



## 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. Management believes the expectations expressed in such statements are based on reasonable assumptions. 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.

## Hinweis zu den Performancekennzahlen

ORIOR verwendet in vorliegender Präsentation alternative Performancekennzahlen, die nicht in den Swiss GAAP FER definiert sind. Diese alternativen Performancekennzahlen bieten nützliche und relevante Informationen zur operativen und finanziellen Leistung der Gruppe. Das Dokument «Alternative Performancekennzahlen Geschäftsjahr 2019», welches unter <https://orior.ch/de/finanzberichte> einsehbar ist, definiert diese alternativen Performancekennzahlen.

# Agenda

## Einleitung

- CEO Statement

## **Geschäftsjahr 2019**

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividende

## **Update Strategie ORIOR 2020**

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen

## **Ausblick**

- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

## CEO Statement

### *Stabilität dank breiterer Aufstellung*

- Geschäftsjahr 2019 im Rahmen der Erwartungen.
- Casualfood seit September als eigenständiges Kompetenzzentrum erfolgreich im Segment International integriert. Weiterhin grosse Dynamik und Resultate leicht über den Erwartungen.
- Biotta und Gesa mit guter Entwicklung: neue Strategie abgesegnet, Markenmodernisierung eingeleitet, volle Innovationspipeline und erhebliche Effizienzsteigerungen.
- Wachstum innerhalb der Erwartungen: die Segmente Refinement und International mit guten Resultaten, das Segment Convenience unter den Erwartungen.
- EBITDA-Marge trotz hohen Fleischpreisen auf voravisiertem gleichbleibend gesundem Niveau von 10.2%.
- Wichtige Gruppeninitiativen:
  - *1. Nachhaltigkeitsbericht publiziert -> Strategierad und Ziele auf breiter Basis implementiert*
  - *Neue erweiterte Konzernleitung etabliert -> Fokus auf Strategie-Entwicklung ORIOR 2025*

# Agenda

## Einleitung

- CEO Statement

## Geschäftsjahr 2019

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividende

## Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen


















## Ausblick

- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

# Strategisch dezentrales Geschäftsmodell

Getragen von starken, autonomen Kompetenzzentren

- Kompetenzzentren-Philosophie ermöglicht Individualität, starke regionale Verankerung und Nähe zum Markt.
- Gruppenweite Initiativen und Champion-Modell steigern Effizienz und Agilität.

Convenience Kategorie-Pioniere				Refinement Starke Traditionsmarken			International			
Fredag	Le Patron	Pastinella	Biotta	Rapelli	Albert Spiess	Möfag	Culinor	Casualfood	Gesa	Spieß Europe
										
										

- Casualfood seit September 2019 vollkonsolidiert
  - Erhöhung der Beteiligung auf 70%
  - Integration als eigenständiges Kompetenzzentrum im Segment International
  - Nächste Übernahmetranche für Herbst 2020 vorgesehen

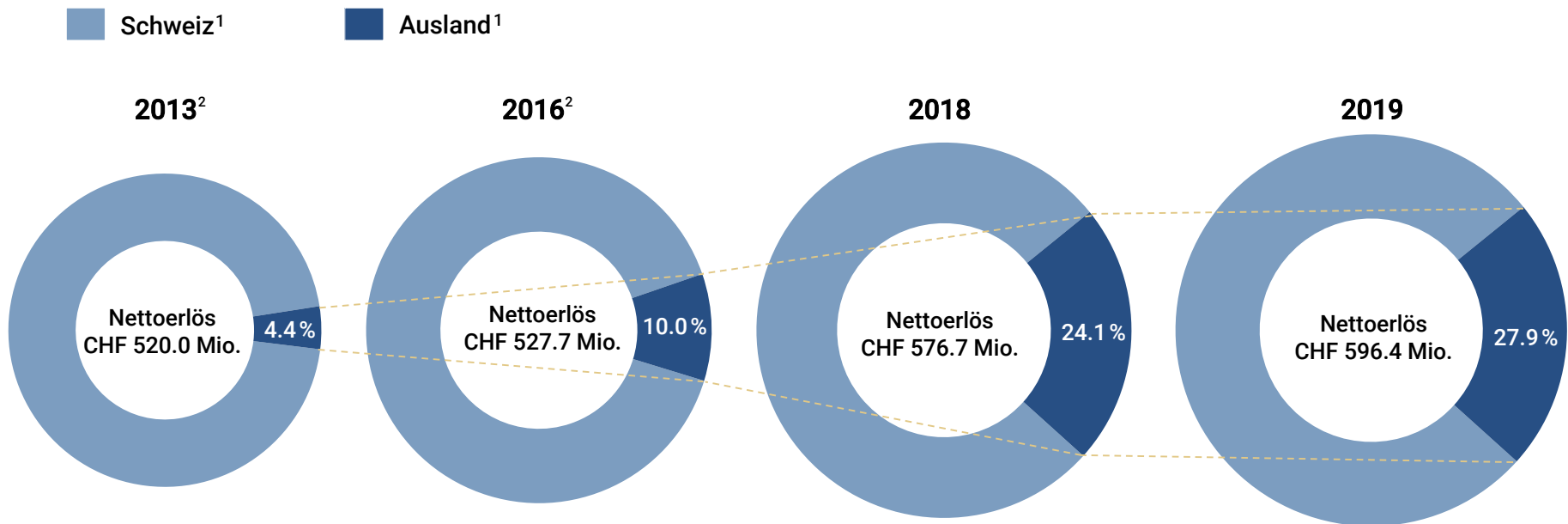
# Starkes und stabiles Profil

*Dank Diversifikation und breiter Abstützung*

**Kategorien:** führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland.

**Kanäle:** vom traditionellen Detailhandel über Discounter bis Food Service-To-Go.

**Kunden und Länder:** breites Portfolio aus lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Kunden.



<sup>1</sup> Die Umsatzinformationen richten sich nach dem Domizil der Kunden.

<sup>2</sup> Berichtete Nettoerlöse, d. h. ohne Berücksichtigung von IFRS 15-Effekten.

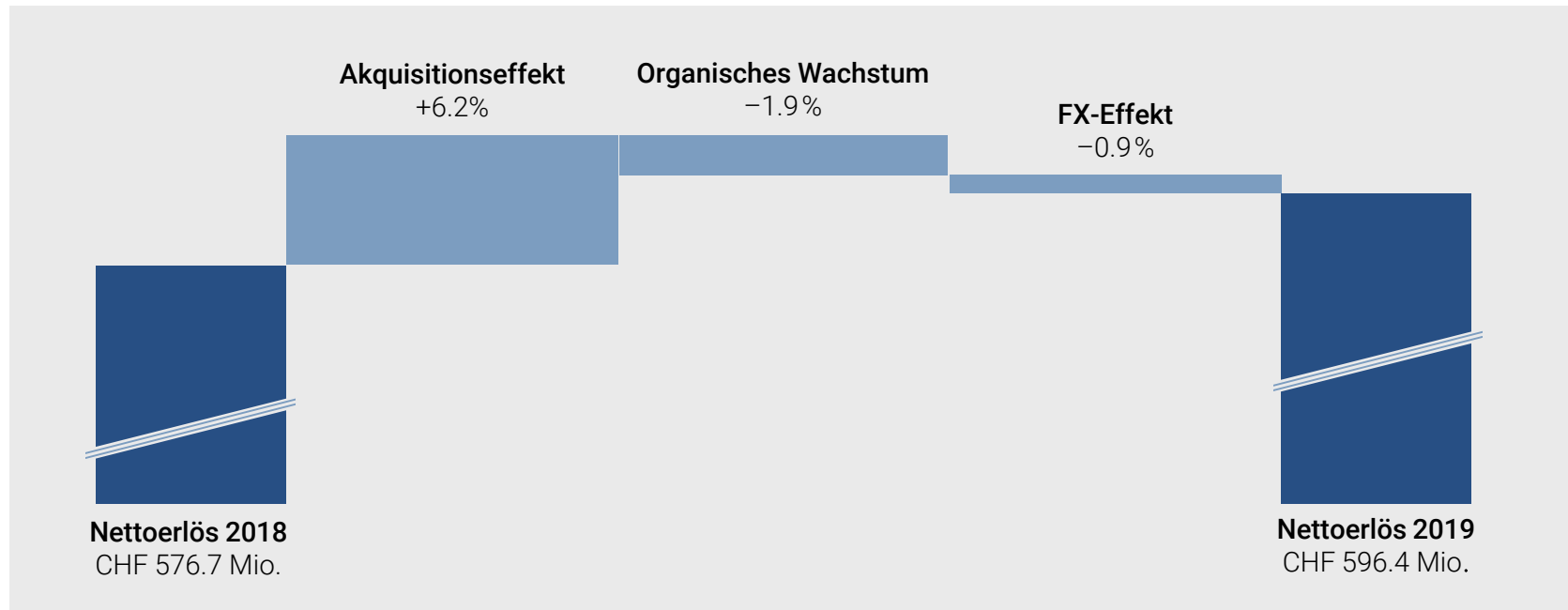
## Schlüsselkennzahlen Geschäftsjahr 2019

Nettoerlös	Bruttogewinn	EBITDA	Reingewinn
CHF 596.4 Mio. <b>+3.4%</b>	CHF 267.6 Mio. <b>+5.3%</b>	CHF 61.0 Mio. <b>+4.2%</b>	CHF 31.5 Mio. <b>-1.0%</b>
Akquisitorisch +6.2%	Bruttomarge 44.9%	EBITDA-Marge 10.2%	Reingewinn-Marge 5.3%
Organisch -1.9%	+82 Bps	+8 Bps	-24 Bps
FX-Effekt -0.9%			

- Operative Leistung im Rahmen der Erwartungen; organisches Wachstum in den Segmenten Refinement und International kann Negativperformance des Segments Convenience nicht kompensieren.
- Operativer Cash Flow um +8.3% auf CHF 57.1 Mio. gesteigert; ausserordentlich hohe Cash Conversion von 93.5%.
- Bruttomarge gefestigt dank neuer Geschäftsfelder; Steigerung auf Stufe EBITDA aufgrund höheren Personaleinsatzes teilweise reduziert.
- Reingewinn beeinflusst von negativen Wechselkurs- und Steuereffekten.



## Organisches Wachstum im Rahmen der Erwartungen



- Akquisitionseffekt: Casualfood seit September 2019; Biotta/Gesa seit Mitte Mai 2018.
- Organisches Wachstum von  $-1.9\%$ 
  - *im unteren Bereich der erwarteten und kommunizierten Bandbreite*
- Wesentlicher Wechselkurseffekt
  - *Einfluss Wechselkurseffekt aufgrund breiterer internationaler Aufstellung von grösserer Bedeutung*

# Segment Convenience

Performance unter den Erwartungen

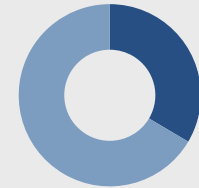
## Nettoerlös

Nettoerlös –1.8% auf CHF 202.0 Mio.

- Akquisitorisch: +4.7%
- Organisch: –6.5%
- FX-Effekt: 0.0%

## Gruppenanteil

Segment Convenience  
in % von der ORIOR  
Gruppe: 33.5%



- Akquisitorisches Wachstum reflektiert Übernahme von Biotta Mitte Mai 2018.
- Organischer Wachstumsrückgang, getrieben von Verzicht auf CHF 8.2 Mio. Auftrag mit ungenügender Marge, von starker Vorjahresvergleichsbasis und von veränderten Aktionstätigkeiten.
- Punktuell sehr gute Performance mit einzelnen Konzepten und Marken.
- Biotta mit guter Entwicklung.
- Rahmenbedingungen: hohe Geflügelfleischpreise und begrenzte inländische Verfügbarkeiten von Rohstoffen.
- Kanäle: weitere erfreuliche Entwicklung im Food Service Bereich.



## Segment Refinement

Wachstum dank starken Innovationen, guter Markenperformance und Preisanpassungen

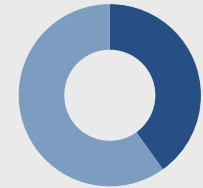
### Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um +1.3% auf CHF 258.2 Mio.

- Akquisitorisch: 0.0%
- Organisch: +1.3%
- FX-Effekt: 0.0%

### Gruppenanteil

Segment Refinement  
in % von der ORIOR  
Gruppe: 40.1%



- Gutes Geschäftsjahr mit organischem Wachstum aus allen Kompetenzzentren.
- Starke Markenperformance, u. a. mit neuem Markenauftritt Albert Spiess.
- Überzeugende Innovationen, u. a. mit Produktlancierungen unter der Marke «myEnergy» sowie Kernsortimentserweiterungen bei Rapelli und Möfag.
- Weitere Kundenentwicklung bei allen Kompetenzzentren.
- Rahmenbedingungen im Rohstoffbereich anspruchsvoll: Hohe Fleischpreise drücken auf Bruttomarge, Preisanpassungen teilweise erfolgt.



## Segment International

*Leichtes Wachstum und wesentlicher Beitrag zur Gruppenrentabilität*

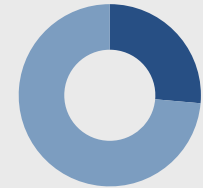
### Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um +15.9% auf CHF 159.6 Mio.

- Akquisitorisch: +19.4%
- Organisch: +0.2%
- FX-Effekt: –3.7%

### Gruppenanteil

Segment International  
 in % von der ORIOR  
 Gruppe: 26.4%



- Akquisitorisches Wachstum durch die seit September 2019 zur Gruppe gehörende Casualfood sowie durch die seit Mitte Mai 2018 zur Gruppe gehörende Biotta Schwestergesellschaft Gesa.
- Wesentlicher Beitrag zur Gruppenrentabilität dank konsequentem Fokus auf gesundes Wachstum.
- Heimmarkt Belgien mit erfreulicher Entwicklung; Holland mit Sortimentsbereinigungen im Retail.
- Spiess Europe mit erfreulicher Entwicklung, u. a. dank erfolgreicher Lancierung von myEnergy in Frankreich.
- Casualfood erfolgreich integriert im Segment International; Erwartungen leicht übertroffen.



# Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2019	2018	Δ in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>596.4</b>	<b>576.7</b>	+3.4%
Warenaufwand/Bestandesänderung	-328.8	-322.7	
<b>Bruttogewinn</b>	<b>267.6</b>	<b>254.0</b>	+5.3%
in % vom Nettoerlös	44.9%	44.0%	+82 Bps
<b>EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>61.0</b>	<b>58.6</b>	+4.2%
in % vom Nettoerlös	10.2%	10.2%	+8 Bps
Abschreibungen und Amortisationen	-23.7	-23.0	
<b>EBIT</b>	<b>37.3</b>	<b>35.6</b>	+4.9%
in % vom Nettoerlös	6.3%	6.2%	+9 Bps

- Steigerung der Bruttomarge dank neuer Geschäftsfelder.
- Steigerung auf Stufe EBITDA aufgrund höheren Personaleinsatzes der neuen Geschäftsfelder teilweise reduziert.
- Absolute EBITDA-Steigerung mit gleichbleibend hoher Marge.

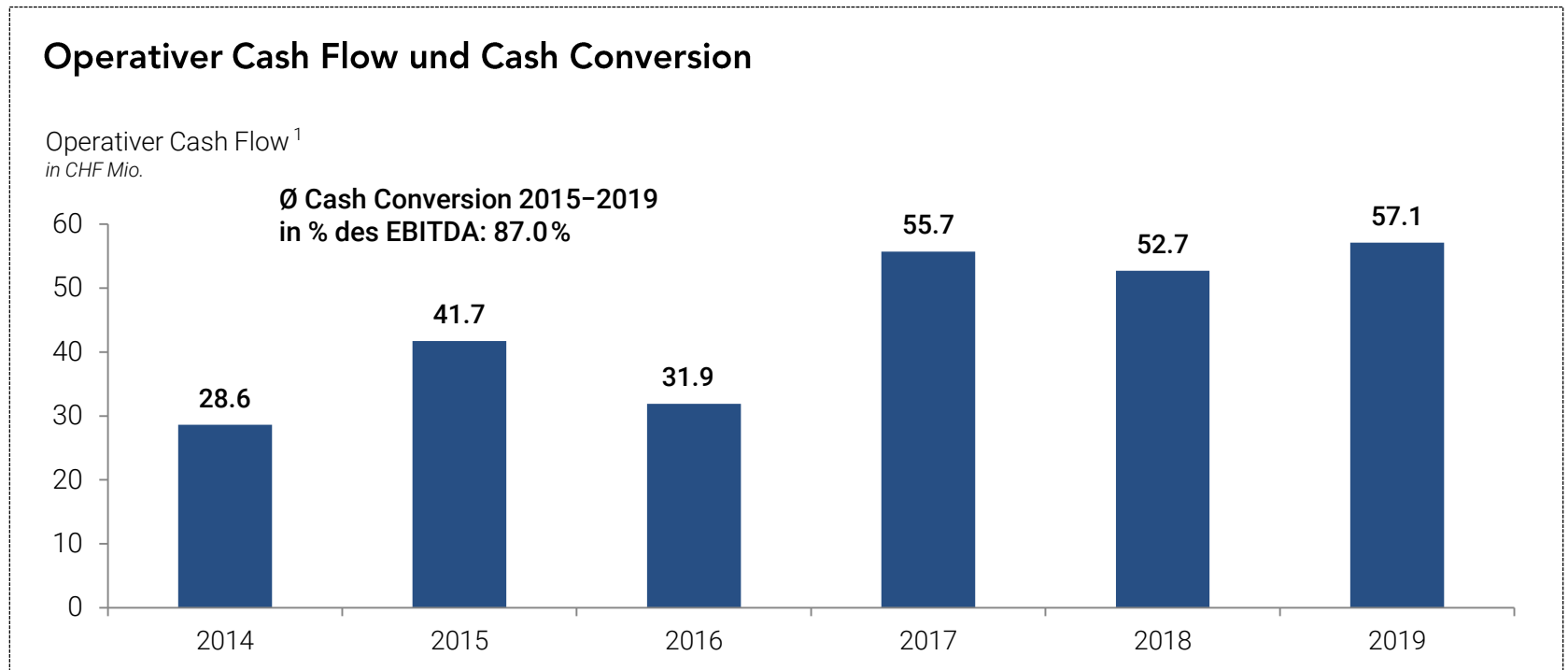
<sup>1</sup> EBITDA adjusted 2019: CHF 61.0 Mio., entsprechend +2.9% ggü. Vorjahr (Vorjahr Bereinigung um einmalige Transaktions- und Sonderkosten).

## Konsolidierte Erfolgsrechnung | EBIT – Reingewinn

in Mio. CHF	2019	2018	Δ in %
<b>EBIT</b> in % vom Nettoerlös	<b>37.3</b> 6.3 %	<b>35.6</b> 6.2 %	+4.9 % +9 Bps
<b>Finanzertrag/Finanzaufwand</b>	<b>-2.6</b>	<b>-1.8</b>	
<b>Gewinn vor Steuern</b> in % vom Nettoerlös	<b>34.7</b> 5.8 %	<b>33.8</b> 5.9 %	+2.6 %
<b>Ertragssteuern</b>	<b>-2.9</b>	<b>-2.0</b>	
Minderheitsanteile	-0.3	0.0	
<b>Reingewinn</b> in % vom Nettoerlös	<b>31.5</b> 5.3 %	<b>31.8</b> 5.5 %	-1.0 %

- Höherer Finanzaufwand aufgrund von negativen Wechselkurseffekten.
- Höherer Steueraufwand aufgrund von Akquisitionen und Wegfall positiver Einmaleffekte aus Vorjahr.

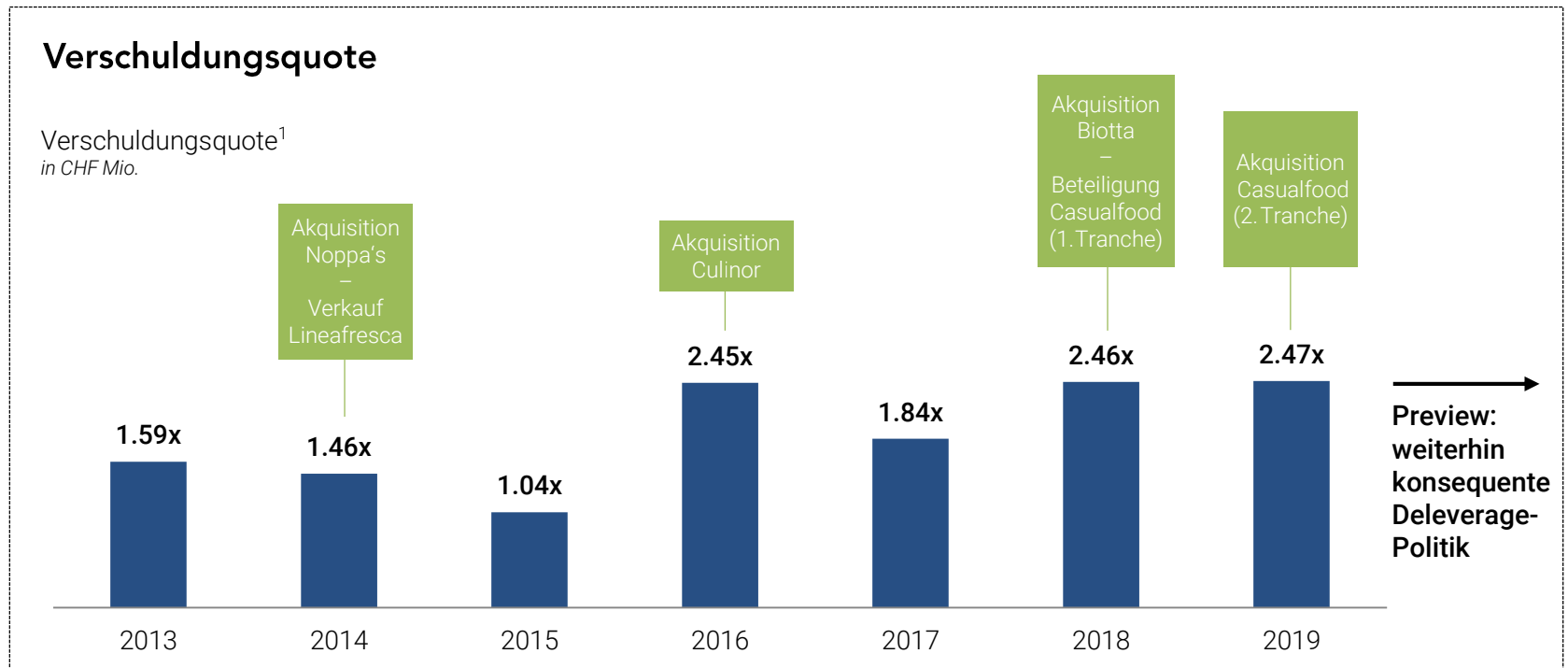
# Hohe Cash Conversion



– Cash Flow von CHF 57.1 Mio; Cash Conversion von 93.5%.

<sup>1</sup> 2013–2016 auf Basis IFRS.

# Konsequente Deleverage-Politik



– Konsequente Deleverage-Politik.

<sup>1</sup> 2013–2016 auf Basis IFRS.



## Konsolidierte Bilanz

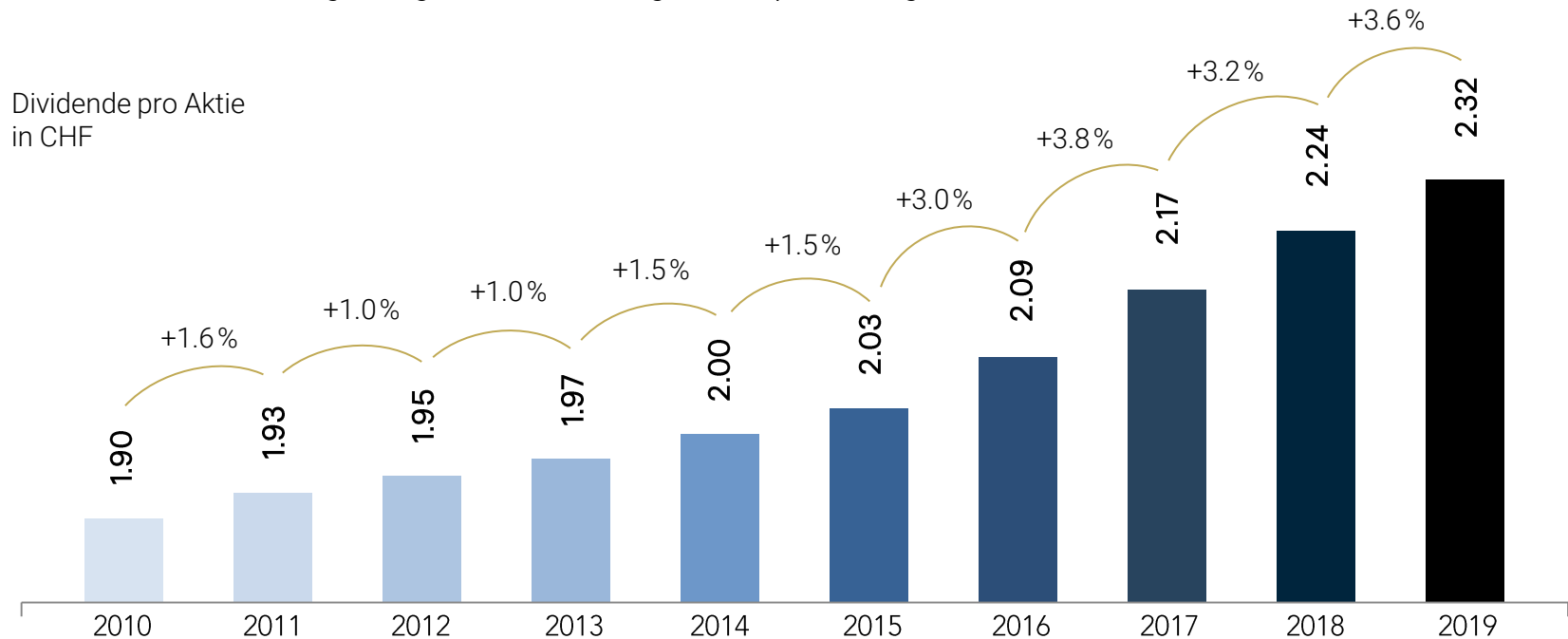
in Mio. CHF	31.12.2019		31.12.2018	
Umlaufvermögen	190.8	47.2%	204.4	51.2%
Sachanlagen	133.0		133.0	
Immaterielle Anlagen	78.9		51.4	
Finanzanlagen	1.6		10.6	
<b>Total Aktiven</b>	<b>404.3</b>	100.0%	<b>399.4</b>	100.0%

in Mio. CHF	31.12.2019		31.12.2018	
Fremdkapital	317.8	78.6%	309.7	77.5%
Eigenkapital	86.5	21.4%	89.7	22.5%
<b>Total Passiven</b>	<b>404.3</b>	100.0%	<b>399.4</b>	100.0%

- EK-Quote auf 21.4%.
- Veränderungen in Zusammenhang mit den Akquisitionen von Biotta und Casualfood.
- Anstieg der immateriellen Anlagen um CHF 27.5 Mio. hauptsächlich aufgrund von Casualfood (Marken, Konzessionen).

## Dividendenentwicklung

- Langfristig angelegte, verlässliche und attraktive Dividendenpolitik: stetige Erhöhung der absoluten Dividende als Messgrösse festgelegt.
- Neunte Dividendenerhöhung in Folge seit dem IPO im Jahr 2010: Brutto-Dividende von CHF 2.32 je Aktie beantragt; 50% ordentliche Ausschüttung und 50% steuerbegünstigte Ausschüttung aus Kapitaleinlagereserven<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> Die am 1. Januar 2020 in Kraft gesetzte Steuerreform und AHV-Finanzierung (STAF) erlaubt eine maximal zulässige Auszahlung aus Kapitaleinlagereserven in der Höhe von 50% der Gesamtdividende.

# Agenda

## Einleitung

- CEO Statement

## Geschäftsjahr 2019

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividende

## Update Strategie ORIOR 2020

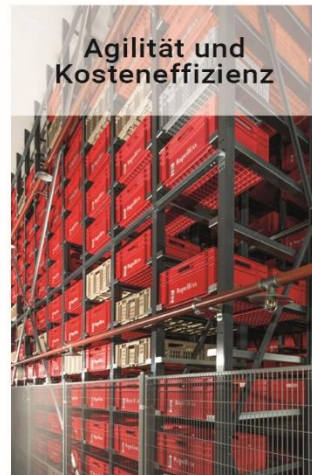
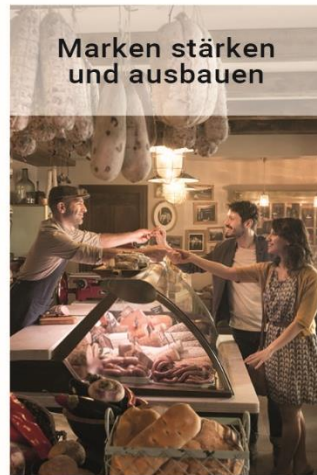
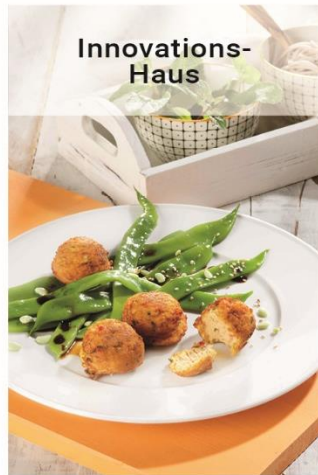
- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen

## Ausblick

- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

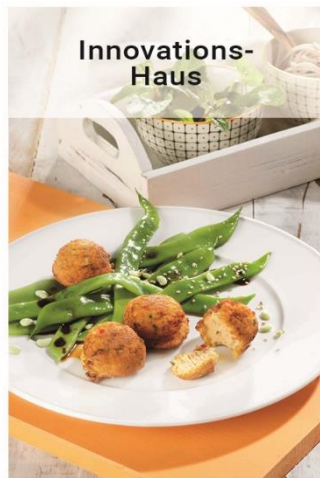
# ORIOR 2020 – unsere strategischen Eckpfeiler

## ORIOR 2020 – unsere strategischen Eckpfeiler



## 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 für 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.

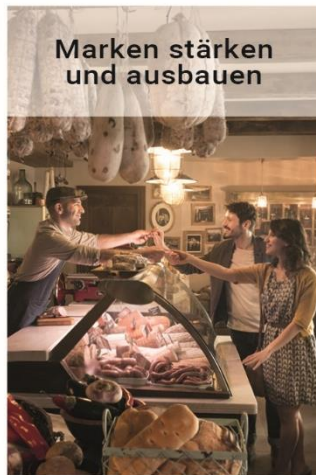


### Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen Geschäftsjahr 2019

- *«Happy Vegi Butcher» mit veganen Nuggets, Stripes, Bacon und Burger.*
- *Line-Extension: «myEnergy» Jerky in den Sorten «Original» und «Spicy».*
- *Pan for One: Kombination frischer und vorgegarter Komponenten zum Selberfertigmachen.*
- *«Biotta» Winterfit -> Sommerfit folgt.*
- *Line-Extension: «Le Patron» in Belgien mit neuen Sorten für den Winter.*
- *«Vivitz» Cold Brew; natürlich, Bio, vegan.*
- *Line-Extension: «myEnergy» Balls mit Curry, Chicken mit Sweet and Sour usw.*
- *Neue Verpackung Pastinella Retail: weniger Abfall und nachhaltigere Materialien.*
- *Food is Local: Albert Spiess Bündner Bergprodukte-Linie, Eringer-Rindfleisch Triondo.*
- *Signature Suisse von Pastinella erhält Auszeichnung «Superior Taste Award».*

## Marken stärken und ausbauen

- Kernmarken besser differenzieren und Markenbekanntheit steigern.
- Moderne Kommunikationsmittel einsetzen, um die Konsumenten besser und relevanter zu erreichen (soziale Medien, 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).

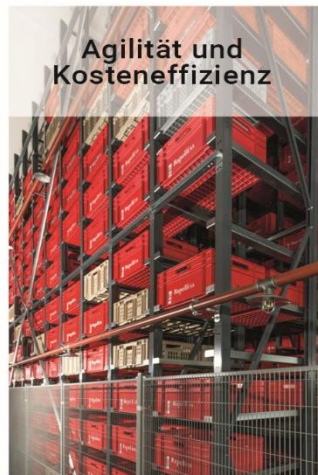


### Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen Geschäftsjahr 2019

- *Neuer Markenauftritt «Albert Spiess»; Steigerung Präsenz und Bekanntheit, Eröffnung Verkaufsladen in Landquart.*
- *Lancierung vegane Marke «Happy Vegi Butcher».*
- *Go-live neue Websites: Albert Spiess, Möfag, Fredag, Pastinella, Le Patron, ORIOR.*
- *Schärfung der Strategie von Biotta und ihres Markenportfolios.*
- *Kommunikation «myEnergy» in neuen Medien: über 1 Mio. Clicks.*
- *Erfolgreicher Shop in Shop «Rapelli»; Multiplikation in Form weiterer Displays und Steigerung von Visibilität und Bekanntheit.*
- *«Ticinella» mit neuer, bedeutend umweltfreundlicherer Verpackung.*
- *«Le Patron» Ausweitung nach Belgien.*

## 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 Geschäftsjahr 2019

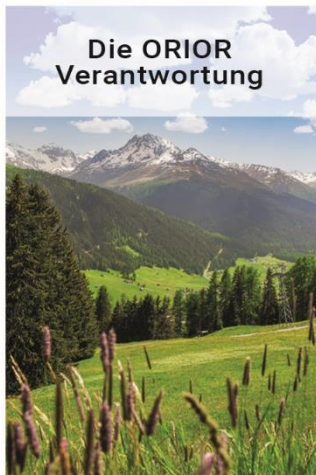
- *Einführung CRM bei 4 Business Units, Halbzeit Projekt «Sales Performance».*
- *Grundsätze des neuen ORIOR Sicherheitshandbuches festgelegt; Einführung ab Q1/2020.*
- *Weiterentwicklung des Champion-Modells: Schärfung Verantwortlichkeiten und Turnus der Champions.*
- *Projekt wertorientierter Unterhalt: in der Umsetzung bei 4 Kompetenzzentren.*
- *«Lean»/«5S»: in allen Kompetenzzentren eingeführt respektive umgesetzt.*
- *Digitalisierung: Vorbereitung Go-live S/4 Hana in der ersten Business Unit.*
- *Weitere Umsetzung der IT-Roadmap in den einzelnen Kompetenzzentren.*



## Die ORIOR Verantwortung (Nachhaltigkeit)

*Wir übernehmen Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette*

- Nachhaltigkeit ist Teil unseres Kerngeschäfts und Grundlage für Excellence in Food.
- Nachhaltige Beschaffung der Rohstoffe, Verantwortung gegenüber der Umwelt und Respekt gegenüber dem Tier (Tierwohl).
- Weitere Reduktion von Food & Non-Food Waste sowie von Energie- und Abwasserverbrauch in der Produktion. Reduktion von Verpackung beim Konsumenten.
- Kontinuierliche Erneuerung unserer Sortimente mit natürlichen Rohstoffen, ohne künstliche Zusatzstoffe und mit salz- und zuckerreduzierten Rezepturen.



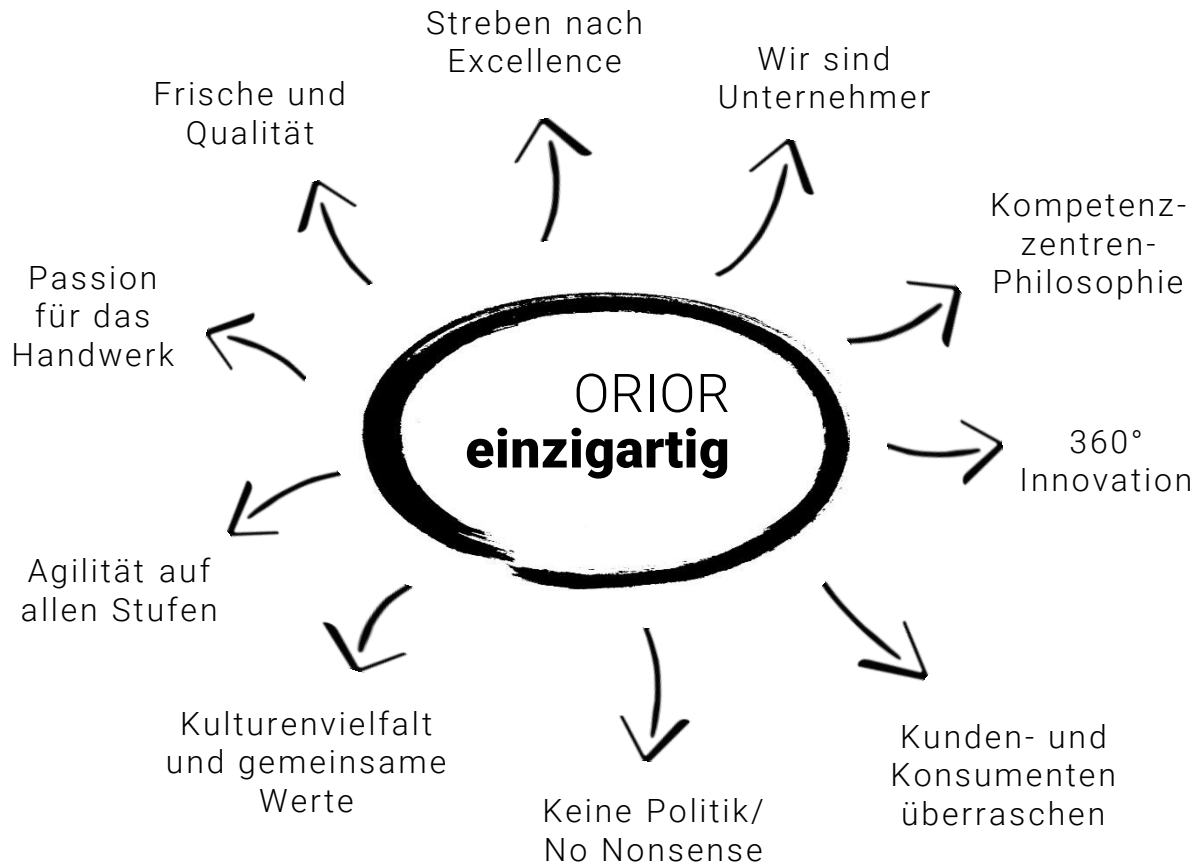
### Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen Geschäftsjahr 2019

- *Erarbeitung einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie für ORIOR Schweiz.*
- *2019: Publikation des 1. ORIOR Nachhaltigkeitsberichts gemäss GRI.*
- *Thematische Steuerung und Verankerung im Unternehmen festgesetzt.*
- *Definition der Nachhaltigkeitsziele und -unterziele.*
- *Rollende Einführung der ORIOR Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe.*
- *Rezepturmanagement: Reduktion von Salz und Zusatzstoffen, Clean Label usw.*
- *Energie: Teilnahme an EnAw-Programm -> alle Schweizer Kompetenzzentren sind bereits heute von der CO<sub>2</sub>-Abgabe befreit.*
- *Implementierung der Modelllösung des Swiss Safety Center aufgenommen.*



# Wir sind ORIOR

*Einzigartig und unternehmerisch zum Erfolg*



## Mitarbeiter-App «ORIORinside»



# Agenda

## Einleitung

- CEO Statement

## Geschäftsjahr 2019

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividende

## Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen

## Ausblick

- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

# Ausblick

## ORIOR Gruppe Geschäftsjahr 2020

- **Umsatz Gruppe:** CHF 645 Mio. – CHF 655 Mio.<sup>1</sup>
  - Organisches Gruppenwachstum getragen von allen Segmenten: 0.5% – 2.0%
  - Intensivierung von Brückenschlägen über alle Kompetenzzentren hinweg
  
- **EBITDA:** 10.1% – 10.3%
  - Kosteneffizienz u. a. dank konsequenten Arbeitens in den intradisziplinären Champion-Gruppen
  - Weiteres Arbeiten an gesundem Sortimentsportfolio; konsequenter Fokus auf nachhaltige Margen
  - Positiver Effekt aus Diversifikation dank breiterer Aufstellung; Druck von hohen Fleischpreisen sowie Wettbewerb
  - Erstes Halbjahr erwartet schwächer als zweites Halbjahr
  
- **Steuerquote:** 13% – 16%
  - Positive Effekte aus STAF; negative Effekte aus Vollkonsolidierung Casualfood mit höherer Steuerquote DE
  
- **CapEx:** CHF 21 Mio. – CHF 22 Mio.
  - Eröffnung Flughafen Berlin mit einmalig höheren Investitionen
  
- **Weitere Gruppen-Kernthemen 2020**
  - Strategie ORIOR 2025: Präsentation im Juni 2020
  - 2. ORIOR Nachhaltigkeitsbericht: Publikation mit Halbjahresresultaten am 19. August 2020

<sup>1</sup> Bei gleichbleibenden Wechselkursen gegenüber Vorjahr (Euro Jahresdurchschnittskurs 2019: 1.1126).

# Ausblick

Positive Treiber und Herausforderungen

## ORIOR Segment Convenience

Positive Treiber:

- Hohe Innovationskadenz: Konzepte, Swissness, Bio, Vegi/Vegan, Frische
- Happy Vegi Butcher
- Weitere Kundenentwicklung, insb. Food Service
- Konsequentes Arbeiten an Portfoliomix

Herausforderungen:

- Harter Wettbewerb und Preisdruck
- Volatile Rohstoffsituation mit knappen hiesigen Verfügbarkeiten (insb. bei Fleisch und Geflügel)
- Weitere Sortimentsbereinigungen und strukturelle Bereinigungen im Retail





# Ausblick

Positive Treiber und Herausforderungen

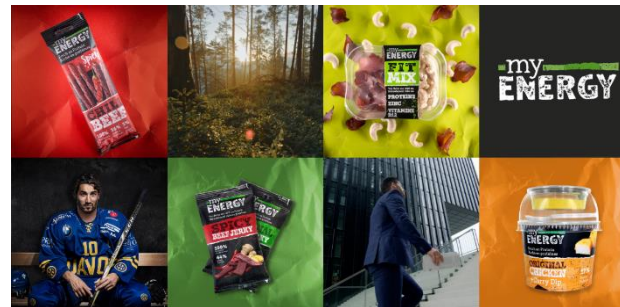
## ORIOR Segment Refinement

### Positive Treiber:

- Starke Marken mit hoher Glaubwürdigkeit
- Neuer Markenauftritt Albert Spiess
- Hohe Fleischpreise (Preisweitergabe)
- Weitere Kundenentwicklung, insb. Food Service
- Volle Innovationspipeline: To-Go/Snacking sowie Traiteur und Fleisch-Convenience
- Marken- und Produktkonzepte, u. a. myEnergy, Terroir, Mr. Bacon

### Herausforderungen:

- Harter Wettbewerb und Preisdruck
- Hohe Fleischpreise (Druck auf Marge)
- Rohstoffverfügbarkeiten
- Weitere Sortimentsbereinigungen im Retail



# Ausblick

## Positive Treiber und Herausforderungen

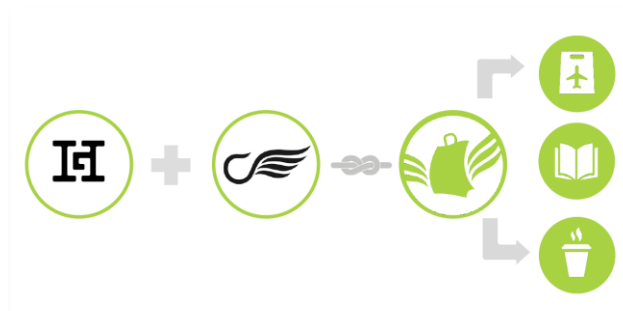
### ORIOR Segment International

#### Positive Treiber:

- Hohe Innovationskadenz: z.B. Chef-Menüs, Frisch-/Ultrafrisch-Menüs, To-Go Konzepte wie Deli Berlin
- Übernahme 3. Tranche Casualfood für September 2020 geplant
- Joint Venture «Smartseller»
- Eröffnung neuer Flughafen Berlin (Q4 2020)
- Weitere Stärkung myEnergy in Frankreich

#### Herausforderungen:

- Eröffnung neuer Flughafen Berlin (höheres Investitionsvolumen und ressourcenintensive Umstellung; Upside Potenzial ab 2021)
- Markt Holland mit strukturellen Herausforderungen und Sortimentsbereinigungen



# ORIOR



EXCELLENCE IN FOOD



# ORIOR Geschäftsmodell























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

Die **Genusswelt** von ORIOR umfasst **etablierte Unternehmen** und **bekannte Marken** mit **führenden Positionen** in wachsenden **Nischenmärkten** im **In- und Ausland**.

Die **dezentrale** und **agile Struktur** sowie das intradisziplinäre **ORIOR Champion-Modell** bilden die Grundlage, um 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.

Das übergeordnete Ziel von ORIOR ist die **stetige Wertsteigerung** für alle Stakeholder.

Convenience Kategorie-Pioniere				Refinement Starke Traditionsmarken			International			
Fredag	Le Patron	Pastinella	Biotta	Rapelli	Albert Spiess	Möfag	Culinor	Casualfood	Gesa	Spieß Europe
										
										



# Standorte ORIOR

## ORIOR International



**Culinor, Destelbergen (BE)**  
 Gekühlte Premium Fertigmenüs und Menükomponenten.



**Vaco's Kitchen, Olen (BE)**  
 Cuisson Sous-Vide, Chefmahlzeiten, Menüs, Menükomponenten.



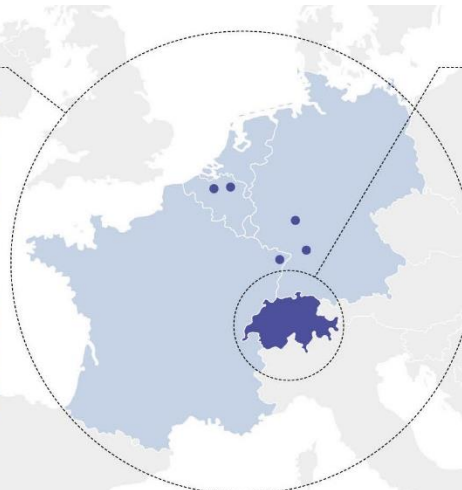
**Gesa, Neuenstadt-Stein (DE)**  
 Biologische Gemüsesäfte für die Getränke- und Lebensmittelindustrie.



**Spiess Europe, Haguenau (FR)**  
 Plattform für Kommissionierung und Vertrieb.



**Casualfood, Frankfurt (DE)**  
 To-Go-Genussinseln und Snack-Mobile für Menschen auf Reisen.



## ORIOR Schweiz



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



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



**Le Patron, Böckten**  
 Pasteten und Terrinen, Fertigmenüs, Menükomponenten.



**Albert Spiess, Schiers**  
 Bündner Spezialitäten wie Bündnerfleisch, Salsiz oder Rohessspeck.



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



**Möfag, Zuzwil**  
 Fürstentümer 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
- Herstellerin von Frisch-Pasta im High-Premium-Segment

### Pastinella



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

### Biotta



- Bio-Pionierin 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



- Traditionshandwerk
- Modernità mit einer Prise Geschichte
- Mastri Salumieri
- Tessiner Spezialitäten
- Höchste Markenbekanntheit in der Schweiz
- Seit 1929

## Albert Spiess



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

## Möfag

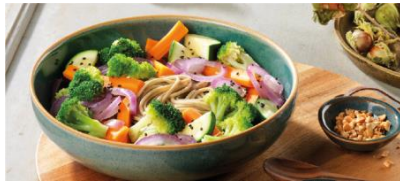


- Traditionelle Schweizer Rezepte
- Reinraum-Technologie
- Innovativ, flexibel, kundenorientiert
- Effiziente Abwicklung von Kleinvolumen
- Time to market
- Seit 1978



# 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 Beneluxstaaten
- 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

## ORIOR/ Spiess Europe



- 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.

## Casualfood



- Pionier in der Reisegastronomie, fokussiert auf Kleinflächen an Hochfrequenzlagen
- Genussinseln mit frisch zubereiteten Spezialitäten
- Starke eigene Markenwelten mit flexiblen Formaten für Menschen auf Reisen



# Aktieninformationen

<b>Kotierung</b>	SIX Swiss Exchange	<b>Aktienkurs per 20.02.2020</b>	CHF 91.40
<b>Valorennummer</b>	11167736		
<b>ISIN-Code</b>	CH011 1677 362		
<b>Ticker-Symbol</b>	ORON		
<b>LEI</b>	50670020I84ZA17K9522		
<b>UID</b>	CHE-113.034.902		

<b>Dividende</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Dividende pro Aktie in CHF	2.32 <sup>1</sup>	2.24	2.17	2.09	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93
Dividendenerhöhung ggü. Vorjahr in %	3.6	3.2	3.8	3.0	1.5	1.5	1.0	1.0	1.6

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

<b>Aktienkennzahlen</b>		<b>31.12.19</b>	<b>31.12.18</b>
Kurs der Aktie am 31.12.	in CHF	89.50	79.70
Jahreshöchst	in CHF	92.00	92.70
Jahrestiefst	in CHF	74.00	72.50
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	583.3	519.4
Reingewinn pro Aktie	in CHF	4.84	4.98
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	8.78	8.25
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	13.29	14.04

## **Bedeutende Aktionäre (Stand 20.02.2020)<sup>2</sup>**

UBS Fund Management AG (CH)	10.51 %
Swisscanto Fondsleitung (CH)	5.43 %
Credit Suisse Funds AG (CH)	5.31 %
Schroders Plc (GB)	4.88 %

## **Unternehmenskalender**

31.03.20	Generalversammlung
15.06.20	Investorentag zur Präsentation Strategie ORIOR 2025
19.08.20	Publikation Halbjahresresultat / Halbjahresbericht 2020

<sup>1</sup> Antrag an die Generalversammlung vom 31. März 2020.

<sup>2</sup> Detaillierte Informationen zu den bedeutenden Aktionären finden sich ab S. 14 im Geschäftsbericht 2019.