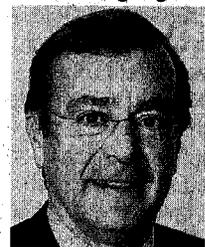


Nestlé's ambitionöses Versuchslabor

Der Konzern baut eine Gesundheitsfirma auf – wie diese einst aussieht, ist aber noch offen

Von Dieter Bachmann, Vevey

Luis Cantarell nimmt einen Schluck Rotwein, bevor er erklärt, wie Nestlé an der Schnittstelle zwischen Ernährung und Pharma ein neues Geschäftsfeld aufbauen will. «Geben Sie mir zwei Jahre, um ein Fundament zu legen. Fünf Jahre, um eine Produkte-Pipeline zu erarbeiten.» Der Katalane ist Chef von Nestlé Health Science (NHSc), einer Tochter des Nahrungsmittelkonzerns, die seit 2011 operativ ist. Von den 83 Milliarden Franken Umsatz, die Nestlé vergangenes Jahr erwirtschaftet



Luis Cantarell.

hat (siehe Box), macht NHSc nur einen Bruchteil aus. 1,6 Milliarden Franken waren es bei der Gründung – hauptsächlich war dies das Geschäft mit medizinischer Ernährung, inklusive des Bereichs, den Nestlé einst Novartis abgekauft hatte. An der gestrigen Bilanzmedienkonferenz wies der Konzern die Zahlen für NHSc nicht mehr separat aus.

hat (siehe Box), macht NHSc nur einen Bruchteil aus. 1,6 Milliarden Franken waren es bei der Gründung – hauptsächlich war dies das Geschäft mit medizinischer Ernährung, inklusive des Bereichs, den Nestlé einst Novartis abgekauft hatte. An der gestrigen Bilanzmedienkonferenz wies der Konzern die Zahlen für NHSc nicht mehr separat aus.

Kaugummi gegen Herzinfarkt

Cantarell ist überzeugt, dass NHSc einst «etwas ganz Grosses» werden kann. «Sonst hätte ich nicht meinen Job als Chef der Zone Amerika aufgegeben, um das aufzubauen.» Seine grundsätzliche Überlegung: «Warum sollte man Krankheiten nur mit Medikamenten heilen? Warum nicht schon früher über die Ernährung versuchen, den Krankheitsverlauf zu verzögern?»

Dabei drängt sich eine Indikation besonders auf. «Als Nahrungsmittelunternehmen kennen wir den Verdauungstrakt», sagt der Nestlé-Manager. Eine der ersten Akquisitionen von NHSc war denn auch CM&D Pharma, eine britische Firma, die sich auf Produkte für Patienten mit Reizdarmsyndrom, Darmkrebs oder Nierenschäden spezialisiert hat. Für Letztere ist etwa ein spezieller Kaugummi in Entwicklung, der den Phosphatgehalt im Blut und somit das Risiko eines Herzinfarkts senken soll.

«Die Produkte, die wir entwickeln, werden Sie nicht im Supermarkt kaufen können.» Es werde rezeptpflichtige Nutrition-Produkte geben, aber auch solche im nicht verschreibungspflichtigen Bereich (OTC). Know-how bezüglich Zusammenarbeit mit den Gesundheitsbehörden etwa in Sachen Rückerstattung hat Nestlé durch ihre bereits existierende Palette an medizinischer Ernährung für

Spitalpatienten. Auch Cantarell hat sich schon früher auf der Grenze zwischen Nahrungsmittel und Gesundheit bewegt. Einst war er Chef der Nestlé-Nutrition-Sparte (zu der die Babynahrung gehört). Er war es auch, wie er verschmitzt sagt, der dafür gesorgt hat, dass die Vitamin-«Schokolade» Nestrovit – ursprünglich eine Kooperation von Nestlé und Roche – nicht mit dem OTC-Bereich des Pharmakonzerns an Bayer verkauft worden ist, sondern bei Nestlé gelandet ist.

Personalisierte Medizin

Ganz wie Roche spricht auch Cantarell viel von Personalisierung, die durch die Entschlüsselung des menschlichen Erbguts möglich wird. Da erhofft er sich Hilfe von dem amerikanischen Diagnostikunternehmen Prometheus, das NHSc übernommen hat. Wenn man bei jemandem aufgrund eines Tests eine Veranlagung zu einer bestimmten Krankheit diagnostiziert hat, kann man dieser Person auch eine auf sie abgestimmte Diät empfehlen.

Wie Nestlé Health Science in fünf Jahren aussieht, kann Cantarell heute

bei aller Begeisterung nicht genau sagen. Vieles hängt davon ab, wie sich die mithilfe von den Nestlé-Venture-Funds aufgespürten Firmen entwickeln und kombinieren lassen. «Es ist wie ein Puzzle», sagt er. NHSc und das der EPFL Lausanne angegliederte Nestlé Institute of Health Sciences haben auch den Charakter eines Experimentierlabors für andere Konzernbereiche. «Falls wir auf etwas stossen, was zum Beispiel für die Nestlé-Joghurt-Produktion interessant sein sollte, geben wir das weiter.»

Zwar sagt Cantarell, er habe «keine Einschränkungen», was sein Budget angeht. Er sagt aber auch, dass es bei seiner Aufgabe nicht um möglichst rasches Volumenwachstum in Form von Milliardenumsätzen geht, sondern darum, ein weiteres Standbein, eine Zukunft für den Konzern aufzubauen.

Bei Alcon habe Nestlé gezeigt, dass es möglich sei, neben dem Hauptgeschäft eine eigenständige Firma zu etwas Grosseem aufzubauen. Nestlé hatte die Augenheilfirma einst für 270 Millionen Dollar gekauft und später für 50 Milliarden Dollar an Novartis verkauft.

Ein erfolgreiches Jahr

Vevey. Zu konstanten Wechselkursen gerechnet ist der Nestlé-Umsatz 2011 um 7,5 Prozent gewachsen. Die aufstrebenden Märkte legten klar stärker zu, als die Industrieländer. Das Jahr war geprägt von Zukäufen in China. Im 2012 will der Konzern das sogenannte Nestlé-Modell auch wieder erfüllen: für bis sechs Prozent organisches Wachstum sowie eine weitere Verbesserung der Margen – dies trotz der wirtschaftlichen Unsicherheit, die Konzernchef Paul Bulcke erwartet. dba

NESTLÉ 2011 IN ZAHLEN

| | In Mrd. Fr. | Veränd. in % |
|-------------------------|-------------------|--------------|
| Umsatz | 83,6 ¹ | +4,8 |
| Betriebsgewinn | 12,4 | +2,7 |
| Gewinn | 9,8 | +8,3 |
| Gewinn pro Aktie in Fr. | 2,97 | +14,2 |
| Dividende in Fr. | 1,95 | +1,8 |

¹ Wegen Alcon-Verkauf und Änderung der Rechnungslegung ca. 22 Mrd. Fr. tiefer