



Good Food, Good Life

139. jährliche Generalversammlung der Nestlé AG
Lausanne, den 6. April 2006

Ansprache

Peter Brabeck-Letmathe

Präsident und Delegierter
des Verwaltungsrates

Sehr verehrte Damen und Herren Aktionäre,

Ihre Gesellschaft hat ein ausserordentliches Jahr hinter sich. Sie haben bereits im Februar die Kernzahlen zur Kenntnis genommen, die Ihnen die dynamische Entwicklung und die Solidität von Nestlé aufzeigen.

Mit einem Rekord-Umsatz von 91 Milliarden Franken und einem Betriebsgewinn von 12,9 Prozent des Umsatzes hat Nestlé ein weiteres Erfolgsjahr erlebt. Wir sind unserer Verpflichtung treu geblieben, nachhaltig Wert zu schaffen, und wir haben dies im Rahmen unserer langfristigen Strategie getan. Aus diesem Grund schlägt Ihr Verwaltungsrat vor, eine um 12,5 Prozent deutlich höhere Dividende auszuschütten. Wenn Sie diesem Antrag zustimmen, wird Ihnen Nestlé im Verlauf der nächsten Tage eine Summe von 3,6 Milliarden Franken in Form von Dividenden auszahlen; zusammen mit der Milliarde Franken, die 2005 für den Rückkauf der Aktien mit dem Ziel ihrer Annullierung aufgewendet wurde, hat die Gesellschaft ihren Besitzern insgesamt 4,7 Milliarden Franken zurückerstattet. Wichtiger noch, sie hat dies getan, ohne zukünftige Wachstumschancen zu beeinträchtigen und unter Beibehaltung einer ausserordentlich soliden finanziellen Basis.

Ich bin in der glücklichen Lage, Ihnen so überzeugende Zahlen vorlegen zu können, doch sei darauf hingewiesen, dass diese sehr guten Resultate vor allem den Anstrengungen und der harten Arbeit der 250 000 Mitarbeiter der Gruppe zu verdanken sind. Diese Frauen und Männer haben ihre Energie, ihr

Können und ihre Entschlossenheit in den Dienst der Gesellschaft gestellt und oft schwierigen Umständen getrotzt, um dieses Resultat zu erzielen. Ich bin sicher, dass ich ihnen auch in Ihrem Namen, wie im Namen des Verwaltungsrates, meinen sehr aufrichtigen Dank aussprechen darf.

Der Erfolg wurde uns nicht geschenkt. Die Kosten für Rohstoffe, für Energie und für Verpackungsmaterial stiegen auch 2005 weiter an und wir konnten nur dank der Stärke unserer Marken und der Qualität unserer Produkte unsere Preise anpassen, um wenigstens teilweise den Kostenanstieg aufzufangen.

Im übrigen haben wir unsere Marktanteile weiter verteidigt, sie sogar vergrößert, durch den ständigen Innovations- und Renovationsprozess neue Geschäftsmöglichkeiten wahrgenommen und die unabdingbare Unterstützung unserer Marken fortgesetzt.

Dies hat uns, meine Damen und Herren, ein weiteres Mal, die Ziele des – wie wir es nennen – Nestlé-Modells erreichen lassen, nämlich ein organisches Wachstum zwischen 5 und 6 Prozent, verbunden mit einer gleichzeitigen Verbesserung der Rentabilität. Man wirft uns von Zeit zu Zeit vor, wir seien recht bescheiden bei der Festsetzung dieser Ziele. Wohlan denn: Wir haben 2005 ein organisches Wachstum von 6,2 Prozent erzielt. Die Nahrungsmittelindustrie insgesamt verzeichnete ein Wachstum von etwa 2 Prozent. Was die Margenverbesserung betrifft, beläuft sie sich auf 0,2 Prozent, und die Marge insgesamt wird mit 12,9 des Umsatzes ausgewiesen. Mit der Gewinnerhöhung aus dem organischen Wachstum und der besseren Marge liegt der Betriebsgewinn 2005 um rund eine Milliarde Franken über dem des Vorjahres.

Meine Damen und Herren, das Nestlé-Modell stellt seine Funktionsfähigkeit Jahr um Jahr unter Beweis. Werfen wir einen Blick auf die letzten zehn Jahre. Im Durchschnitt erzielten wir ein organisches Wachstum von 5,7 Prozent. Gewiss, die stark

fluktuierenden Wechselkurse zeichnen für einen guten Teil des Auf-und-Abs unserer Umsatzzahlen in Schweizer Franken verantwortlich. Aber auf die Dauer beläuft sich der negative Effekt der Währungskurse nur auf 1,4 Prozent und entspricht damit ziemlich genau der Aufwertung der Schweizer Währung, einer der solidesten der Welt.

Ein weiteres Element ist von Bedeutung: wir haben ganz bewusst dem inneren Wachstum Priorität eingeräumt. Die Akquisitionen und Verkäufe, die wir in den letzten Jahren vorgenommen haben, lassen sich einer ganz klaren und gezielten Portfolio-Strategie zuordnen; Ziel war es, die jüngeren Bereiche Speiseeis, Wasser und Tiernahrung zu verstärken. Insgesamt stammt nur 1 Prozent des Wachstums pro Jahr aus den um die Verkäufe bereinigten Akquisitionen. Wir werden hingegen unsere Politik des externen Wachstums fortsetzen, wo immer eine Akquisition eine Beschleunigung oder Vervollständigung unserer Aktivitäten erlaubt.

Wir haben uns Ihnen, den Besitzern der Gesellschaft, gegenüber verpflichtet, durch nachhaltiges, langfristiges und einträgliches Wachstum Wert zu schaffen. Sie werden feststellen, meine Damen und Herren, dass sich der Betriebsgewinn in absoluten Zahlen in den letzten zehn Jahren verdoppelt hat und dass die betriebliche Umsatzrendite von 10,2 auf 12,9 Prozent gestiegen ist. Mit anderen Worten, der Betriebsgewinn ist aufgrund des Umsatzwachstums der Gruppe, all der Massnahmen, die wir ergriffen haben um in allen Aktivitäten, allen Ländern und auf allen Stufen die Produktivität zu fördern wie schliesslich auch der strategischen Führung unseres Aktivitäten-Portfolios gewachsen. Die Verbesserung der Rendite ist an sich nicht spektakulär. Wenn man sich aber den Anstieg über die elf letzten Jahre ansieht, dann stellt man fest, dass es sich wiederholte, nachhaltige Fortschritte handelt, die es mir erlauben, noch ein gewichtiges Verbesserungspotential vorauszusehen.

Dies sind einige der Faktoren, die uns von unseren Mitbewerbern unterscheiden.

Es gibt aber noch einen weiteren Aspekt, strategischer Natur, der uns erlaubt, unsere führende Stellung in der Nahrungsmittelindustrie nicht nur beizubehalten, sondern sie sogar auszubauen. Wir haben uns für die Option "langfristiges Wachstum" entschieden, mit einer breiten und variantenreichen Produktpalette, mit einer praktisch universellen Präsenz und mit einem grossen Reichtum an globalen, regionalen und lokalen Marken. Nestlé hat damit die Komplexität als Bedingung für zukünftiges Wachstum akzeptiert und eine solide Basis auch für den noch bevorstehenden Ausbau des Unternehmens geschaffen. Wie Sie wissen, haben einige unserer Konkurrenten eine andere Wahl getroffen und sich auf einige wenige Tätigkeitsbereiche und/oder einen beschränkten geographischen Raum konzentriert. Indem sie solcherart ihre Tätigkeit vereinfachten, haben sie zweifelsohne kurzfristig ihre Betriebsmarge verbessert. Gleichzeitig aber haben sie sich ihrer langfristigen Wachstumschancen beraubt und einige unter ihnen sind den Konsolidierungstendenzen innerhalb unseres Industriezweiges zum Opfer gefallen.

Nestlé hat eine Herausforderung angenommen, nämlich den Beweis anzutreten, dass Komplexität und betriebliche Effizienz vereinbar sind. Dies ist umso wichtiger, als wir uns gegenwärtig an einem wichtigen Punkt in der Geschichte unseres Unternehmens befinden: Wir haben nämlich vor einigen Jahren einen grundlegenden Transformationsprozess eingeleitet.

Lassen Sie mich zuerst den strategischen Teil dieser Veränderung schildern. Nestlé ist heute der weltweit grösste Hersteller von Lebensmitteln und Getränken. Wie alle Hersteller von Konsumgütern, sind wir von der demographischen Entwicklung abhängig. Es ist augenscheinlich, dass die Nachfrage sich mit dem Einkommen und dem Alter der Konsumenten ändert. Nestlé hat die ausserordentliche Chance, den Ansprüchen aller

Kategorien von Konsumenten in allen Weltregionen zu entsprechen. All unsere Konsumenten streben ein längeres, ein aktiveres und ein gesünderes Leben an. Sie, unsere Aktionäre, erwarten eine immer höhere Verzinsung Ihres Kapitals. Dies ist nur möglich, wenn wir Nestlé in Richtung von Nahrungsmitteln und nutritionellen Produkten entwickeln, deren Wachstumsaussichten und deren Gewinnspannen höher liegen. In einigen Jahren werden wir daher die führende Gesellschaft für Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden sein.

Gleichzeitig, und für Jahrzehnte noch, werden wir damit fortfahren, unsere klassischen Produkte den sehr zahlreichen Konsumenten in den Schwellen- und Entwicklungsländern anzubieten. Es handelt sich um junge, aktive Menschen, die Kalorien und Proteine benötigen. Schliesslich erhöhen wir unsere Anstrengungen, um sogar den Konsumenten, deren Familieneinkommen 1000 US-Dollar nicht übersteigt, Produkte anzubieten, die für sie erschwinglich sind. Das bedingt unsererseits den Einsatz ganz bestimmter Massnahmen, wie zum Beispiel die Verwendung lokaler Rohstoffe und Verpackungsmaterialien, die Portionierung, die Produktion und die Schaffung geeigneter Vertriebskanäle. Natürlich sind dies Produkte von ausgezeichneter Qualität, die alle Sicherheitsgarantien aufweisen, die mit der Marke Nestlé verbunden sind.

Diese ehrgeizigen Ziele, meine Damen und Herren, lassen sich nicht erreichen ohne ein leistungsfähiges, auf die Ernährung ausgerichtetes Forschungssystem. Unser Zentrum für Grundlagenforschung in Lausanne spielt in unseren Anstrengungen auf diesem Gebiet eine zentrale Rolle.

Die sichtbaren Elemente unserer Strategie werden allmählich realisiert. Seit dem Beginn dieses Jahres operiert Nestlé Nutrition weltweit als autonome Geschäftseinheit. Die Wellness-Abteilung am Hauptsitz fördert alle Initiativen, die auf Wohlbefinden abzielen und welche die gesamte Produktpalette von Nestlé umfassen. Sie werden übrigens im Verlauf dieser

Generalversammlung Gelegenheit haben, die Leiterin dieser Abteilung, Frau Christiane Kühne, ihre Arbeit schildern zu hören. Schliesslich haben wir uns entschlossen, einen Wachstumsfonds zu gründen, der uns erlauben wird, vielversprechende Ideen zu industrieller Reife zu bringen, um ihre Eingliederung in die Gruppe zu ermöglichen. Dieser Fonds, der ausserhalb der gruppeneigenen Strukturen geführt wird, bildet eine ideale Ergänzung zum vor einigen Jahren gegründeten Life Ventures Fonds, der sich eher auf die Forschung und auf die Entwicklung wissenschaftlicher Projekte konzentriert.

Unser Umwandlungsprozess umfasst einen zweiten Aspekt, der eher strukturellen Charakter hat. Für jeden Geschäftsbereich definieren wir die Führungsstruktur, die seinen spezifischen Bedürfnissen am besten entspricht. Weiter fassen wir immer häufiger Dienstleistungsbereiche auf höherer Stufe zusammen. So haben wir beispielsweise eine Treasury-Einheit auf europäischer Stufe gebildet und damit die Struktur und die finanziellen Aktivitäten unserer Märkte vereinfacht und erleichtert.

Wir sind also dabei, den Supertanker Nestlé in eine Flotte von flexiblen, schnellen und manövrierfähigen Einheiten zu verwandeln. Diese Flotte wird von einem Admiralsschiff aus geleitet und durch einen gemeinsamen Logistik-Frachter versorgt. Natürlich wollen wir die Vorteile nutzen, die sich aus der Grösse der Gruppe ergeben, während wir gleichzeitig die Ineffizienz vermeiden wollen, die dann entsteht, wenn an vielen Orten gleichzeitig das Gleiche getan wird. Aus diesem Grunde haben wir uns mit einem Instrument ausgerüstet, das uns erlaubt, die Flotte strategisch zu leiten, das gleichzeitig aber den Kapitänen genügend Spielraum und Autonomie einräumt, um den Erfolg ihrer Geschäfte sicherzustellen. Diese Vorgehen erlaubt uns, die Dezentralisierung dort aufrechtzuerhalten, wo sie unbedingt nötig ist. Denn wir sind nach wie vor davon überzeugt, dass es den globalen Konsumenten nicht gibt! Um Erfolg zu haben, bleibt es daher unumgänglich, sich regional und sogar lokal dem Geschmack und den Vorlieben der Konsu-

menten anzupassen. Demzufolge wird Nestlé auch weiterhin sehr sorgfältig auf die Konsumenten der ganzen Welt hören. Stromaufwärts aber, in all den Bereichen, die der Konsument nicht sieht, wollen wir die Synergien und die Vorteile, die sich aus der Grösse und der Allgegenwart der Gruppe ergeben, auch spielen lassen. Das Instrument, das uns dies ermöglicht heisst GLOBE, unsere Initiative, die für Global Business Excellence steht. Es handelt sich dabei um ein sehr grosses Projekt, das quer durch die ganze Gruppe die effizientesten Geschäftsprozesse einführt, sämtliche Daten aktualisiert und vereinheitlicht und schliesslich ein gemeinsames Informatiksystem aufbaut.

Der strategische und operationelle Transformationsprozess, der bereits vor einigen Jahren eingeleitet wurde, sollte in grossen Zügen noch vor der Generalversammlung im April 2008 abgeschlossen sein. Dann wird auch der Moment gekommen sein, an welchem dem Verwaltungsrat der Vorschlag unterbreitet wird, die operationelle Führung einem neuen Verantwortlichen zu übergeben.

Meine Damen und Herren, jeder Organismus muss sich der Umwelt anpassen, um überleben zu können. Das trifft auch für Nestlé zu. Im sehr wichtigen Bereich der "corporate governance" haben wir im Jahr 2005 mit der Wahl von zwei Vizepräsidenten mit genau umschriebenen Verantwortungsbereichen eine wichtige Änderung eingeführt. Bewährt haben sich auch die Schaffung verschiedener Ausschüsse und eine genauere Umschreibung ihrer Arbeitsweise. Wir haben im übrigen vorgesehen, den Aufgabenbereich des Vergütungs-Ausschusses, der von Dr. Peter Böckli präsiert wird, zu erweitern und ihm zusätzlich den Auftrag zu erteilen, künftig mögliche Kandidaten für den Verwaltungsrat ausfindig zu machen. Diese Aufgabe oblag bisher dem Präsidial- und "Corporate Governance"-Ausschuss. Der neugebildete Vergütungs- und Nominationsausschuss wird darüber hinaus durch die Zuwahl von Herrn Daniel Borel verstärkt.

Wir verfolgen dabei ein Vorgehen, das von Verantwortungsbewusstsein und Pragmatismus geleitet ist, eine Haltung, die auch in der Entlohnungspolitik für die Unternehmensleitung Ausdruck findet. Diese Politik wird vom Verwaltungsrat genehmigt und vom Entlohnungsausschuss definiert. Diesem gehören nur unternehmensfremde und vollständig unabhängige Persönlichkeiten an. Das System schliesst Faktoren wie Unternehmenswert, Wachstums- und Rentabilitätsziele, das Erreichen individueller Zielsetzungen, Wichtigkeit der Tätigkeit für das Unternehmen etc. ein. Der Verwaltungsrat ist der Ansicht, dass dieses System den Anforderungen wie Wettbewerbsfähigkeit, Attraktivität und Unternehmensbindung der Führungskräfte genügt, dabei aber vernünftig und verantwortungsbewusst bleibt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Vergütung ein Grundgehalt, verbunden mit einem jährlichen, von sehr konkreten Zielsetzungen abhängigen Bonus umfasst. Dazu kommt ein langfristig angelegtes System von Anreizprämien, das sich genau auf den Aktienwert und damit die Interessen der Aktionäre ausrichtet. Ich darf Sie daran erinnern, dass das System gleichermassen für alle Mitglieder der Direktion, alle Marktchefs, alle Generaldirektoren und auch den Delegierten des Verwaltungsrates Anwendung findet, natürlich mit je nach Hierarchiestufe unterschiedlichen Prozentsätzen. Schliesslich kennt Nestlé auch keine goldenen Fallschirme und sein Pensionssystem findet für alle Mitarbeiter Anwendung. Der Verwaltungsrat ernennt schliesslich alljährlich für die Dauer eines Jahres den Delegierten des Verwaltungsrates, ohne irgendwelche andere vertraglichen Abmachungen.

Der Verwaltungsrat ist demzufolge der Ansicht, dass Nestlé in allen Belangen Ihren Erwartungen hinsichtlich der "corporate governance" entspricht. Er hat auch zur Kenntnis genommen, dass eine gewisse Anzahl von Investoren den Wunsch geäussert hat, dass die Statuten der heutigen Zeit angepasst werden. Dieser Wunsch ist verständlich und der Verwaltungsrat teilt ihn. Aber, meine Damen und Herren Aktionäre, ein solcher

Entscheid obliegt der Generalversammlung, das heisst Ihnen, und der Verwaltungsrat stellt sich Ihnen zur Verfügung, um die Durchführung dieser Revision zu erleichtern.

Ohne schon jetzt auf die Einzelheiten des Vorschlages einzugehen, der Ihnen in einigen Augenblicken unterbreitet wird, möchte ich Ihnen nur kurz das Umfeld schildern, das nach einer Revision der Statuten verlangt. Es ist augenscheinlich, dass sich die Umstände geändert haben, dass das gesetzliche Umfeld nicht mehr dasselbe ist und aufgrund der unterschiedlichen Zusammensetzung und Herkunft der Aktionäre die Erwartungen heute anders sind.

Die Situation kompliziert sich aufgrund der Tatsache, dass über ein Drittel der Aktien kein Stimmrecht haben, weil zahlreiche Aktionäre die Wahl getroffen haben, sich nicht ins Aktienregister einzutragen. Die hohe Anzahl der "Dispo"-Aktien macht jeden Versuch, gewisse Aspekte unserer Statuten auf normalem Weg zu revidieren, illusorisch. Wir sind heute ganz einfach nicht mehr in der Lage, zwei Drittel des Kapitals in einer Generalversammlung zu vereinen. Doch nach unseren Statuten ist genau eine derart hohe Teilnahme nötig, um eine Revision zu unternehmen.

Es liegt daher an Ihnen, meine Damen und Herren Aktionäre, diese Hürde zu überwinden, indem Sie den Verwaltungsrat beauftragen, Ihnen einen Vorschlag für revidierte Statuten vorzulegen und die anzuwendende Änderungsprozedur abzuklären. Sie sind die einzigen, die dazu befugt sind. Und ich bin sicher, dass Sie die Meinung des Verwaltungsrates teilen, dass eine derartige Blockierung nicht sehr gut für die Gesellschaft ist. Es ist richtig, dass die Lösung, die wir Ihnen vorschlagen, möglicherweise zu einer juristischen Klärung führen könnte, deren Dauer sich nicht voraussagen lässt. Nichts zu unternehmen würde uns hingegen einer Lösung nicht näher bringen.

Meine Damen und Herren, unsere Umwelt verändert sich in immer schnellerem Tempo und Ihre Gesellschaft muss zumindest den gleichen Änderungsrhythmus annehmen. Gleichzeitig muss sie aber auch bei grundlegenden Dingen die Kontinuität wahren. Beständigkeit im Wandel scheint mir auch durchaus angebracht für eine Gesellschaft, die dieses Jahr ihr 140 jähriges Bestehen feiert und deren Erfolg sich in der Dauer ihrer Tätigkeit und ihrer Prinzipien niederschlägt. Die Gründer unserer Gesellschaft, Henri Nestlé und die Gebrüder Page, haben ein Geschäftsmodell entwickelt, das wir auch heute noch anwenden. Es besteht darin, die Ernährungsbedürfnisse der Verbraucher zu identifizieren, ihnen eine Lösung anzubieten, die auf wissenschaftlicher Erkenntnis und der nötigen Technologie beruht und das Ganze mit starken Marken abzustützen. Natürlich zögern wir nicht, uns bei den Methoden, den Instrumenten und den Produkten dem Markt anzupassen. Wir bleiben aber sehr vorsichtig, was die Werte betrifft, die bei Nestlé hoch im Kurs stehen, und welche die Basis für unsere Betriebskultur bilden. Einen dieser Werte stellt ganz sicher die Langfristigkeit unserer Unternehmenspolitik dar; ihr kommt eine ganz besondere Bedeutung zu.

Ich bin zu Recht stolz darauf, dass bei uns immer die Meinung vorherrschte, dass unsere Aktivitäten nicht nur dem Unternehmen zugute kommen sollten. Meine Damen und Herren, wir sind der Überzeugung, dass sie auch all jenen einen Vorteil bringen sollten, die von nah oder von fern am Leben der Gruppe teil haben, sei es als Mitarbeiter, als Lieferanten, als Konsumenten oder als Gemeinwesen. Wie könnten wir uns Ihnen, den Aktionären, gegenüber verpflichten, nachhaltig Wert zu schaffen, wenn wir nicht gleichzeitig bewusst dafür sorgten, dass auch all die Menschen, die mit dem Unternehmen in Kontakt stehen, Gefühle wie Vertrauen, Loyalität, Respekt und Sympathie empfinden? Alle unsere Produkte sind ersetzbar und jeden Tag müssen sich Konsumenten rund um den Erdkreis freiwillig bereitfinden, etwa eine Milliarde unserer Produkte zu kaufen, damit wir auf einen Umsatz von 91 Milliarden Franken kommen.

Wir wissen, dass unsere erste Verpflichtung darin besteht, das Kapital, das Sie uns zur Verfügung stellen, zu verzinsen und wir tun dies umso lieber, als wir wissen, dass ein grosser Teil des Aktienkapitals Pensionskassen gehört, die für ihre gegenwärtigen und zukünftigen Versicherten eine angemessene Leistung erzielen müssen. Aber wir sind uns ebenso bewusst, dass wir unser Ziel nicht erreichen werden, wenn nicht auch die anderen gesellschaftlichen Gruppen aus unserer Tätigkeit Gewinn ziehen. Die Lösung besteht also darin, für unsere Aktionäre Wert zu schaffen, und gleichzeitig die positiven Errungenschaften, die aus dieser Wertschöpfung resultieren, mit anderen zu teilen, so dass zum Schluss jeder auf seine Kosten kommt. Dieser Ansatz scheint uns der vielversprechendste, um der sozialen Verantwortung des Unternehmens gerecht zu werden. Für uns handelt es sich dabei weder um uns von Dritten aufgezwungene Massstäbe, noch um einzelne, aber öffentlich ausgeschlachtete Akte der Wohltätigkeit. Wir ziehen es vor, diese Haltung als ein grundsätzliches Element unserer Geschäftsstrategie zu betrachten, das bei allen Entscheidungen und in jeder Handlung des Unternehmens zum Ausdruck kommt. Wir nehmen unsere Verantwortung beständig wahr, weil wir überzeugt sind, dass sozial verantwortliches Handeln die beste Methode darstellt, um den langfristigen Erfolg des Unternehmens sicherzustellen. Unser Interesse an den Problemen der Entwicklungsländer ist seit Jahrzehnten offensichtlich und die Gründung der "Nestlé-Stiftung zum Studium der Ernährungsprobleme in der Welt" vor 40 Jahren unterstreicht auf sehr konkrete Art und Weise diese traditionelle Anteilnahme.

Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass dieser Ansatz auch Ihren Interessen und Ihrer Auffassung entspricht, meine Damen und Herren Aktionäre. Ich lade Sie daher ein, einen kurzen Film über eine Studie zu verfolgen, die wir zusammen mit den Professoren Michael Porter und Mark Kramer von der Harvard-Universität verwirklicht haben. Sie betrifft unsere Aktivitäten in Lateinamerika und bestätigt, dass unsere Auffassung von sozialer Verantwortung tatsächlich positive Wirkungen für sehr

breite Schichten der Bevölkerung lateinamerikanischer Länder zeigt. Die beiden Hochschullehrer fanden bei Nestlé die praktische Bestätigung einer Theorie, die sie ausgearbeitet hatten, und es ist nicht auszuschliessen, dass sie einen massgeblichen Einfluss auf die breite Diskussion über die soziale Verantwortung der Unternehmen ausüben könnte. Sie finden im übrigen die Studie im Geschäftsbericht 2005 und ich empfehle sie Ihnen zur Lektüre.

Ich hatte eingangs die Gelegenheit, unseren Mitarbeitern für die ausgezeichnete Arbeit zu danken, die sie im vergangenen Jahr geleistet haben. Gestatten Sie mir, auch Ihnen, meine Damen und Herren Aktionäre, zu danken, für Ihre Treue zum Unternehmen und für die Unterstützung, die Sie uns im Verlauf all dieser Jahre zukommen liessen. Dank Ihrer Bindung an das Unternehmen und dank Ihrem Verständnis können wir eine wirklich langfristig orientierte Politik betreiben, die den Erfolg des Unternehmens in den kommenden Jahren und den Fortbestand der Gesellschaft sichert. Ich danke Ihnen, meine Damen und Herren, und lade Sie nun ein, dem Film zu folgen.