegenwärtig mit den Regierungen Grossbritanniens, der USA, der Côte d'Ivoire, mit NGOs, Verarbeitern sowie mit anderen Schokoladeherstellern zusammen, um das Ausmass der Kinderarbeit auf Kakaofarmen festzustellen und diese Art der Arbeit zu eliminieren, wo immer sie bestehen mag.

Bei ihren Bemühungen im Bereich der Kinderarbeit bietet Nestlé den zuständigen Organisationen der **Vereinten Nationen**, den Regierungen und der Wirtschaft ihre Zusammenarbeit an. Hierzu zählen auch die weltweite Förderung der Grundschulausbildung sowie alle Aspekte einer globalen, wirtschaftlichen Entwicklung.



## Die Beziehungen zu unseren Lieferanten und Geschäftspartnern

**Audits unserer industriellen Lieferanten** Nestlé zielt darauf, nur mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, die einen guten Ruf haben und bereit sind, die Nestlé-Standards einzuhalten. Die Beziehungen zu den Lieferanten werden einem Qualitätsvergleich und einer Prüfung unterzogen, um die Qualität und das Angebot laufend zu verbessern. Nestlé führt Audits bei Grosslieferanten durch, um sicherzustellen, dass sie die Nestlé-Unternehmensgrundsätze anwenden oder aktiv an deren Umsetzung arbeiten. Alle Chefs der operativen Gesellschaften haben zugesichert, dass die Anwendung der Unternehmensgrundsätze mit den Grosslieferanten besprochen wurde. Im Jahr 2000 wurden rund 3151 Lieferanten in solche Diskussionen einbezogen und über 1000 Produktionsstätten von Lieferanten überprüft. Fördert die Überprüfung Probleme mit der Einhaltung zu Tage oder werden uns solche Fälle signalisiert, fordert Nestlé Abhilfe, wenn der Lieferant weiterhin berücksichtigt werden soll.

- Alle Lieferanten von Nestlé in den Philippinen erhielten eine Kopie unserer Unternehmensgrundsätze, welche jetzt ebenfalls in den neuen Verträgen aufgeführt sind;
- unsere Mitarbeiter in Nestlé Brasilien suchen während ihrer Besuche bei Lieferanten nach eventuellen Versäumnissen in Bezug auf die Einhaltung unserer Prinzipien, was in speziellen Fällen zu korrigierenden Massnahmen führte.

Diese Form von Auditing geht sogar über die nationalen Grenzen hinaus. Für Nestlé Frankreich werden regelmässige Audits von der ACTS-Gesellschaft bei Lieferanten in Südostasien durchgeführt, um die Einhaltung und Durchführung unserer Prinzipien zu sichern, was sich hauptsächlich auf Lieferanten ausserhalb des Lebensmittelbereichs bezieht.

**Antikorruptionsmassnahmen** Nestlé besteht auf Ehrlichkeit, Integrität und fairem Verhalten in allen Beziehungen zu Geschäftspartnern. Bei Fehlverhalten oder Missbrauch der gegebenen ethischen Standards, Normen und Richtlinien werden Sanktionen auferlegt. Nestlé verlangt von ihrem Management und ihren Mitarbeitern, persönliche Aktivitäten und finanzielle Interessen zu vermeiden, die einen Konflikt mit den an sie gestellten Arbeitsanforderungen oder den Anschein eines solchen Konfliktes erwecken könnten.

NESTLÉ VERLANGT VON IHREM MANAGEMENT UND IHREN MITARBEITERN, PERSÖNLICHE AKTIVITÄTEN UND FINANZIELLE INTERESSEN ZU VERMEIDEN, DIE EINEN KONFLIKT MIT DEN ANFORDERUNGEN DER ARBEIT HERVORRUFEN ODER DEN ANSCHEIN EINES SOLCHEN KONFLIKTES ERWECKEN KÖNNTEN.

Ausschnitt aus den *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen*



## Die Beziehungen zu Konsumenten und der Gesellschaft

### Qualität, Sicherheit und Nährwert

Der Geschäftserfolg von Nestlé hängt ganz davon ab, bis zu welchem Grade wir den Bedürfnissen und Erwartungen unserer Konsumenten gerecht werden können. Den Milliarden Menschen, die unsere Produkte kaufen, bleibt es freigestellt, die Konkurrenzprodukte den unseren vorzuziehen. Und deshalb ist Qualität unser bestes Argument dem Konsumenten gegenüber.

Das Vertrauen des Konsumenten in die Nestlé-Produkte gewannen wir unter anderem dadurch, dass wir unsere Kunden schon beim Öffnen der Verpackung oder Schutzhülle von der Qualität und

Sicherheit unserer Nahrungsmittel und Getränke überzeugen konnten. Unsere Sicherheitsstandards für die Herstellung von Nahrungsmitteln lassen es nicht zu, dass das *Nestlé-Garantiesiegel* auf den Lebensmittelverpackungen angebracht wird, bevor kürzlich gebaute oder erworbenen Fabriken in der Lage sind, den standardisierten, detaillierten und sehr rigorosen Qualitäts- und Sicherheitsvorschriften gerecht zu werden. Diese sind ausführlich in Verfahrensbestimmungen und Prozessvorschriften beschrieben und formuliert, werden kontrolliert und gehen weit über die gesetzlichen Vorschriften und üblichen Verfahren der Länder, in denen wir produzieren, hinaus.

Auftauchende Probleme zu akzeptieren und von ihnen zu lernen ist Teil der Bemühungen für kontinuierliche Verbesserungen. Wenn Fehler in der Fabrik vor der Warenauslieferung entdeckt werden, kann es zu einem Produktrückruf kommen, was als Teil des Produktionsverfahrens zu bewerten ist. Öffentliche, durch Fehler oder Probleme entstandene Produktrückrufe sind sehr selten. Weltweit gab es im Jahr 2000 bei einem Gesamtproduktionsvolumen von Millionen Serienfertigungen 14 Fälle von Produktrückrufen, von denen keiner kritisch war. Über jeden öffentlichen Rückruf wird zentral berichtet und sämtliche entsprechenden Massnahmen für die Sicherheit des Konsumenten werden getroffen. Wir geben uns mit keinem Produktrückruf zufrieden, sondern nehmen jeden einzelnen sehr ernst, um daraus zu lernen und für nachhaltige Verbesserungen zu sorgen.

Wir publizieren jährlich eine interne *Quality Management Review*. Diese erlaubt es dem oberen Management von Nestlé, Trends und potenzielle zukünftige Probleme im Auge zu behalten.



### Die Entwicklung von Lebensmitteln und Getränken für ältere Menschen

Wenn Menschen älter werden, nimmt der Appetit gewöhnlich ab und es treten veränderte Bedürfnisse im Geschmack sowie im Gefühl des Gaumens auf. Nestlé hat daher spezielle, abgestimmte Sortimentgruppen von Lebensmittel- und Getränkeprodukten entwickelt, um diesen Bedürfnissen zu entsprechen.

*Clinutren* zum Beispiel ist ein Produktesortiment, welches aromatisierte Getränke auf Milchbasis umfasst, ebenso Suppen und Fertiggerichte mit ausgewogener Ernährungsbilanz, die dem Bedarf

älterer Mitbürger in Bezug auf Textur und Geschmack angepasst sind. Wir entwickeln und adaptieren *Clinutren* in Zusammenarbeit mit einem Panel, das aus Geschmacksexperten, Küchenchefs und Bewohnern von Seniorenheimen zusammengesetzt ist.

Ein Team von Nestlé-Wissenschaftlern analysiert sowohl die Ernährungsbilanz dieser Produkte als auch deren Auswirkungen auf den Körper.

Nestlé entwickelt und produziert auch Lebensmittel auf flüssiger Basis für Patienten, die ans Bett gebunden und unheilbar sind.









Das Nestlé-Forschungszentrum in der Nähe von Lausanne (Schweiz).

## **Forschung und Innovation für Lebensmittelsicherheit, Qualität und Wohlbefinden**

Nestlé führt die weltweit grösste Organisation im Bereich der Nahrungsmittel- und Ernährungsforschung mit einem F&E-Netzwerk von 17 Forschungsstätten. Nestlé investiert mehr als 400 Millionen Euro pro Jahr in die Grundlagen- und angewandte Forschung.

Im Nestlé-Forschungszentrum in der Nähe von Lausanne, Schweiz, arbeiten allein ungefähr 150 der insgesamt 600 Mitarbeiter in der Abteilung für Qualitäts- und Sicherheitskontrolle. Die nach dem neuesten Stand der Technik eingerichteten Laboratorien (die von vielen externen Gremien anerkannt sind) arbeiten nach modernsten, international anerkannten Normen und Methoden. Die dort eingesetzten Wissenschaftler haben für eine grosse Anzahl von Produkten und Verfahren spezielle Tests entwickelt. Eine Anzahl von Nestlé-Prüfverfahren werden von Regierungen offiziell anerkannt und unser Fachwissen in der mikrobiologischen und toxikologischen Lebensmittelsicherheit wird von der US Food and Drug Administration anerkannt.

NESTLÉ ANERKENNT, DASS DIE KONSUMENTEN EIN LEGITIMES INTERESSE AM UNTERNEHMEN HABEN, DAS HINTER DEN NESTLÉ-MARKEN STEHT, WIE AUCH AN DER ARBEITSWEISE VON NESTLÉ.

*Auszug aus den Nestlé-Unternehmensgrundsätzen*

### **Investition in neue Forschungs- und Entwicklungsprojekte: Der Nestlé Fonds zur Bildung von Risikokapital (The Nestlé Corporate Venture Capital Fund).**

2001 investierte Nestlé bis zu CHF 200 Millionen Risikokapital in einen neuen Unternehmensfonds für die Entwicklung auf neuen Gebieten der Wissenschaft und Technologie. Der Fonds

wird von einem selbständigen Managementteam verwaltet, spezialisiert in den Bereichen Nahrungsmittelforschung, Life Sciences, Verpackung sowie auf anderen, kommerziellen Anwendungsgebieten. Der Fonds dient der Erweiterung des Nestlé F&E-Potenzials und vereinfacht die Beziehungen zu und eine Zusammenarbeit mit

besonders motivierten und kreativen Gründern neuer Unternehmen. Der Fonds dient der Finanzierung von Akquisitionen sowie Investitionen in Minoritätsbeteiligungen, Lizenzverträgen und Gemeinschaftsunternehmen.



**Kundendienstzentren** Nestlé lässt auf jede Produktverpackung eine Telefonnummer (meistens gebührenfrei) sowie unsere lokalen Adressen drucken und ermöglicht dadurch in 80 Märkten eine Telefonverbindung zum Nestlé-Kundendienst, dessen Aufgabe es ist, auf die Wünsche der Verbraucher einzugehen, ihre Fragen zu beantworten und allgemein einen Dialog herzustellen.

Bei einer 1998/1999 durch den Nestlé-Kundendienst weltweit durchgeführten Umfrage zeigte sich eine Tendenz zu einem zunehmenden Interesse am Dialog. Es wurden ungefähr 5 Millionen Kontakte mit Verbrauchern registriert, wovon 18% um Hilfe bei Problemen baten, die grosse Mehrheit jedoch (82%) bat um Informationen, zum Beispiel zur Ernährungsberatung oder um Rezepte.

### Nestlés Stellungnahme zur Gentechnologie

Alle von Nestlé bei der Lebensmittelherstellung verwendeten, genetisch veränderten Zutaten wurden von der amerikanischen Food and Drug Administration sowie von unseren eigenen Laboratorien als für menschlichen Verzehr sicher bewertet. Es handelt sich hierbei hauptsächlich um Produkte, die Soja enthalten. Nestlé ist verpflichtet, für unsere

Lebensmittelprodukte keine Zutaten zu verwenden, die nicht den rigorosen Normen für die Herstellung von Nahrungsmitteln entsprechen.

Nestlé schliesst sich der Stellungnahme des Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen für den sorgfältigen Gebrauch von genetisch modifizierten Nahrungsmitteln an:

«Sollte die Wissenschaftswelt der explosiv fortschreitenden Entwicklung in Bezug auf

technologische Innovation von Nahrungsmitteln, Medizin und Information den Rücken kehren, dann riskiert sie, sich abzusondern und den Entwicklungsländern die Möglichkeit zu nehmen, anhand dieser fortschrittlich entwickelten Technologien, vorausgesetzt sie werden effektiv gesteuert, bessere Lebensverhältnisse für die Bevölkerung der ärmeren Ländern zu schaffen.»

Mark Malloch Brown, verantwortlich für das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen – UNDP Human Development Report 2001.

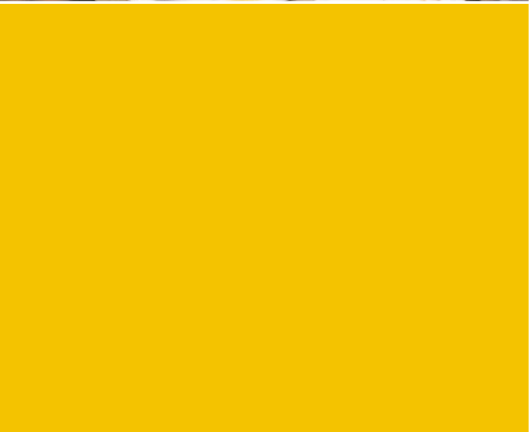


### **Auf die Wünsche der Konsumenten eingehen – eine kanadische Fallstudie**

Im April 2001 entschied Nestlé Canada aus wirtschaftlichen Gründen, dass die Nestlé-Produkte *Smarties*, *Aero*, *Kit Kat*, *Coffee Crisp* und *Mirage* nicht länger in einem Erdnuss-freien Umfeld produziert würden. Diese Massnahme sollte ab Januar 2002 in Kraft treten. Aus diesem Grunde leitete Nestlé eine Kampagne zur Warnung vor Allergien ein, welche sich an Verbraucher dieser Produkte richtete, um sie über die Änderung zu informieren. Trotzdem entschloss sich Nestlé

Canada, im Anschluss an eine starke Reaktion von Seiten der Schulen, Eltern und Kinder, diese Entscheidung wieder rückgängig zu machen. Einer der zu Tausenden an uns gerichtete Briefe lautete: «Als Eltern eines sechsjährigen, an Erdnussallergie erkrankten Mädchens, fällt es uns schwer, Ihnen zu sagen, was das für uns und unsere Tochter Kristen bedeutet. Sie haben in der Tat vorbildlich gehandelt, was jeder Ihrer Konkurrenten Ihnen nur schwer nachmachen kann.»





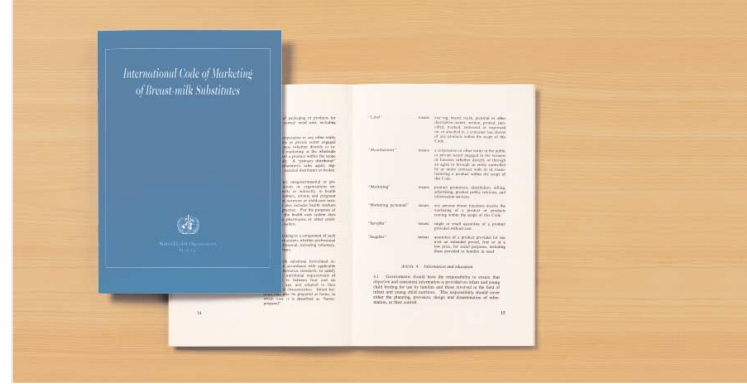


### **Auf Konsumenten und Kinder ausgerichtete Werbung**

Nestlé ist entschieden darum bemüht, ihre Werbung in verantwortlicher Art und Weise durchzuführen. Wir sind darauf bedacht, den Verbraucher hinsichtlich des Produktnutzwertes nicht irreführend zu beeinflussen und zu vermeiden, einen gefährlichen und unsachgemässen Umgang mit dem Produkt zu fördern. Auch prüfen wir, dass der Inhalt unserer Werbung keinen Grund zur Beanstandung gibt und keine diskriminierende oder beleidigende Haltung gegenüber religiösen, politischen, ethnischen, kulturellen oder sozialen Gruppen beinhaltet. Genauso wichtig ist, dass wir bei Programmen mit solchem Inhalt auf unsere Werbung verzichten.

Nestlé handelt im Bereich der auf Kinder ausgerichteten Werbung nach strengen Prinzipien: Dies gilt auch für Events und Sponsoring. An Kinder gerichtete Werbung sollte nicht als Teil eines Programmes oder als redaktioneller Inhalt maskiert sein und niemals versuchen, die Autorität, Verantwortung oder sogar das Urteil von Eltern oder Betreuungspersonen zu untergraben. Auch sollte Werbung für Kinder niemals Kinder in gefährlichen Situationen zeigen oder Kinder dazu anregen, Einladungen von Personen anzunehmen, die ihnen unbekannt sind.

Weltweit erhielten Marketingpersonal und Werbeagenturen unsere Richtlinien in Bezug auf Werbung und alle Werbekampagnen wurden überarbeitet und sind unseren grundsätzlichen Prinzipien angepasst. Die Einhaltung dieser internen Standards führt unausweichlich zu höheren Werbekosten. Zum Beispiel stiegen unsere gesamten Werbeausgaben im Jahr 2000 in zwei unserer Märkte (Deutschland und USA) schätzungsweise um USD 13 Millionen, weil wir Programme mit anstössigem Inhalt vermeiden wollten.



**Die Vermarktung von Muttermilchersatz** 1981 führte die Weltgesundheitsorganisation den **Internationalen Kodex für die Vermarktung von Muttermilch-Ersatzpräparaten** ein, als eine Empfehlung an alle ihre Mitgliedregierungen.

In allen Ländern stellt Nestlé sicher, dass die Vermarktung ihrer Säuglingsanfangsnahrung die jeweiligen nationalen gesetzlichen Anforderungen und Regelungen genau erfüllt und der Implementierung des Internationalen Kodex eines jeden Landes entspricht. Unabhängig davon, ob die jeweilige Regierung angemessene Schritte zur Implementierung des Internationalen Kodex eingeleitet hat oder nicht, wendet Nestlé in allen Entwicklungsländern (über 150) den Internationalen Kodex in seiner Gesamtheit an.

**Marketing Audits betreffend Säuglingsanfangsnahrung**

Zusätzlich zu den internen Kontrollmassnahmen in jedem Land veranlasst Nestlé in ihren Gesellschaften in aller Welt regelmässige Audits über verschiedene Geschäftspraktiken- und verfahren. Die internationalen Nestlé-Auditoren kontrollieren, unabhängig vom Linienmanagement, jede Gesellschaft in Entwicklungsländern, in denen wir tätig sind, auf die Einhaltung des Internationalen Kodex. Alle negativen Befunde werden an den Delegierten des Verwaltungsrates der Nestlé AG persönlich weitergeleitet. Im Jahr 2000 endeten 4 Fälle mit disziplinarischen Massnahmen den Managern gegenüber, die unseren Anweisungen zuwiderhandelten. Diese Standardmassnahmen umfassen sowohl Gehaltsblockierungen, Bonusentzug, als auch interne Stellenwechsel und Kündigung. Zusätzlich führte Nestlé ein neues Ombudsmann-System ein, welches jeden Mitarbeiter dazu berechtigt, uns auf potentielle Verletzungen des Internationalen Kodex ausserhalb der Kompetenz des Linienmanagements aufmerksam zu machen.

## Marketing-Audit im Bereich der Säuglingsnahrung in Argentinien

Die internen Konzernauditoren von Nestlé besuchen alle Entwicklungsländer, in denen Nestlé Säuglingsnahrung verkauft, um zu überprüfen, dass die Vermarktung des Produkts strikt dem Internationalen Kodex über die Vermarktung von Muttermilchersatz entspricht.

In Argentinien zum Beispiel besuchen die Auditoren Kliniken und Spitäler, um mit den Ärzten zu diskutieren. Sie überprüfen Einzelhändler und Lagerbestände und untersuchen die Vermarktungspraxis für Nestlé-Säuglingsnahrung direkt mit dem zuständigen Verkaufs- und Marketingpersonal jenes Landes.

Auditoren überprüfen folgendes:

- Keine Werbung für Säuglingsanfangsnahrung in der Öffentlichkeit;
- keinen direkten Kontakt zu Müttern;
- keine Leistungsprämien, die auf den Umsatzzahlen im Bereich der Säuglingsnahrung basieren;
- kein Verteilen von kostenlosen Proben;
- ausschliessliches Stillen wird gefördert und unterstützt durch das Drucken von erzieherischem Material zur Unterweisung im Stillen sowie von anderem Unterrichtsmaterial für stillende Mütter;
- eine Warnung in Bezug auf die Konsequenzen unkorrekter Anwendung ist auf allen Verpackungen der Säuglingsnahrung aufgedruckt;
- langfristiges Stillen wird auf allen Verpackungen der Babynahrung empfohlen;
- auf den Verpackungen der Säuglingsnahrung sind keine Babys abgebildet;
- die Etiketten der Säuglingsnahrung sind in den entsprechenden Sprachen gedruckt;
- vor der Vermarktung eines neuen Produktes erhalten Fachleute des



Gesundheitssektors maximal zwei Dosen Säuglingsnahrung zur Bewertung;

- keine finanziellen oder materiellen Entschädigungen für Angehörige des Gesundheitssektors;
- wenn vertraglich festgelegt, werden wissenschaftliche Aktivitäten unterstützt und schriftlich vom verantwortlichen Beamten der jeweiligen Institution bestätigt;
- es wird kontrolliert, dass Zusatz-(Entwöhnungs-) Säuglingsnahrung nicht als Muttermilchersatz vermarktet wird;
- erzieherisches Material zum Gebrauch von Säuglingsanfangsnahrung wird nicht öffentlich in Kliniken ausgestellt oder ausgelegt;
- das gesamte, für die Vermarktung



von Säuglingsnahrung verantwortliche Personal ist mit dem Internationalen Kodex der Weltgesundheitsorganisation und dessen Anwendung vertraut;

- die während der letzten 12 Monate gratis abgegebene Säuglingsnahrung war nur für Sozialfälle bestimmt.







Programa-Nutrir (Brasilien).



Kids'Club (Grossbritannien).



Die Zakoura-Stiftung (Marokko).

## Engagement und Verantwortungsgefühl innerhalb der Gemeinschaft

Die Art und Weise, wie wir unser Geschäft betreiben, spiegelt sich vor allem in einer langfristigen, vollen Integration in die Gemeinden, in denen wir tätig sind, wider.

Die von uns veröffentlichte Broschüre *Nestlé in der Gemeinschaft* reflektiert unsere Verpflichtung und Verantwortung für Gesundheit und Wohlergehen in den Ländern und Gemeinden, in denen wir aktiv sind.

Die Art und Weise unseres Engagements ist sehr verschieden und richtet sich nach den jeweiligen Bedürfnissen des Landes, zielt aber auf drei Bereiche: Ernährung, Gesundheit und sozio-ökonomische Entwicklung. *Nestlé in der Gemeinschaft* beschreibt im Detail einige von Hunderten von Projekten in 65 Ländern. Hier sind einige Beispiele:

- In Südafrika wurde **EcoLink**, eine nichtstaatliche Organisation, seit ihrer Gründung von Nestlé in Bezug auf organisatorische Entwicklung, Kommunikation und Finanzierung unterstützt. 150 000 Menschen in lokalen Gemeinden wurden bei der Suche nach Wasserquellen für sauberes Trinkwasser sowie beim Anbau eigener Gemüsegärten für eine gesunde Ernährung geholfen.
- Nestlé Australien unterstützt eine grosse Anzahl von Aktivitäten in der Gemeinschaft durch Nestlé-Gemeinschaftsfonds, einschliesslich des **Australischen Theaters für Jugendliche** und des **Neuen Kinderkrankenhauses** in Sydney.
- Nestlé Bangladesch spendet Lebensmittelprodukte zur Unterstützung des **Wohltätigkeitsfonds des Premierministers von Bangladesch**, welche den

Opfern von Überschwemmungen und anderen Naturkatastrophen zugute kommen. Ausserdem beteiligt sich unser Unternehmen am **Projekt der schwimmenden Krankenhäuser**, welches die Ärmsten der Armen medizinisch versorgt.

- Nestlé Brasilien erstellte ein langfristiges, freiwilliges Erziehungsprojekt, genannt **Programa-Nutrir**, mit welchem Nestlé Angestellte freiwillig anhand von Spielen und anderen Aktivitäten die am Rande der Armut lebenden Familien in gesunden Ernährungsgewohnheiten unterrichten. Unser Ziel ist es, dieses Programm auf 500 000 Kinder auszudehnen.
- Nestlé Russland entwickelte ein Programm, welches vom **Russischen Ministerium für Erziehung und dem Russischen Institut für Ernährung** zur Einbeziehung in den Lehrplan der Primarschulen empfohlen wurde, um Jugendliche in gesunden Ernährungspraktiken zu unterrichten. Augenblicklich umfasst dieses Programm 100 000 Kinder.
- Nestlé Grossbritannien ist seit 1996 ein wichtiger Sponsor des **Kids'Clubs**-Netzwerkes – ein nationales, karitatives Unternehmen, das die Kinder berufstätiger Eltern ausserhalb der Schule versorgt, und zwar zu erschwinglichen Kosten.
- Nestlé USA unterstützt **Reading is Fundamental**, Amerikas grösste, gemeinnützige Organisation zur Förderung des Lesens, und die **ALCON-Laboratorien** lieferten im Rahmen des Programmes **Medical Mission** seit über 37 Jahren kostenlos ophthalmologische Produkte für Augenoperationen weltweit.



EcoLink (Südafrika).



EcoLink (Südafrika).



Impfung gegen Kinderlähmung (Indien).

### **Hilfsaktionen der Internationalen Föderation des Roten Kreuzes/Roten Halbmonds (IFRC) in Afrika**

Nestlé unterstützte im Jahr 2000 finanziell und durch technische Beratung im Bereich der Kommunikation die anfänglichen, auf den ganzen Kontinent Afrika ausgedehnten Hilfsaktionen der Internationalen Föderation des Roten Kreuzes/Roten Halbmonds. Heute ist Nestlé der erste Firmensponsor der

Rotkreuz-Hilfsaktion für Afrika, welche in erster Linie bestrebt ist, die Bevölkerung vor der Ausbreitung des HIV-Virus/AIDS zu schützen. In Nigeria startete ein Hilfsprogramm, an welchem sich 2640 Sozialberater beteiligen und das sich voraussichtlich auf nationaler Ebene noch um 1,2 Millionen jugendliche Helfer erweitern wird, wobei 800 Freiwillige den 7000 an AIDS infizierten Menschen häusliche Gesundheitspflege anbieten.

NESTLÉ VERSUCHT, SICH SO WEIT WIE MÖGLICH AN DIE SITTEN UND GEBRÄUCHE DER VERSCHIEDENEN LÄNDER, IN DENEN SIE TÄTIG IST, ANZUPASSEN. DARÜBER HINAUS VERTRITT NESTLÉ DIE AUFFASSUNG, DASS IHRE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT LANGFRISTIG NUR DANN VORTEILHAFT SEIN KANN, WENN SIE GLEICHZEITIG FÜR DAS JEWEILIGE LAND VON NUTZEN IST.

*Die grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé*

# Die Zukunft

Obwohl wir in den 135 Jahren unseres Bestehens eine starke Unternehmenskultur und eine Anzahl starker Geschäftsprinzipien entwickelt haben, sind wir angesichts unserer gegenwärtigen Leistungen nicht selbstzufrieden, sondern einer ständigen Verbesserung unserer Nachhaltigkeit verpflichtet.

Da dies unsere erste Publikation über die Nachhaltigkeit ist, bemühen wir uns, aus den Erfahrungen dieser Übersicht zu lernen, wenn wir unsere künftigen Beiträge planen.



### **Massnahmen zur Entwicklung sozialer Nachhaltigkeit**

In dieser Broschüre versucht Nestlé zum ersten Mal zusammenfassend über ökonomische, umweltbewusste und soziale Nachhaltigkeit zu berichten – und wir stehen erst am Anfang bei der Suche nach neuen Verfahren und besseren Methoden für eine soziale Nachhaltigkeit, die zu unserer Geschäftspolitik passt. Es ist nicht einfach, aussagekräftige und vergleichbare soziale Massstäbe in den vielen unterschiedlichen Ländern zu schaffen, in denen wir vertreten sind. Solche Massstäbe sind offensichtlich viel weniger präzise als im wirtschaftlichen oder im Umweltbereich, aber wir werden uns dieser Frage in vertiefter Form annehmen, wenn wir unsere künftige Berichterstattung über Nachhaltigkeit vorbereiten.

### **Einhaltung der Nestlé-Unternehmensgrundsätze auf allen Managementebenen**

Unser Hauptanliegen besteht darin, unsere kürzlich revidierten Unternehmensgrundsätze auf allen Ebenen des Managements bekannt zu machen, was zu einem besseren Verstehen und Einhalten dieser Prinzipien führen und speziell der jeweiligen Aufgabe oder Funktion entsprechen soll. Es werden eine Reihe Unterrichtsmethoden entwickelt und das passende Schulungsmaterial, Frage- und Antwortformulare, Artikel interner Publikationen sowie auf E-Mail beruhende Informationen zusammengestellt, welche für die laufende Managementkommunikation und die Schulungsprogramme derzeitiger und zukünftiger Manager bestimmt sind.

### **Monitoring-Massnahmen zur Einhaltung der Nestlé-Unternehmensgrundsätze**

Wir sind davon überzeugt, dass durch den Einsatz unserer internen Auditoren ein sehr sicheres, umfassendes

Kontrollsystem in Bezug auf die Einhaltung unserer Unternehmensgrundsätze besteht, wobei unsere Qualitätsprüfungssysteme in den Bereichen Nahrungsmittelsicherheit und Umwelt natürlich weit mehr entwickelt und ausgearbeitet sind. Obwohl mikrobiologische und umweltbezogene Kontrollmassnahmen von Natur aus viel zahlreicher sind, versuchen wir weiterhin, interne Kontrollsysteme in Bezug auf die korrekte Miteinbeziehung unserer Geschäftsprinzipien, gestützt auf gesammelte Erfahrungen in anderen Bereichen der Qualitätssicherungsprüfungen, auszuarbeiten und umzusetzen.

### **Initiative für nachhaltige Landwirtschaft**

Gemeinsam mit zwei anderen bedeutenden Nahrungsmittelherstellern, Danone und Unilever, beteiligt sich Nestlé seit kurzem an einer nachhaltigen Agrarinitiative, der **Sustainable Agriculture Initiative (SAI)**, um sich auf verständliche Weise für eine nachhaltigere Landwirtschaft einzusetzen.

Im Rahmen der SAI entwickelte Nestlé gemeinsam mit Landwirten beste Verfahrenstechniken in den Bereichen der Milchproduktion sowie des Kaffee- und Kakaoanbaus und ist bestrebt, diese Aktivitäten auf alle wichtigen Rohstoffbereiche auszudehnen.

Die SAI hat es sich zur Aufgabe gemacht, folgende Probleme zu lösen:

- Qualitäts- und Sicherheitsprobleme innerhalb der Lebensmittel-Versorgungskette, welche das Vertrauen des Konsumenten in die täglichen Nahrungsmittelprodukte beeinträchtigen könnten;
- Wachstum der Bevölkerung, wachsendes Einkommen mit entsprechend grösserer Kaufkraft sowie sich ändernde Essgewohnheiten, was eine



grössere Nachfrage nach Qualitätsprodukten zur Folge hätte;

- eventuelle nachteilige Auswirkungen durch einen auf Landwirtschaft, natürliche Ressourcen und Umwelt ausgeübten Druck, was die landwirtschaftliche Produktivität beeinträchtigen könnte.

Wir hoffen, dass die SAI global als Plattform der Zusammenarbeit der Industrie bei der Entwicklung und Implementierung der Nachhaltigkeit auf dem Gebiet der Landwirtschaft dienen wird. Sie kann gleichzeitig eine Plattform für Verbesserungen im Bereich des öffentlichen Bewusstseins werden, wie zum Beispiel für die Qualität und Sicherheit der Produkte, die Lebensqualität der ländlichen Gemeinschaften, das Wohlergehen der Tiere, aber auch für Aspekte wie Boden, Wasser, Luft, Energie und Biodiversität.

**Beratung mit externen Parteien** Nestlé war eines der ersten Unternehmen, das sich mit Arbeitsorganisationen beriet und hält solche Konsultationen auch weiterhin für angebracht. Auch nahm Nestlé kürzlich an den von den Vereinten Nationen initiierten Beratungsgesprächen über verschiedene aktuelle Themen teil.

Zurzeit beteiligt sich Nestlé an einem Verfahren zur Untersuchung potenzieller, durch Kinderzwangsarbeit in Kakaofarmen Westafrikas entstandener Probleme. Dies geschieht auf industrieweiter Ebene und in Zusammenarbeit mit Regierungen, Arbeitsorganisationen und nichtstaatlichen Organisationen (NGOs) sowie anderen Unternehmen der Kakao- und Schokoladenindustrie. Wir unterziehen unsere Produktionsbetriebe scharfen Kontrollen in Bezug auf Kinderarbeit und lehnen eine

Zusammenarbeit mit industriellen Lieferanten, welche Kinderarbeit zulassen, ab. Nestlé hofft weiterhin, dass der konstruktive Dialog, der sich erst jetzt mit diesem Thema befasst, fortgesetzt werden kann und dass diese Diskussionen in Zukunft für pragmatische Massnahmen in Bezug auf bessere Arbeitsverhältnisse in Westafrika sorgen. Wenn erfolgreich, könnten die hier gemachten Anstrengungen auch zu gemeinsamen Projekten in anderen Bereichen führen.

Im Bereich der Vermarktung der Säuglingsnahrung haben wir mit wichtigen internationalen Organisationen einen Dialog aufgenommen und befürworten dessen Fortsetzung auf nationaler und internationaler Ebene, unter Einbeziehung der **Weltgesundheitsorganisation**, der Produzenten und NGOs sowie der Regierungen. Nestlé pflegt ebenfalls enge Kontakte zu Umweltschutzorganisationen und diskutiert über Themen, welche die Minimierung von möglichen umweltschädlichen Auswirkungen auf den Planeten betreffen, wie zum Beispiel die Entfernung ozonabbauender Kälteanlagen aus unseren Produktionsstätten.

Selbstverständlich sind wir nicht immer mit den Meinungen unserer Gesprächspartner einverstanden und wir werden geschäftliche Entscheidungen nicht anderen überlassen. Wir sind jedoch weiterhin an einem Gedankenaustausch mit Aussenstehenden über besorgniserregende Themen interessiert. Wir sind bereit, verschiedene Standpunkte anzuhören und nach praktischen Lösungen für bestehende Probleme zu suchen. Nestlé möchte die Bedeutung solcher externen Kommunikation erhöhen. Gleichzeitig führen wir unser eigenes Geschäft weiter und berichten über die Einhaltung der Unternehmensgrundsätze, die wir mit so viel Umsicht ausgearbeitet haben.

## Andere Veröffentlichungen und Angaben zum Kontakt mit Nestlé

Die folgenden Publikationen sind ebenfalls bei Nestlé AG in Vevey erhältlich. Bei Interesse an einer dieser Publikationen oder bei Fragen zum Thema dieses Berichts, schreiben Sie bitte an die folgende Adresse:

Nestlé AG  
Public Affairs  
Avenue Nestlé 55  
CH – 1800 Vevey  
Schweiz  
[www.nestle.com](http://www.nestle.com)

- Nestlé-Geschäftsbericht (vollständige Version)
- Nestlé-Halbjahresbericht (Datum angeben)
- Nestlé-Unternehmensgrundsätze
- Die grundlegenden Management- und Führungsprinzipien von Nestlé
- Umwelt – Fortschrittsbericht 2000
- The Nestlé Water Policy
- Nestlé in der Gemeinschaft
- Nestlé: Forschung und Entwicklung an der Schwelle des 21. Jahrhunderts
- Nestlé in China, Nestlés landwirtschaftstechnische Beratung und die Entwicklung des Kaffeeanbaus
- Nestlé in Indien 1952-1992
- Nestlé – Hundertfünfundzwanzig Jahre von 1866 bis 1991

### Informationsquellen

Die wichtigsten Informationen in diesem Bericht sind Antworten auf Fragebögen, die an die Marktchefs unserer 20 wichtigsten Märkte gerichtet wurden. Diese repräsentieren mehr als 80% des Gesamtumsatzes der Nestlé-Gruppe. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die genannten Zahlen auf das Jahr 2000.

Weitere Informationen basieren auf Interviews mit Führungskräften verschiedener Abteilungen im Hauptgeschäftssitz unseres Unternehmens, in Human Resources, Environmental Affairs, Public Affairs, Quality Management, Agricultural Services und Consumer Services oder wurden anderweitig gesammelt.

**Konzeption und Ausführung**  
Nestlé AG, Public Affairs und  
John Hemingway, The Blake  
Project Ltd., UK

**Design**  
Nestec AG, B-Com, Corporate  
Identity and Design

**Druck**  
Entreprise d'arts graphiques  
Jean Genoud S.A.  
Le-Mont-sur-Lausanne, Schweiz

