

ORIOR

★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD

ORIOR GRUPPE

Halbjahresresultat 2018



22. August 2018

Daniel Lutz, CEO
Ricarda Demarmels, CFO

Disclaimer

This presentation is not a prospectus within the meaning of Article 652A of the Swiss Code of Obligations, nor is it a listing prospectus as defined in the listing rules of the SIX Swiss Exchange AG or a prospectus under any other applicable laws.

These materials do not constitute or form part of any offer to sell or issue, or any solicitation or invitation of any offer to purchase or subscribe for, any securities, nor shall part, or all, of these materials or their distribution form the basis of, or be relied on in connection with, any contract or investment decision in relation to any securities.

The materials might contain forward-looking statements based on the currently held beliefs and assumptions of the management of ORIOR AG, which are expressed in the management's own opinion, reasonable. Forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other factors, which may cause the actual results, financial condition, performance, or achievements of ORIOR AG, or industry results, to differ materially from the results, financial condition, performance or achievements expressed or implied by such forward-looking statements. Given these risks, uncertainties and other factors, recipients of this document are cautioned not to place undue reliance on these forward-looking statements. ORIOR AG disclaims any obligation to update these forward-looking statements to reflect future events or developments. Opinions and forward-looking information presented herein are based on general information gathered at the time of writing.

Agenda

Einleitung

- CEO Statement
- ORIOR im Kontext der Strategie ORIOR 2020

1. Halbjahr 2018

- Neuer Rechnungslegungsstandard IFRS 15
- Highlights 1. Halbjahr 2018
- Kennzahlen Gruppe und Segmente
- Wechsel auf Swiss GAAP FER angekündigt

Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler sowie Überblick Projekte und Massnahmen 2015-2018

Ausblick 2. Halbjahr 2018

- Umfeld und Markt, ORIOR Fokus, Ausblick

CEO Statement

- Gute Resultate im ersten Halbjahr dank weiterhin konsequenter Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Breit abgestütztes organisches Wachstum dank Innovationen, starken Marken, Schlüsselkunden und Food Service
- Bruttomarge unter Druck: hohe Roh- und Verpackungsmaterialkosten und schwächerer Schweizer Franken
- Erfolgreicher Abschluss der Biotta-Übernahme; seit 17.05.18 offiziell das Kompetenzzentrum für Bio Gemüse- und Fruchtsäfte
- Gute und solide Finanz- und Bilanzkennzahlen

ORIOR im Kontext der Strategie ORIOR 2020

ORIOR im Jahr 2020

- 1 ORIOR wird weiterhin eine stabile und finanzstarke Lebensmittelgruppe sein. ✓
- 2 ORIOR hat in der Schweiz ein solides Wachstum inklusive Arrondierungen erzielt. ✓
- 3 ORIOR hat stetig das operative Ergebnis verbessert, untermauert u. a. mit hoher Kosteneffizienz. ✓
- 4 ORIOR ist weiterhin Marktführerin in bestehenden und neuen Nischen. ✓
- 5 ORIOR ist die innovativste Lebensmittelgruppe der Schweiz und besitzt starke und einzigartige Marken. ✓
- 6 ORIOR ist europäisch. ✓
- 7 ORIOR ist ein attraktiver Dividententitel für Investoren und hat die Dividende kontinuierlich erhöht. ✓

**Sämtliche
eingeleiteten
Massnahmen und
Initiativen mit
positiven
Impulsen auf alle
unsere Ziele.**

THE **ORIOR**
RESPONSIBILITY

CEO Statement

- Gute Resultate im ersten Halbjahr dank weiterhin konsequenter Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Breit abgestütztes organisches Wachstum dank Innovationen, starken Marken, Schlüsselkunden und Food Service
- Bruttomarge unter Druck: hohe Roh- und Verpackungsmaterialkosten und schwächerer Schweizer Franken
- Erfolgreicher Abschluss der Biotta-Übernahme; seit 17.05.18 offiziell das Kompetenzzentrum für Bio Gemüse- und Fruchtsäfte
- Gute und solide Finanz- und Bilanzkennzahlen

PASCALE NAESSENS

Pur genießen

NATÜRLICH & GESUND



my ENERGY



Neue Menü-Konzepte To-Go





Neuer
Markenauftritt
Ticinella





NEUES DESIGN
AB MITTE 2018



Le Patron Orior Menu AG

Rohrmattstrasse 1 | CH-4461 Böckten | T +41 61 985 85 00 | info@lepatron.ch | www.lepatron.ch



BALLOTTINE

Der Klassiker neu in Szene gesetzt

- ✓ Suisse Garantie zertifiziert
- ✓ Innen saftig, aussen knusprig
- ✓ Aus regionalem Poulet



CEO Statement

- Gute Resultate im ersten Halbjahr dank weiterhin konsequenter Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Breit abgestütztes organisches Wachstum dank Innovationen, starken Marken, Schlüsselkunden und Food Service
- Bruttomarge unter Druck: hohe Roh- und Verpackungsmaterialkosten und schwächerer Schweizer Franken
- Erfolgreicher Abschluss der Biotta-Übernahme; seit 17.05.18 offiziell das Kompetenzzentrum für Bio Gemüse- und Fruchtsäfte
- Gute und solide Finanz- und Bilanzkennzahlen

CEO Statement

- Gute Resultate im ersten Halbjahr dank weiterhin konsequenter Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Breit abgestütztes organisches Wachstum dank Innovationen, starken Marken, Schlüsselkunden und Food Service
- Bruttomarge unter Druck: hohe Roh- und Verpackungsmaterialkosten und schwächerer Schweizer Franken
- Erfolgreicher Abschluss der Biotta-Übernahme; seit 17.05.18 offiziell das Kompetenzzentrum für Bio Gemüse- und Fruchtsäfte
- Gute und solide Finanz- und Bilanzkennzahlen

SUPERPOWER
FÜR
ALLTAGSHELDEN

Biotta[®]
Der Schweizer Bio-Pionier



FRUCHT 
GEMÜSE

VIVITZ

MEIN SCHLUCK FREIHEIT

NEU

FRISCH AUFGEBRÜHTER
BIO EISTEE

VIVITZ

MEIN SCHLUCK
FREIHEIT

HANF

KALORIEARM
OHNE KRISTALLZUCKER
VEGAN

BIO

VIVITZ
NATÜRLICH TRINKEN

BIO - VEGAN - SWISS MADE

CEO Statement

- Gute Resultate im ersten Halbjahr dank weiterhin konsequenter Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Breit abgestütztes organisches Wachstum dank Innovationen, starken Marken, Schlüsselkunden und Food Service
- Bruttomarge unter Druck: hohe Roh- und Verpackungsmaterialkosten und schwächerer Schweizer Franken
- Erfolgreicher Abschluss der Biotta-Übernahme; seit 17.05.18 offiziell das Kompetenzzentrum für Bio Gemüse- und Fruchtsäfte
- Gute und solide Finanz- und Bilanzkennzahlen

Agenda

Einleitung

- CEO Statement
- ORIOR im Kontext der Strategie ORIOR 2020

1. Halbjahr 2018

- Neuer Rechnungslegungsstandard IFRS 15
- Highlights 1. Halbjahr 2018
- Kennzahlen Gruppe und Segmente
- Wechsel auf Swiss GAAP FER angekündigt

Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler sowie Überblick Projekte und Massnahmen 2015-2018

Ausblick 2. Halbjahr 2018

- Umfeld und Markt, ORIOR Fokus, Ausblick

Neuer Rechnungslegungsstandard: IFRS 15

- Neuer Rechnungslegungsstandard IFRS 15 per 1. Januar 2018
- Einheitliches prinzipien-basiertes fünfstufiges Modell für Umsatzerfassung, das auf alle Verträge mit Kunden anzuwenden ist
- Impact auf die ORIOR Gruppe:
 - In Verträgen mit Kunden sind Sachverhalte identifiziert, in denen sich die Gruppe nach IFRS als Agent und nicht mehr als Prinzipal qualifiziert
 - Das bedeutet eine Verringerung der Nettoerlöse und des Materialaufwands
 - Keine Auswirkung auf Nettoergebnis, die konsolidierte Bilanz und das Cashflow-Statement
- 2017 Zahlen sind entsprechend restated

	Halbjahr 2017		
	Berichtet	IFRS 15 Effekt	Restated
in CHF Mio.			
Nettoerlös	281.3	-22.2	259.1
Warenaufwand	-163.9	22.2	-141.7
Bruttomarge	117.4	0.0	117.4
in % vom Nettoerlös	41.7%	+357bps	45.3%
EBITDA	27.7	0.0	27.7
in % vom Nettoerlös	9.9%	+84bps	10.7%

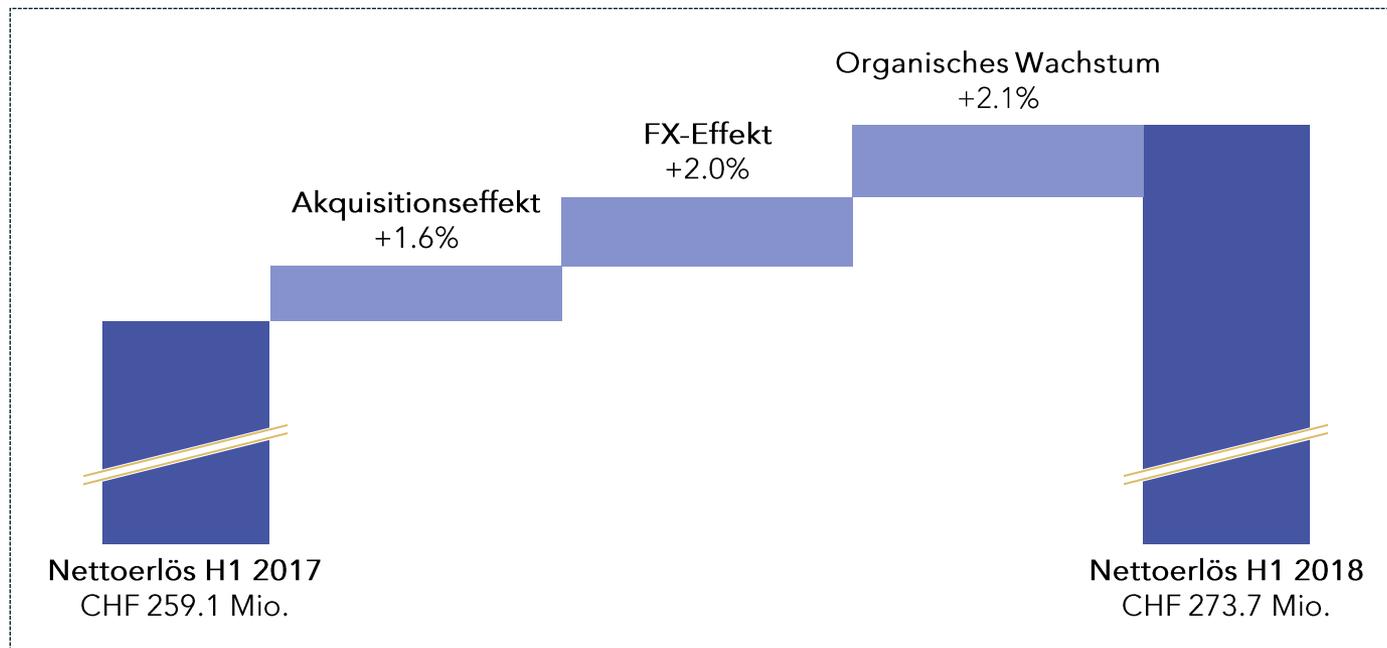
	Geschäftsjahr 2017		
	Berichtet	IFRS 15 Effekt	Restated
in CHF Mio.			
Nettoerlös	585.5	-46.1	539.4
Warenaufwand	-345.0	46.1	-298.9
Bruttomarge	240.5	0.0	240.5
in % vom Nettoerlös	41.1%	+351bps	44.6%
EBITDA	57.7	0.0	57.7
in % vom Nettoerlös	9.9%	+84bps	10.7%

Gutes H1 18 – Organisches Wachstum über alle Segmente

Nettoerlös	EBITDA bereinigt ¹	Reingewinn bereinigt ¹	Operativer Cashflow
CHF 273.7 Mio. +5.6%	CHF 28.7 Mio. +3.7%	CHF 15.3 Mio. +3.2%	CHF 20.8 Mio. Cash Conversion 76.5%
Organisches Wachstum über alle Segmente 2.1%	EBITDA-Marge bereinigt 10.5% -19 Basispunkte	Reingewinn-Marge bereinigt 5.6% - 13 Basispunkte	Cash Conversion (Ø letzte 4 Geschäftsjahre) 75.9%

¹ Bereinigt um die mit der Akquisition verbundenen Transaktions- und Sonderkosten.

Nettoerlös +5.6%



- Biotta seit 17. Mai 2018 konsolidiert
- Organisches Wachstum von 2.1%
 - breit abgestützt
 - dank kontinuierlichem Fokus auf Innovation, Marken und Kundenentwicklung

EBITDA bereinigt +3.7%

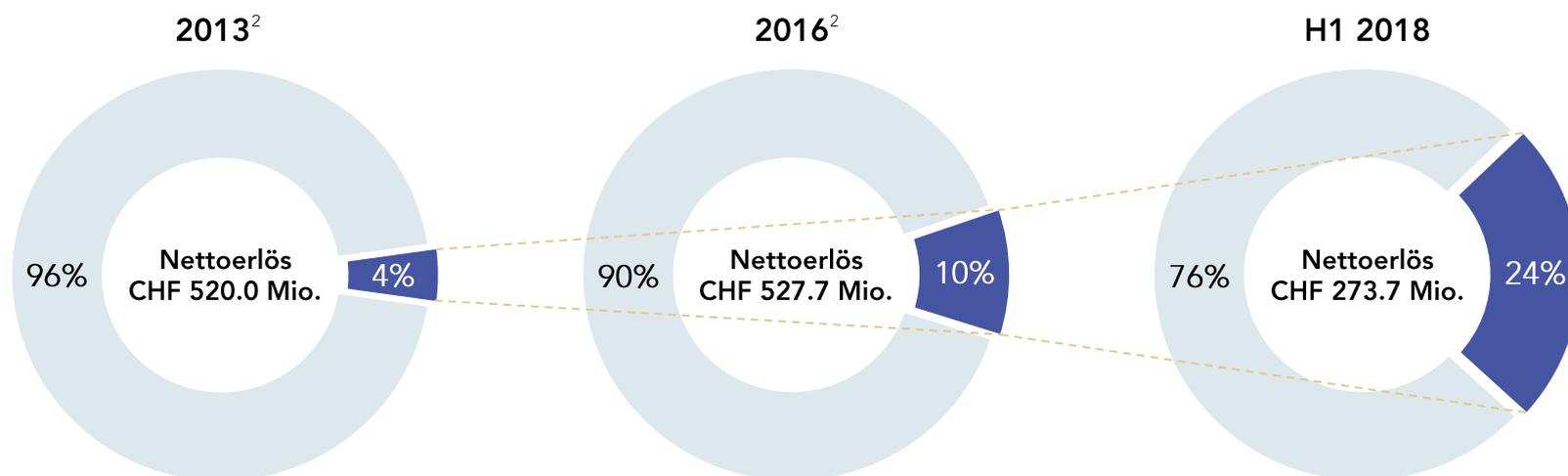
in CHF Mio.	Jan – Jun 2018	Jan – Jun 2017 Restated IFRS 15	Δ in %
Nettoerlös	273.7	259.1	+5.6%
Warenaufwand	-152.1	-141.7	
Bruttomarge	121.6	117.4	
in % vom Nettoerlös	44.4%	45.3%	-87 bps
EBITDA bereinigt¹	28.7	27.7	+3.7%
in % vom Nettoerlös	10.5%	10.7%	-19 bps
Abschreibungen und Amortisationen	-9.4	-9.2	
EBIT bereinigt¹	19.3	18.5	+4.3%
in % vom Nettoerlös	7.1%	7.2%	

- Bruttomarge –87 Basispunkte auf 44.4%: hohe Fleischpreise, höhere Roh- und Verpackungsmaterialkosten sowie schwächerer Schweizer Franken
- ¹ Mit Akquisition verbundene Transaktions- und Sonderkosten in Höhe von CHF 1.5 Mio.
- EBITDA bereinigt +3.7% auf CHF 28.7 Mio.; Marge –19 Basispunkte auf 10.5%: tiefere Bruttomarge teilkompensiert durch konsequente Kostendisziplin und Fokus auf operative Effizienz

Steigende internationale Ausrichtung und Diversifikation

■ Schweiz¹

■ Ausland¹



- **Kategorien:** Führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland.
- **Kanäle:** Vom traditionellen Detailhandel über Discounter bis Food Service (z.B. HoReCa, System-gastronomie, Schulen, Grossmärkte).
- **Kunden:** Breites Portfolio aus lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Kunden.

¹ Die Umsatzinformationen richten sich nach dem Domizil der Kunden.

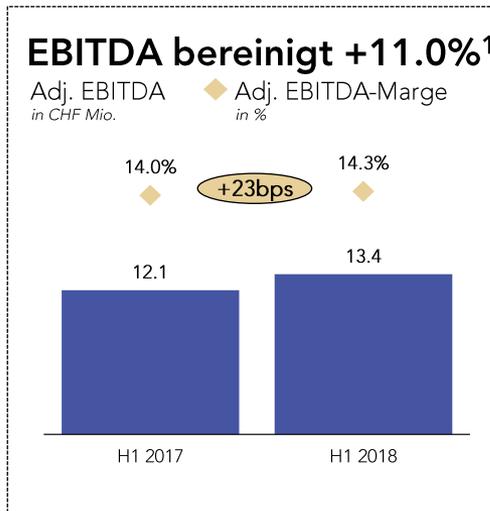
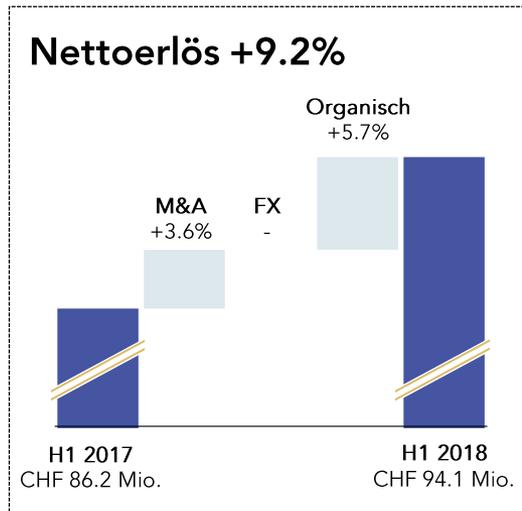
² Berichtete Nettoerlöse, d.h. ohne Berücksichtigung von IFRS 15 Effekten.

Biotta ist eigenständiges Kompetenzzentrum

Convenience <i>Kategorie-Pioniere</i>				Refinement <i>Starke Traditionsmarken</i>			International		
Fredag	Le Patron	Pastinella	Biotta	Rapelli	Spieß	Möfag	Culinor	Gesa	Spieß Europe
									
									

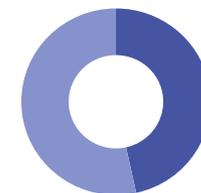


Segment Convenience

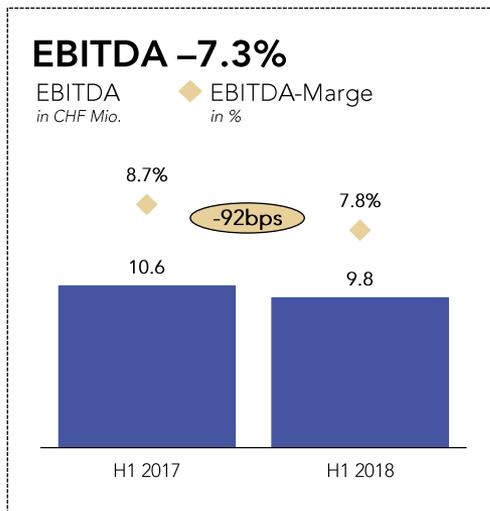
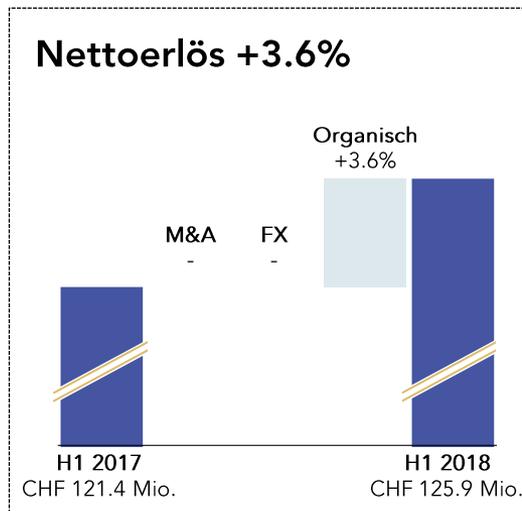


- Organisches Wachstum +5.7%
- ¹ Umlage mit Akquisition verbundene Transaktions- und Sonderkosten CHF 1.2 Mio.
- EBITDA bereinigt +11.0% auf 13.4 Mio.
- EBITDA-Marge bereinigt +23 Basispunkte auf 14.3%

Convenience
in % der Gruppe
33.0%

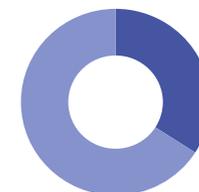


Segment Refinement

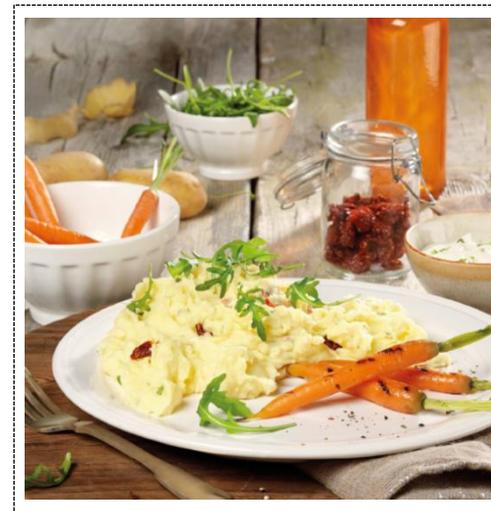
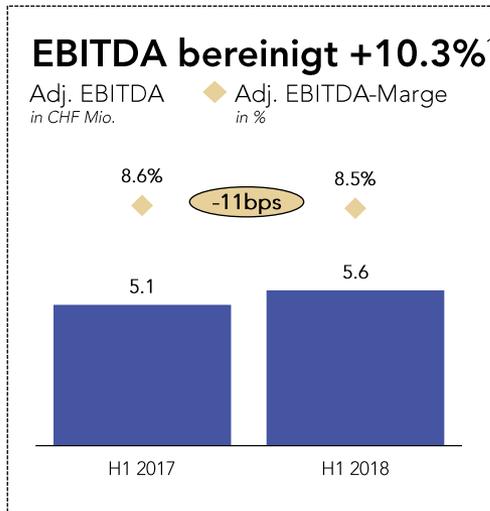
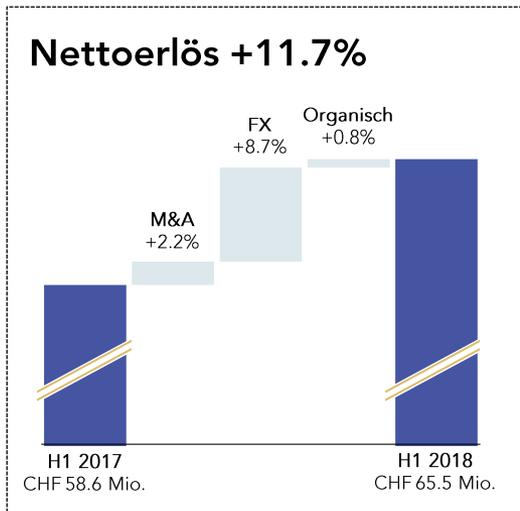


- Organisches Wachstum +3.6%
- EBITDA -7.3% auf 9.8 Mio.
- EBITDA-Marge -92 Basispunkte auf 7.8%
 - Hohe Fleischpreise, volatile Märkte

Refinement
in % der Gruppe
44.1%

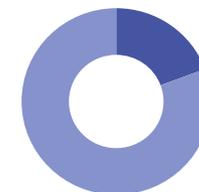


Segment International



- Organisches Wachstum +0.8%
- ¹ Umlage mit Akquisition verbundene Transaktions- und Sonderkosten CHF 0.3 Mio.
- EBITDA bereinigt +10.3% auf 5.6 Mio.
- EBITDA-Marge bereinigt –11 Basispunkte auf 8.5%

International
in % der Gruppe
22.9%



Albert
Spieß



Reingewinn bereinigt +3.2%

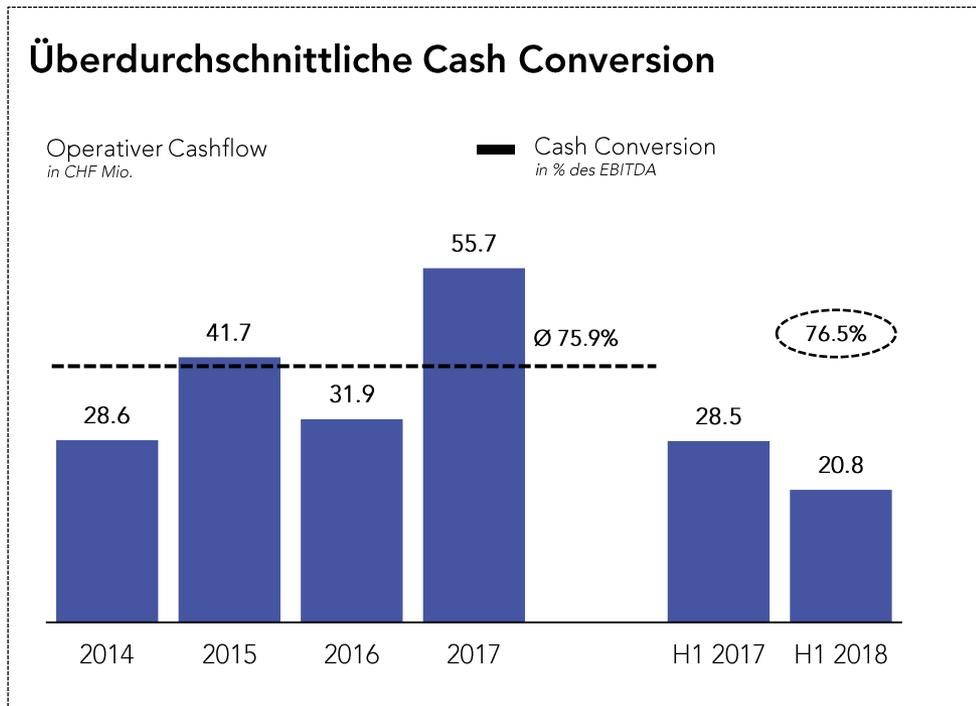
in CHF Mio.	Jan – Jun 2018	Jan – Jun 2017 Restated IFRS 15	Δ in %
EBIT bereinigt in % vom Nettoerlös	19.3 7.1%	18.5 7.2%	+4.3%
Finanzerfolg	-0.6	-1.7	
Gewinn vor Steuern bereinigt¹ in % vom Nettoerlös	18.7 6.8%	16.8 6.5%	
Ertragssteuern	-3.4	-2.0	
Reingewinn bereinigt^{1,2} in % vom Nettoerlös	15.3 5.6%	14.8 5.7%	+3.2%

– Reingewinn bereinigt +3.2%, mit leichter Margenverschlechterung von –13 Basispunkte

¹ Adjustiert um die mit der Akquisition verbundenen Transaktions- und Sonderkosten.

² Reingewinn bereinigt inkl. Steuereffekt auf Transaktions- und Sonderkosten.

Hohe Cash Conversion



- Hoher Cashflow von CHF 20.8 Mio; Cash Conversion von 76.5%
- Konsequente Deleverage-Politik
- Pro forma annualisierter und um Kosten aus der Transaktion bereinigter Leverage von 2.13x

Agenda

Einleitung

- CEO Statement
- ORIOR im Kontext der Strategie ORIOR 2020

1. Halbjahr 2018

- Neuer Rechnungslegungsstandard IFRS 15
- Highlights 1. Halbjahr 2018
- Kennzahlen Gruppe und Segmente
- Wechsel auf Swiss GAAP FER angekündigt

Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler sowie Überblick Projekte und Massnahmen 2015-2018

Ausblick 2. Halbjahr 2018

- Umfeld und Markt, ORIOR Fokus, Ausblick

ORIOR 2020 – Ziel: stetige Wertsteigerung



Erklärtes Ziel von ORIOR ist die **stetige Wertsteigerung** für alle Stakeholder:

für unsere Mitarbeitenden,
für unsere Kunden,
für unsere Lieferanten,
für unsere Partner,
für unsere Aktionäre und
für die Gesellschaft.

ORIOR 2020 – unsere strategischen Eckpfeiler

ORIOR 2020 – UNSERE STRATEGISCHEN ECKPFEILER

INNOVATIONS-
HAUS



MARKEN
STÄRKEN UND
AUSBAUEN



AGILITÄT UND
KOSTENEFFIZIENZ



DIE ORIOR
VERANTWORTUNG



WIR SIND
ORIOR



Innovations-Haus

- Konsumenten-Insight: neue Bedürfnisse/Trends früher erkennen, den hybriden Konsumenten besser verstehen, Foodscouting.
- Konzept-Innovationen: neue Formate für bestehende und neue Nischen, für bestehende Verkaufsflächen und neue Verkaufskanäle inklusive Dienstleistungen.
- Kategorie-Innovator dank Kompetenzzentrum-Modells: Fokus, Flexibilität und Geschwindigkeit für Marken und Handelsmarken (30 Tage).
- Innovationskompetenz innerhalb der Gruppe verstärken dank neuer Organisation.

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Innovations-Controlling aufgebaut.
- Neue Konzepte und Saison-Spezialitäten erfolgreich eingeführt.
- Neue To-go-Produkte und -Konzepte entwickelt und lanciert.
- Innovations-Champion: 3-Jahres Pipeline 2016-2018 pro Kompetenzzentrum.
- Group Innovation Manager (Champion-Modell); Oscar Marini seit 1. Januar 2016.
- Zusätzliche Investition in Innovation und Marketing.
- 360° Innovation entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Stetige Wertsteigerung





POWER SALAD



Reich an Protein – 25% Gemüse – Fettarm



Condividere il buono della vita
Gutes im Leben teilen
Partager le bon côté de la vie

Kreativ und überraschend: die neuen Vegi-Burger von Fredag



Albert® Spiess

SEIT 1906



Die Bündner Trockenfleisch Spezialitäten
handgelegt in der Frischeschale.

NEU

Bündner
Spezialitäten –
sichtbar frisch





TO GO



Antipasti aus dem Süden
im praktischen
To-Go-Würfel.



Marken stärken und ausbauen

- Kernmarken besser differenzieren und Markenbekanntheit steigern.
- Moderne Kommunikationsmittel einsetzen, um unsere Konsumenten besser und relevanter zu erreichen (Facebook, digitale Kommunikation usw.).
- Erhöhter Fokus auf In-Store-Konzepte, welche direkt mit den Konsumenten am POS kommunizieren (Impuls-Verkäufe).
- Gruppen-Marketing-Kompetenzen gezielt weiter auf- und ausbauen (Champion-Modell).

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Neuer Markenauftritt «Ticinella»; hohe Investitionen in Marke und Marketing.
- Neuer Markenauftritt «Pastinella».
- Neuer Markenauftritt «Le Patron».
- Neueröffnung Rapelli «Bottega di Mario» im «Carlton» in Zürich.
- Rapelli neuer Markenauftritt; Markenbekanntheit und Markenumsatz gesteigert.
- Erfolgreiche Neupositionierung der vegetarischen Spezialitäten-Marke «noppa's».
- Zusätzliche Investition in Marketing; konstante Erhöhung seit 2015.
- Übernahme des Schweizer Bio-Getränke-Pioniers Biotta.

Stetige Wertsteigerung







my ENERGY

100% RINDFLEISCH

100% SCHWEIZ

36% EIWEISS

3% FETT



my ENERGY
Reich an Protein
Riche en protéines

my ENERGY
Reich an Protein
Riche en protéines



ORIGINAL BEEF

100% Rindfleisch
36% Eiweiss
3% Fett

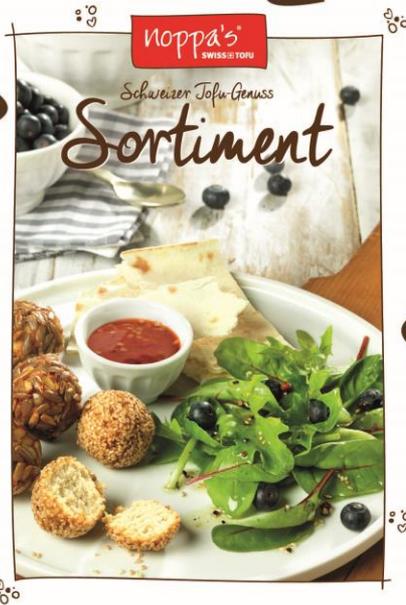
noppa's[®]
SWISS+TOFU

Redesign noppa's

Ehrlicher Schweizer Tofu-Genuss

Typo

Steht für die Handwerkskunst und die Kreativität in den vegetarischen und veganen Rezepturen.



Logo

Swissness widerspiegelt sich in Farbgebung und Claim.

Kommunikation

Alle Kommunikationsmittel wie auch die Verpackungen werden in Deutsch und Französisch gestaltet. Sortimentsflyer, Messestand und Inserate wurden dem neuen Design angepasst.

Agilität und Kosteneffizienz

- Kompetenzzentrum-Modell stärken: flache Hierarchien fördern schnelle Entscheidungswege und Nähe zu unseren Kunden und Konsumenten.
- Die Stärke der Gruppe gewinnbringend einsetzen (Champion-Modell):
 - ✓ Effizienz-Mehrwerte erzielen dank gemeinsamer Systeme, Prozesse und Optimierungsprojekte.
 - ✓ Know-how-Mehrwerte schaffen dank funktionalen Champion-Modells.
- Stetige Optimierung der Produktions- und Prozessabläufe.
- Regelmässige Portfolio-Optimierung.

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

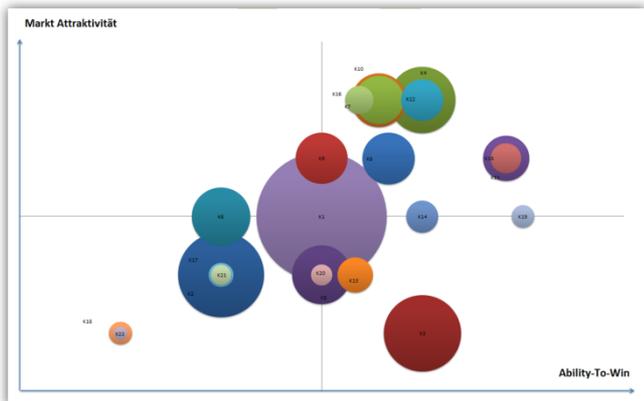
- Champion-Modell; Innovation, Einkauf, Verkauf Retail, Verkauf Food Service, Qualitätsmanagement, Web.
- Leiter Supply Chain Excellence seit Q2 2017.
- Digitalisierung zum Kernthema 2020 gemacht: klare IT-Roadmap für jedes Kompetenzzentrum.
- Werksentwicklungsplanung; Schliessung Standort Churwalden; Integration Rüti in Standort Root, Transfer Produktion Hildisrieden in Standort Oberentfelden.
- Laufendes Rollout automatisches Rechnungssystem.
- Erfolgreiche Refinanzierung und Emission einer Debut-Anleihe.

Stetige Wertsteigerung

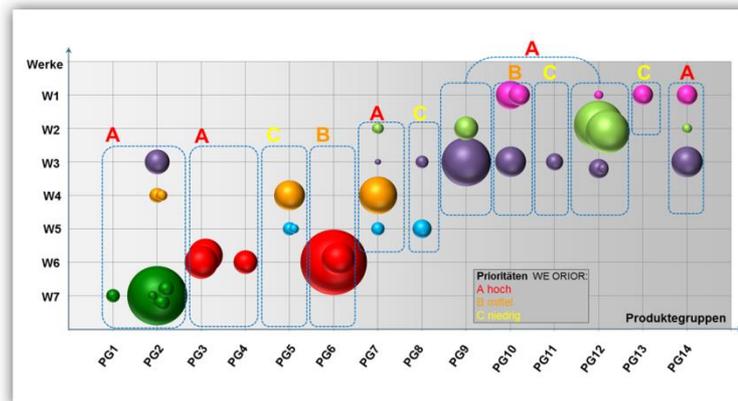


Agilität und Kosten-Effizienz

Portfolioanalyse



Werkentwicklung



Champion-Modell



Kosten- und Lean-Management



Die ORIOR Verantwortung (Nachhaltigkeit)

- Nachhaltigkeit ist Teil unseres Kerngeschäfts und Grundlage für Excellence in Food.
- Wir übernehmen Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.
- Nachhaltige Beschaffung der Rohstoffe, Verantwortung gegenüber der Umwelt und Respekt gegenüber dem Tier (Tierwohl).
- Weitere Reduktion von Food & Non-Food Waste, Energie und Abwasser in der Produktion. Reduktion von Verpackung beim Konsumenten.
- Kontinuierliche Erneuerung unserer Sortimente mit natürlichen Rohstoffen, ohne künstliche Zusatzstoffe und mit salz- und zuckerreduzierten Rezepturen.
- Kompetente Mitarbeitende, die gezielt weiterentwickelt werden.

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Nachhaltigkeits-Reporting mit monatlichen Massnahmen inkl. Reduktion von Food- und Verpackungsabfällen.
- Stärkung der Bio-Kompetenz dank Biotta.
- Umsetzung GRI-Nachhaltigkeitsbericht aufgenommen.
- Laufendes Rezepturmanagement: bspw. Clean Label.
- Beschaffung: Schweizer Rohstoffe, Tierwohl ohne Grenzen.
- Umgang mit Ressourcen: Energierückgewinnungsprojekte, CO2-Abgabe Befreiung.
- Sortimente: Reduktion Salz und Zusatzstoffe.
- Gesundheitsmanagement inkl. entsprechender Führungskurse.
- ORIOR Campus: neues Kursangebot.

Stetige Wertsteigerung



Die ORIOR Verantwortung (Nachhaltigkeit)

Qualität bis ins kleinste Detail



ORIOR Campus



Food Waste

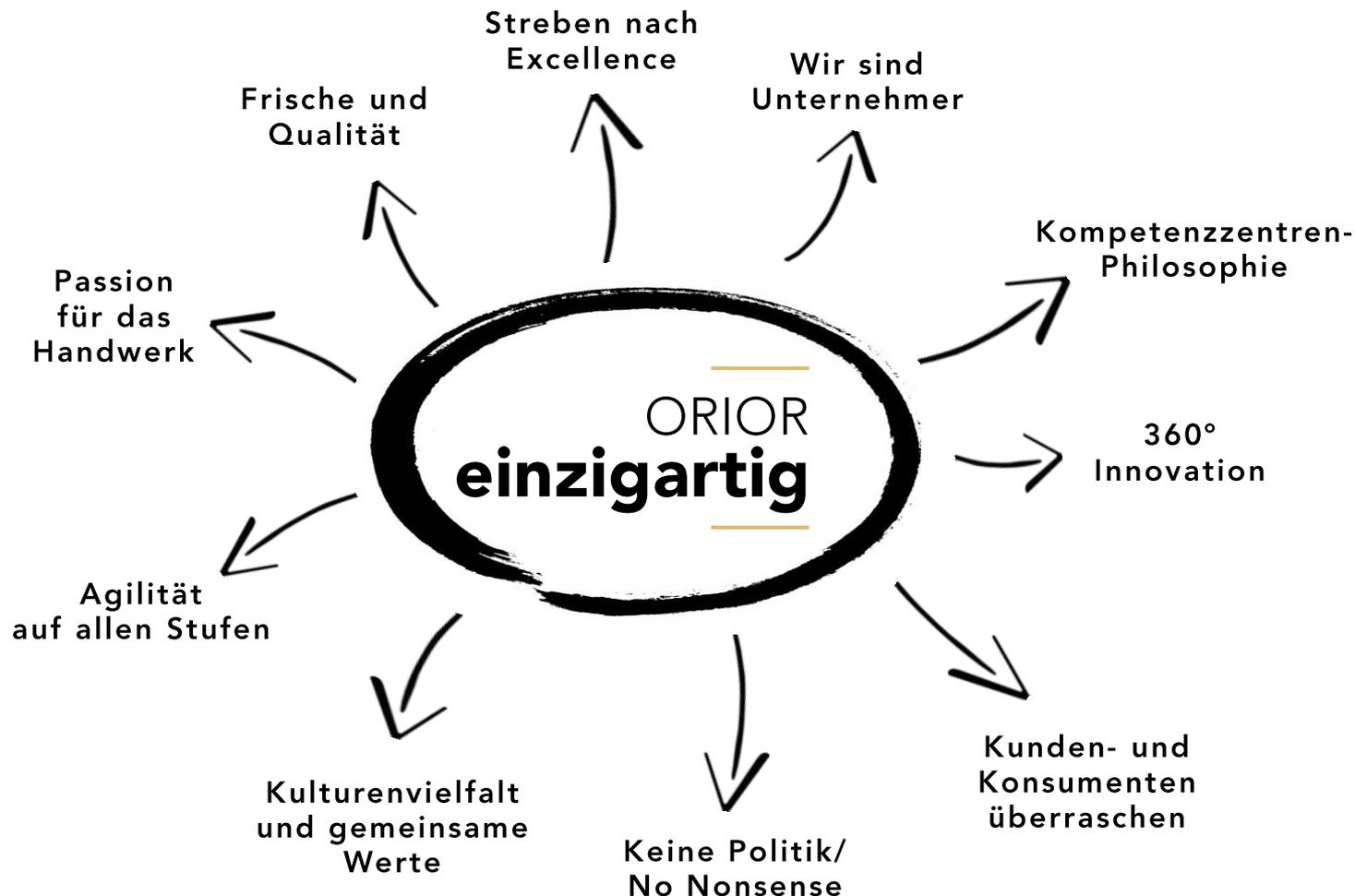


GRI Berichterstattung



Wir sind ORIOR

Einzigartig und unternehmerisch zum Erfolg



Dynamische Organisation

Kompetenzcenter-Philosophie, Champion Modell und schlanke Holding Struktur



Agenda

Einleitung

- CEO Statement
- ORIOR im Kontext der Strategie ORIOR 2020

1. Halbjahr 2018

- Neuer Rechnungslegungsstandard IFRS 15
- Highlights 1. Halbjahr 2018
- Kennzahlen Gruppe und Segmente
- Wechsel auf Swiss GAAP FER angekündigt

Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler sowie Überblick Projekte und Massnahmen 2015-2018

Ausblick 2. Halbjahr 2018

- Umfeld und Markt, ORIOR Fokus, Ausblick

Ausblick zweites Halbjahr 2018

Umfeld und Markt

- Anspruchsvolle Märkte, trotz Stabilisierung der Absätze.
- Roh- und Verpackungsmaterial-Preise auf weiterhin hohem Niveau.
- Hohe Volatilität: Fleischpreise, Ernteauffälle.
- Wettbewerbsdruck konstant hoch.

ORIOR Fokus

- Konsequente Umsetzung der Initiativen und Massnahmen der Strategie ORIOR 2020.
- Fokus auf Innovationen, Konzepte und Dienstleistungen sowie weitere Stärkung der Marken.
- Biotta: schrittweise Einbindung in die verschiedenen ORIOR Champion-Gruppen.

Ausblick

- Gutes 2. Halbjahr 2018 erwartet.
- Abgeschwächtes Wachstum gegenüber H1.
- Weitere Verbesserungen unserer operativen Leistungsfähigkeit und Effizienz.



Wechsel auf Swiss GAAP FER angekündigt

- Beabsichtigte Umstellung der Rechnungslegung von IFRS auf Swiss GAAP FER für den Jahresabschluss per 31. Dezember 2018.
- Anwendung gleicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie bisher
- Wesentliche Anpassungen betreffen die Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen sowie die Behandlung von immateriellen Anlagen und Goodwill
- Nach der Umstellung betragen die Bilanzsumme per 31.12.2017 circa CHF 343 Mio. und die Eigenkapitalquote circa 25%; Treiber der Reduktion des Eigenkapitals sind die rückwirkende Abschreibung von immateriellen Anlagen sowie die Verrechnung von Goodwill
- Detaillierte Überleitungsrechnung im Jahresbericht 2018
- Grund für die Umstellung: zunehmende Komplexität von IFRS, verbunden mit beträchtlichen administrativen Mehrkosten



Auswirkungen auf die Finanzzahlen von ORIOR

Konsolidierte Erfolgsrechnung

- Umsatz: keine Auswirkungen
- EBITDA: Transaktionskosten, Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen
- EBIT: Transaktionskosten, Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen, Amortisation immaterieller Anlagen

Konsolidierte Bilanz

- Eigenkapitalquote: Verrechnung Goodwill mit dem Eigenkapital, Effekte aus der Erfolgsrechnung (siehe oben)

Konsolidierte Geldflussrechnung

- Keine Auswirkungen

Geschäftsjahr 2017: Nettoerlös nach Segmenten

in CHF Mio.	Geschäftsjahr 2017		
	Nettoerlös Berichtet	IFRS 15 Effekt	Nettoerlös Restated ¹⁾
ORIOR Gruppe	585.5	-46.1	539.4
ORIOR Convenience	187.7	-7.4	180.3
ORIOR Refinement	290.2	-38.7	251.5
ORIOR International	124.7	0.0	124.7

1 Nettoerlös (restated) nach Segment basiert auf ungeprüften Zahlen.

Unser Anspruch:
Excellence in Food

ORIOR
EXCELLENCE IN FOOD

Mit **unermüdlichem Engagement**
streben wir nach **Einzigartigkeit** und **besten Qualität**,
um **Konsumentinnen und Konsumenten**
immer wieder mit **genussvollen Erlebnissen**
zu **überraschen**.



ORIOR Geschäftsmodell

ORIOR ist eine **international tätige** Schweizer Food & Beverage Gruppe, die **Handwerkskunst** mit **Pioniergeist** verbindet und auf **Unternehmertum** und **starken Werten** aufbaut.

ORIOR hält führende Positionen in **wachsenden Nischenmärkten** mit hoher Wertschöpfung.

ORIOR's **dezentrale** und **agile Struktur** erlaubt es, den Markt mit **innovativen Produkten**, **Konzepten** und **Services** an vorderster Front zu prägen.

ORIOR hat eine **starke Präsenz** im **Detailhandel** sowie in allen Kanälen des **Food Service Marktes** und pflegt **langfristige Partnerschaften** mit allen Kunden.

ORIOR's übergeordnetes Ziel ist die **stetige Wertsteigerung** für alle Stakeholder.

Convenience <i>Kategorie-Pioniere</i>				Refinement <i>Starke Traditionsmarken</i>			International		
Fredag	Le Patron	Pastinella	Biotta	Rapelli	Spieß	Möfag	Culinor	Gesa	Spieß Europe
									
									

Standorte ORIOR

ORIOR International



Culinor Food Group, Destelbergen
Gekühlte Premium Fertigménüs und Menükomponenten.



Vaco's Kitchen, Olen (BE)
Produktion von Cuisson Sous-Vide, Chefmahlzeiten, Menükomponenten



GESA, Neuenstadt-Stein (DE)
Biologische Gemüsesäfte für Getränke- und Lebensmittelindustrie



Spieß Europe, Haguenau (FR)
Plattform für Kommissionierung und Vertrieb



ORIOR Schweiz



Fredag, Root
Geflügelspezialitäten, Fleisch-Convenience und Vegi/Vegan.



Rapelli SA, Stabio
Charcuterie-Spezialitäten wie Salami, Rohschinken oder Coppa.



Le Patron, Bökten
Pasteten und Terrinen, Fertigménüs, Menükomponenten.



Albert Spiess, Schiers
Bündner Spezialitäten wie Bündnerfleisch, Salsiz oder Rohesspeck.



Pastinella, Oberentfelden
Frische, gefüllte und ungefüllte Pasta nach italienischer Art.



Möfag, Zuzwil
Fürstenländer Spezialitäten wie Mostbröckli und Schinkenkreationen.



Biotta, Tägerwilen
Naturrein belassene biologische Gemüse- und Fruchtsäfte

Convenience – Kategorie-Pioniere



Fredag

- Pionierin mit führender Stellung für vegetarische und vegane Produkte
- Marktführerin und Innovationstreiberin für Tofu-Spezialitäten
- Grosse Kompetenz in der Herstellung von Fleisch- und Geflügel-Convenience-Produkten für den Detailhandel und die Gastronomie

Le Patron

- Erfinderin und Innovationstreiberin von ultrafrischen Menüs und Menükomponenten
- Pionierin und Marktführerin für Pasteten und Terrinen
- Herstellung von Frisch-Frisch Pasta im High Premium-Segment

Pastinella

- Spezialistin für gefüllte und ungefüllte denaturierte Frisch-Pasta
- Marktführerin im Bereich Premium-Frisch-Pasta
- Erfinderin von gluten- und laktosefreien Frisch-Pasta sowie von Pasta für Menschen mit anderen Intoleranzen und/oder Diäten

Biotta

- Der Bio-Pionier der Schweiz
- Naturrein belassene biologische Gemüse- und Fruchtsäfte sowie Getränkespezialitäten
- Starkes Markenportfolio: Biotta, Vivitz, Traktor und C-Ice
- Höchster Anspruch an Kulinarik und Qualität



Refinement – Starke Traditionsmarken



Rapelli SA

- Traditions Handwerk
- Modernität mit einer Prise Geschichte
- Mastri Salumieri
- Tessiner Spezialitäten
- Höchste Markenbekanntheit in der Schweiz
- Seit 1929

Albert Spiess

- Edelstes Rohmaterial
- Bündnerfleisch = GGA-geschützter Markenartikel
- Höchstgelegene Fleischtrocknerei Europas
- Reine Alpenluft und uralte Tradition
- Seit 1906

Möfag

- Traditionelle Schweizer Rezepte
- Reinraum-Technologie
- Innovativ / flexibel / kundenorientiert
- Effiziente Abwicklung von Kleinvolumen
- Time to market
- Seit 1978



ORIOR International



Culinor Food Group

- ORIOR Europa-Plattform mit Bearbeitung des gesamten Europäischen Raums
- Premium-Frisch-Fertigmenüs und Menükomponenten für den Detailhandel und die Gastronomie in den Benelux-Staaten
- Modernste Anlagen und vielfältige Technologien

Gesa

- Frisch gepresste und schonend verarbeitete Premium-Gemüsesäfte und -konzentrate für die Getränke- und Lebensmittelindustrie
- Höchste Naturbelassenheit aller Produkte
- Breiter Vertrieb in ganz Europa

Export

- Der Bereich Export ist verantwortlich für die Ausfuhr und die Vermarktung der Gruppenprodukte ausserhalb der Schweiz
- Bündnerfleisch «Albert Spiess of Switzerland» ist derzeit die wichtigste Export-Spezialität



Aktieninformationen

Kotierung SIX Swiss Exchange
Valorennummer 11167736
ISIN-Code CH011 1677 362
Ticker-Symbol ORON
LEI 50670020184ZA17K9522
UID CHE-113.034.902

Aktienkurs per 17.08.2018 CHF 87.00

Dividende	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Dividende pro Aktie in CHF	2.17	2.09	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93
Dividendenerhöhung ggü. Vorjahr in %	3.8	3.0	1.5	1.5	1.0	1.0	1.6

→ Im Rahmen der Strategie ORIOR 2020 wurden die attraktive Dividendenpolitik bestätigt und eine stetige Erhöhung der absoluten Dividende für die nächsten Jahre als Messgrösse festgelegt.

Börseninformationen / Kennzahlen	30.06.18	30.06.17
Kurs der Aktie am 30.06. in CHF	85.20	76.20
Jahreshöchst in CHF	88.40	86.00
Jahrestiefst in CHF	71.40	64.80
Marktkapitalisierung in Mio. CHF	555.3	451.5
Reingewinn pro Aktie in CHF	2.25	2.51
Operativer Cashflow pro Aktie in CHF	3.32	4.82
Eigenkapital pro Aktie in CHF	51.61	42.93

Bedeutende Aktionäre (Stand 17.08.2018)¹

Ernst Göhner Stiftung (CH)	10.46 %
UBS Fund Management AG (CH)	8.86 %
Schroders Plc (GB)	4.88 %
Rolf U. Sutter / Gruppe (CH)	3.07 %
Swisscanto Fondsleitung (CH)	3.28 %
Credit Suisse Funds AG (CH)	3.16 %

Unternehmenskalender

04.03.19	Publikation Jahresergebnis 2018
11.04.19	Generalversammlung

¹ Detaillierte Informationen zu den bedeutenden Aktionären finden sich im Halbjahresbericht 2018 auf Seite 17.