



Good Food, Good Life

Pressebesuch an den Nestlé-Ständen anlässlich der Generalversammlung der Nestlé-Gruppe im Palais de Beaulieu

Ansprache von Roland Decorvet, Generaldirektor von Nestlé Schweiz, als Präambel zum Besuch der Pressevertreter

Sehr verehrte Damen und Herren, liebe Kollegen,

Es ist mir ein grosses Vergnügen, Sie hier vor unserer ordentlichen Generalversammlung begrüßen zu dürfen. Dies ist eine hervorragende Gelegenheit, Ihnen zu zeigen, was wir in der Schweiz für die Verbraucher tun, und Sie kurz über unsere Aktivitäten während des vergangenen Jahres zu informieren. Dabei werde ich auch kurz auf einige Themen zu sprechen kommen, die uns mit Sorge erfüllen.

Trotz der Krise ist es uns im Jahr 2009 dank der enormen Anstrengungen unserer Teams gelungen, bei den Verkaufszahlen in der Schweiz einen leichten Zuwachs (um die 2 %) zu erzielen. In sämtlichen Kategorien konnte ein gewisses Wachstum beibehalten werden, wobei einige etwas besser abschnitten als andere. Nestlé hat mit seinen Glacen und Schokoladen gute Fortschritte verzeichnet, wesentlich bessere als dieselbe Kategorie insgesamt gesehen auf dem inländischen Markt. Cailler konnte neue Marktanteile für sich hinzugewinnen. Kulinarische Produkte und Getränke haben sich ebenfalls positiv entwickelt. Insgesamt gesehen haben die verschiedenen in der Schweiz tätigen Unternehmen im Jahr 2009 einen Umsatz in der Grössenordnung von 2.046 Mrd. CHF erwirtschaftet.

Auf Infrastrukturebene hat die Nestlé in der Schweiz 2009 drei neue Einheiten gegründet: das neue Nespresso-Zentrum in Avenches, das Centre d'excellence du chocolat in Broc und eine Kindertagesstätte in La Tour-de-Peilz. Hier wurden im Sinne des Gesetzes des Kantons Waadt zur Kinderbetreuung (Loi sur l'accueil de jour des enfants, kurz: LAJE) rund Hundert neue Betreuungsplätze für Kleinkinder zwischen 6 Monaten und 5 Jahren eingerichtet. In Bezug auf Beschäftigtenzahlen hat Nestlé in der Schweiz 129 neue Stellen geschaffen, was einer Erhöhung von 1,4 % entspricht. Insgesamt gesehen hat die Gruppe in den 10 Jahren zwischen 1999 und 2009 2700 neue Arbeitsplätze in der Schweiz kreiert und zwischen 1997 bis 2009 mehr als 2,5 Milliarden investiert. Das beweist sehr deutlich das Engagement der Nestlé gegenüber ihrem Heimatland. Davon profitieren unsere operativen Gesellschaften in der Schweiz und natürlich das Waadtland, in dem über 6000 unserer Mitarbeiter leben und arbeiten.

Wie sieht es in diesem Jahr aus?

Viele Dinge sind derzeit in Bewegung, und viele davon erfüllen uns mit Stolz und Optimismus. Vor drei Wochen erst haben wir die Maison Cailler aus der Taufe gehoben und schon jetzt können wir sagen, dass dies ein grosser Erfolg ist. Über 8000 Gäste haben das Zentrum in Broc bereits besucht, um die faszinierende Welt der Schokolade zu entdecken, in

überwältigender Zahl am Osterwochenende. Ausserdem werden dieses Jahr zwei weitere Einrichtungen ihre Pforten öffnen, nämlich die neue Produktionsstätte in Konolfingen sowie das Forschungs- und Entwicklungszentrum von CPW in Orbe. Auf Markenebene gibt es eine Reihe von Jubiläen zu feiern, vor allem die 50 Jahre Frisco. In diesem Moment wird in Rorschach eine kleine Feier zu Ehren dieses grossen Jahrestags abgehalten. Für diejenigen unter Ihnen, die das nicht wissen: Rorschach (auf der uns diagonal gegenüberliegenden Seite der Schweiz, am Bodensee) ist die Produktionsstätte der Nestlé Schweiz, in der die Tiefkühlprodukte und die Glacen für die Marken Frisco, Findus, Buitoni und Mövenpick hergestellt werden. Dort produzieren wir zum einen für den Detailhandel und zum anderen für Nestlé Professional (Gastronomie und Restauration).

Weitere Jubilare sind der Thomy-Senf, der dieses Jahr 80 wird, sowie Le Parfait, dem wir zum 60. Jahrestag gratulieren. Beides sind Produkte mit einer langen Geschichte. Sie bilden einen wichtigen Teil des kulinarischen Erbguts der Schweiz. Wie Sie wahrscheinlich gehört haben, stehen diese beiden beliebten Produkte, die auf den Erfindergeist von Schweizern zurückgehen (Hans Thomi bzw. Claude Blancpain) jetzt plötzlich in Gefahr, ihren Schweizer Pass zu verlieren, wenn das dem Parlament vorgelegte Projekt unverändert angenommen wird. Das ist ein Nonsens. Gestatten Sie mir deshalb, Ihnen hier kurz meine Bedenken darzulegen. Das vorgeschlagene neue Gesetz sieht vor, dass ein Produkt auf der Verpackung nur dann die Schweizer Flagge tragen darf, wenn mindestens 80 % der verarbeiteten Rohmaterialien aus der Schweiz stammen. Im heutigen Zeitpunkt, wo die Schweiz höchstens zu 55 % Selbstversorger ist und in dem die Motion Von Siebenthal, die vom Parlament angenommen wurde, einen Eigenversorgungsgrad von 60 % anstrebt, sieht man, dass wir weit weg von dieser ein wenig dogmatischen Forderung sind. Tatsächlich gibt es in diesem Zusammenhang sehr viele falsche und irreführende Informationen.

Wir dürfen nicht vergessen, dass der verarbeitenden Industrie eine absolut unentbehrliche Rolle für die Aufwertung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse zukommt. Darüber hinaus können wir in Anbetracht der kleinen Fläche unseres Landes nur dann eine leistungsfähige Produktionsindustrie aufrechterhalten, wenn unsere Nahrungsmittelindustrie auch weiterhin das Schweizer Label exportieren kann. Dieses Label ist ein Synonym für Qualität und Innovation, anhand dessen der Verbraucher auf den ersten Blick ein Schweizer Produkt von internationalen Konkurrenten unterscheiden kann. Aus diesem Grund hoffen wir, dass das Parlament, dem diese Gesetzesrevision in Kürze zur Begutachtung vorgelegt wird, die notwendigen Änderungen vornehmen wird, damit das neue Gesetz nicht diskriminierend wirkt und die Gesamtheit der Schweizer Wirtschaft zufrieden stellt. Es gibt durchaus eine Lösung: Man müsste lediglich die Schwelle auf **60 %** absenken und das Konzept des **Werts, also der Wertschöpfung durch Arbeit**, Forschung und Entwicklung sowie Innovation, mitberücksichtigen. Sind es doch genau diese drei Faktoren, die den Erfolg der Schweiz von jeher ausgemacht haben, und die seltsamerweise von dieser Gesetzesrevision gänzlich ignoriert werden. Eine bessere Verteidigung der Marke Schweiz ist unbedingt notwendig, und wir bei Nestlé unterstützen dies auch – jedoch nicht in dem Ausmass, dass ihr eine ganze Branche geopfert wird, zumal ja eine vernünftige alternative Lösung existiert!

Zum Schluss noch ein paar Worte zur Umwelt und zur gemeinsamen Wertschöpfung. Beim Besuch an den Ständen von Nespresso und Nestlé Waters können Sie sehen, was sich im Bereich Umweltschutz, Recycling und nachhaltige Entwicklung tut, etwa in den Herkunftsregionen für Kaffee am Nespresso-Stand oder in Bezug auf die Region Broc und die Erzeuger in Ecuador bei der Schokolade am CSV-Stand.

Damit ende ich meine kurze Einführung zu diesem Besuch. Selbstverständlich beantworte ich im Anschluss gerne Ihre Fragen. Danach lade ich Sie ein, die verschiedenen Stände kurz zu besuchen. In Ihrem Presseordner finden Sie zu jedem Stand eine Beschreibung. Während des Rundgangs kann ich weitere Fragen beantworten, für ausführlichere Erläuterungen haben wir während des Mittagessens Gelegenheit. Die Direktoren von Nespresso Suisse, Pascal Hottinger, Nestlé Waters Suisse, Michel Beneventi, und Mövenpick Ice cream, Fabrice Favero, werden ebenfalls mit von der Partie sein.

Für weitere Informationen:

Philippe Oertlé | Nestlé Suisse S.A. | Case postale 352 | 1800 Vevey | 021 924 51 24 | presse@ch.nestle.com