



Agenda

Einleitung

- CEO Statement
- Highlights 1. Halbjahr 2019

1. Halbjahr 2019

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz

Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen 1. Halbjahr 2019

Ausblick 2. Halbjahr 2019

- Markt und Umfeld, Schlüsselinitiativen, Ausblick

CEO Statement

Gutes erstes Halbjahr 2019

- Gute Ergebniskennzahlen dank erfolgreicher Innovationen, weiterer Stärkung der Marken und kontinuierlichen Arbeitens an der Kosteneffizienz.
- Stabile Bruttomarge trotz hoher Fleisch- und Geflügelpreise in der Schweiz, auch dank breiterer Aufstellung der Gruppe und dadurch gestärkter Resilienz.
- Schweizer Geschäft im Rahmen der Erwartungen; konsequenter Fokus auf gesunde Margen, hoher Wettbewerbs- und Preisdruck.
- Gute Performance des Segments International mit wesentlichem Beitrag zur Gruppenrentabilität.
- Strategisch wichtiger Schritt in den naturbelassenen Bio-Getränkemarkt ist gelungen: Biotta/Gesa mit guter Entwicklung.

- Wichtige Gruppen-Initiativen:
 - Champion-Modell: intradisziplinäres Arbeiten etabliert sich.
 - Die ORIOR Verantwortung: Publikation 1. Nachhaltigkeitsbericht entlang der Global Reporting Initiative (GRI).

Biotta Vital

mit drei neuen Sorten



Alle drei Säfte decken bereits mit einem Glas (2 dl) den Tagesbedarf an Vitamin C – aus rein natürlicher Quelle.



Aus Meisterhand

Saftiger Schinken in traditionellen und exotischen Ummantelungen



typisch Appenzell

mit Mostbröckli und Alpenkräutern

Südseezauber

mit Mango, Ananas, Bananen, Papaya und Rosinen

Frühlingsduft

mit Bärlauch, Schnittlauch und Knoblauch

Studentenfutter

mit diversen Nüssen und Rosinen

Jalapika

mit Jalapeño, Peperoni und Chili

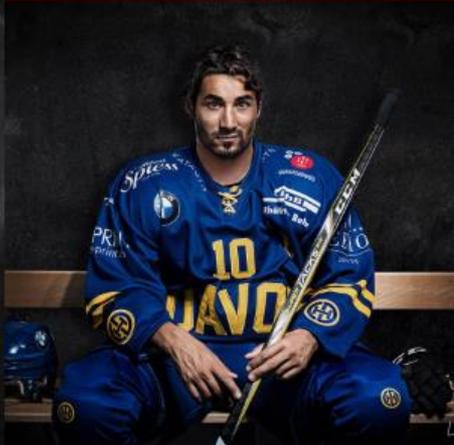
Mediterranea

mit Tomaten und Basilikum



SIGNATURE SUISSE





<https://www.youtube.com/watch?v=SUDGLcVzoNg>

NEU im Kühlregal

Biotta Smoo'teas

das Beste aus Frucht und Gemüse



Albert®
Spiess
SEIT 1906

Zertifizierte
Bündner Bergprodukte



**Bündner Spezialitäten hergestellt mit
Fleisch aus den Schweizer Berg- und Alpreigionen**

Neue Vegi-Generation

THIS isn't meat! Sieht aus und schmeckt aber wie Fleisch.





culinor food group



Pan for One

Kombination aus frischen und vorgegarten Komponenten

Harmonisch abgerundetes Aroma

Vivitz Cold Brew

NEU

12h

Cold Brew
BIO EISTEE

VIVITZ
MEIN SCHLUCK FREIHEIT

BIO

ASSAM
BLACK TEA

OHNE KRISTALLZUCKER
KALORIENARM · VEGAN

- ✓ 12 STD. IN KALTEM QUELLWASSER
- ✓ WENIG BITTERSTOFFE UND SÄURE
- ✓ BIO, VEGAN
- ✓ KEINE ZUGABE VON AROMEN
- ✓ SWISS MADE
- ✓ OHNE KRISTALLZUCKER

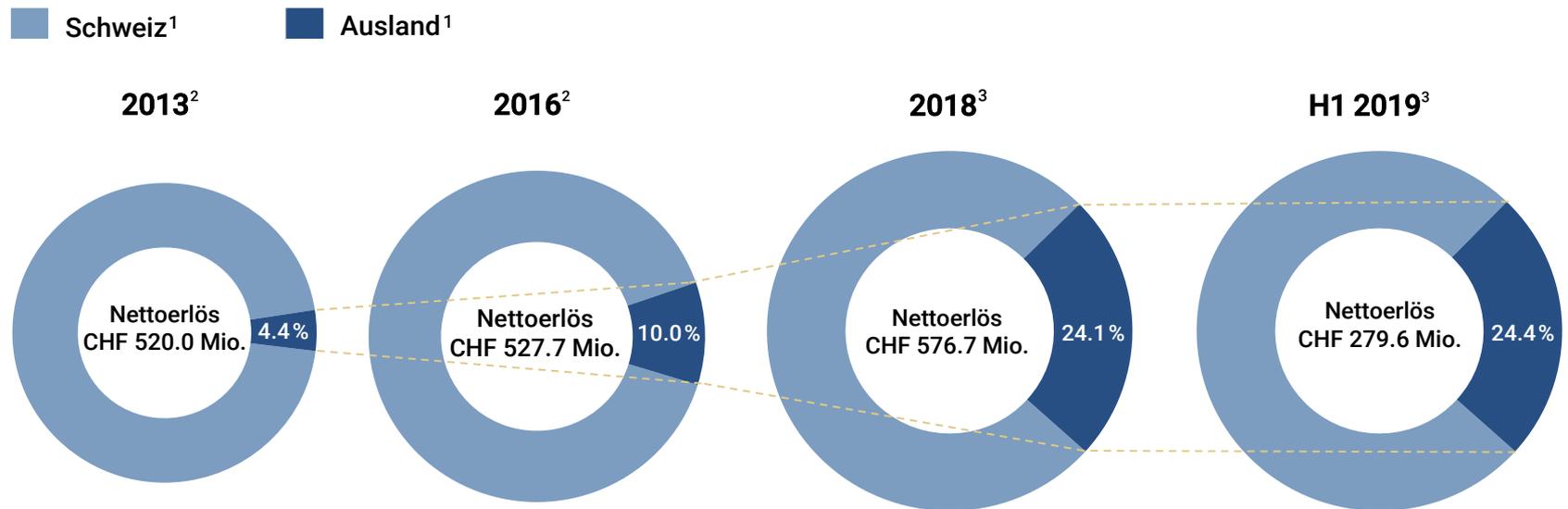
Breitere Aufstellung der Gruppe

Breite Diversifikation und Stärkung der Kernkompetenzen sowie der Resilienz

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

Kanäle: vom traditionellen Detailhandel über Discounter bis Food Service

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



¹ Nettoerlös nach dem Domizil der Kunden.

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

³ Berichtete Nettoerlöse, d. h. inkl. IFRS 15-Effekte.

CEO Statement

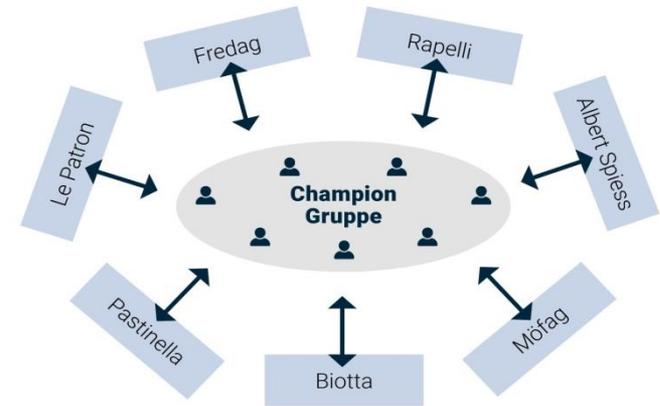
Gutes erstes Halbjahr 2019

- Gute Ergebniskennzahlen dank erfolgreicher Innovationen, weiterer Stärkung der Marken und kontinuierlichen Arbeitens an der Kosteneffizienz.
- Stabile Bruttomarge trotz hoher Fleisch- und Geflügelpreise in der Schweiz, auch dank breiterer Aufstellung der Gruppe und dadurch gestärkter Resilienz.
- Schweizer Geschäft im Rahmen der Erwartungen; konsequenter Fokus auf gesunde Margen, hoher Wettbewerbs- und Preisdruck.
- Gute Performance des Segments International mit wesentlichem Beitrag zur Gruppenrentabilität.
- Strategisch wichtiger Schritt in den naturbelassenen Bio-Getränkemarkt ist gelungen: Biotta/Gesa mit guter Entwicklung.
- Wichtige Gruppen-Initiativen:
 - Champion-Modell: Intradisziplinäres Arbeiten etabliert sich.
 - Die ORIOR Verantwortung: Publikation 1. Nachhaltigkeitsbericht entlang der Global Reporting Initiative (GRI).

Das ORIOR Champion-Modell

Fundamentaler Teil der dezentralen ORIOR Organisationsstruktur

1. **Förderung** von **Verantwortung, Identifikation** und **Motivation**.
2. **Realisierung** relevanter **Mehrwerte** für die Business Unit und die ORIOR Gruppe.
3. **Stärkung** der **Kompetenzzentren** dank intradisziplinärer, funktionaler **Zusammenarbeit** und **Austausch/Teilen** von Know-how. Fokus auf Kosteneffizienz-Potenziale und Wissenstransfer.
4. **Weiterentwicklung** unserer **Schlüssel-Mitarbeitenden**: ORIOR Campus, «on-the-job».



ORIOR
★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD



ORIOR

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2018

Die ORIOR Verantwortung

*Publikation des
1. Nachhaltigkeitsberichts
entlang der Global Reporting Initiative (GRI)*

Download-Link: [ORIOR Nachhaltigkeitsbericht](#)

Agenda

Einleitung

- CEO Statement
- Highlights 1. Halbjahr 2019

1. Halbjahr 2019

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz

Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen 1. Halbjahr 2019

Ausblick 2. Halbjahr 2019

- Markt und Umfeld, Schlüsselinitiativen, Ausblick

ORIOR Gruppe: dezentrale Kompetenzzentren-Philosophie

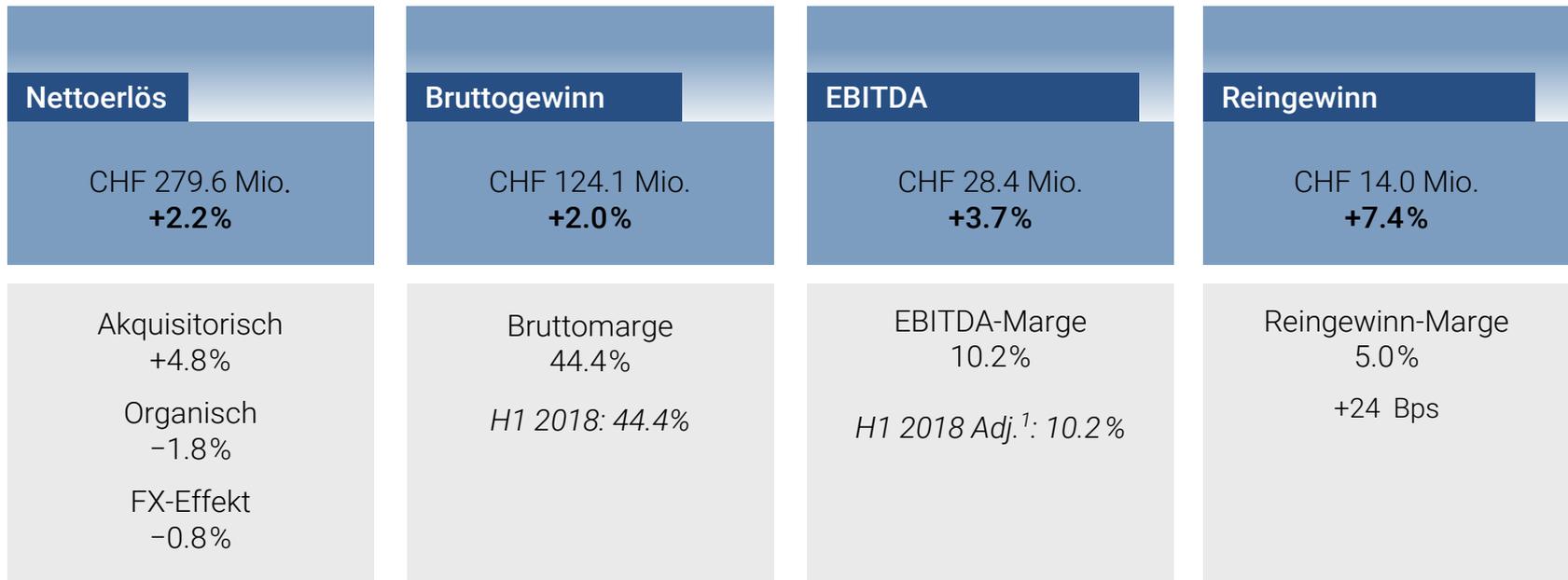
Drei ORIOR Segmente, unterteilt in starke Kompetenzzentren

- Kompetenzzentren-Philosophie ermöglicht 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	Gesa	Spieß Europe
									
									

- Biotta Gruppe seit 17. Mai 2018 vollkonsolidiert; Biotta (CH) im Segment Convenience, Gesa (DE) im Segment International.
- Casualfood (DE) Beteiligung von 35% im Segment International; geplante Übernahme der Mehrheit im September 2019, ab dann Vollkonsolidierung

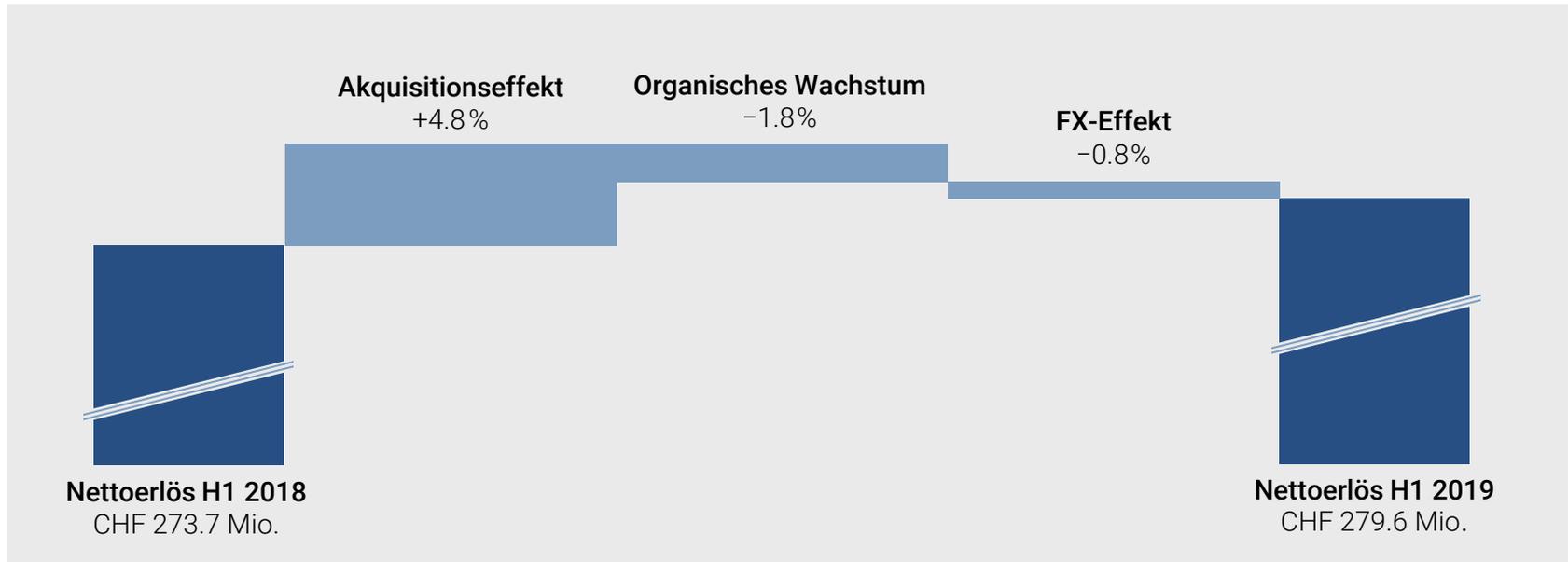
Schlüsselkennzahlen 1. Halbjahr 2019



- Gutes 1. Halbjahr 2019 mit einer Steigerung des Nettoerlöses von 2.2%.
- Verzicht auf unrentablen Convenience-Auftrag.
- Steigerung des Bruttogewinns um 2.0 % und Marge auf Vorjahresniveau.
- Steigerung EBITDA absolut und in %, dank breiterer Aufstellung und dadurch stärkerer Resilienz.

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

Nettoerlös +2.2%



- Akquisitionseffekt: Biotta seit 17. Mai 2018 konsolidiert.
- Organisches Wachstum von –1.8%:
 - *Segment Refinement und Segment International mit organischem Wachstum.*
 - *Verzicht auf einen unrentablen Convenience-Auftrag in Höhe von rund CHF 8.2 Mio., wovon rund die Hälfte im ersten Semester; in der Folge Segment Convenience mit negativem organischem Wachstum.*

Segment Convenience

Fokus auf gesunde Margen; schwache Ostern

Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um 5.2 % auf CHF 99.0 Mio.

- Akquisitorisch: +10.3%
- Organisch: -5.1%
- FX-Effekt: 0.0%

Gruppenanteil

Segment Convenience
in % der ORIOR
Gruppe: 35.0 %



- Akquisitorisches Wachstum von 10.3% durch die seit Mitte Mai 2018 zur Gruppe gehörende Biotta.
- Konsequenter Fokus auf Marge: Verzicht auf unrentablen Convenience-Auftrag.
- Die Kompetenzzentren Biotta und Pastinella mit erfreulicher Entwicklung. Ostergeschäft schwach.
- Rahmenbedingungen: starker Wettbewerb, Kostendruck und hohe Geflügelfleischpreise.
- Kanäle: weitere positive Entwicklung im Food-Service-Bereich.



Segment Refinement

Gute Performance der Marken; hohe Fleischpreise

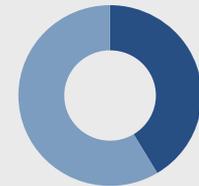
Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um 1.1 % auf CHF 127.2 Mio.

- Akquisitorisch: 0.0 %
- Organisch: +1.1 %
- FX-Effekt: 0.0 %

Gruppenanteil

Segment Refinement
in % der ORIOR
Gruppe: 41.4 %



- Organisches Wachstum dank Innovationen, guter Markenperformance und punktueller Preisanpassungen bedingt durch hohe Fleischpreise.
- Weitere Entwicklung der Markenprodukte: Bekanntheit, Visibilität und Absatz unter den Marken erneut gesteigert.
- Rahmenbedingungen: hohe Rohstoffpreise und Verfügbarkeiten.



Segment International

Leichtes organisches Wachstum, wesentlicher Negativeinfluss durch Wechselkurs

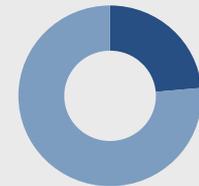
Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um 2.8% auf CHF 67.3 Mio.

- Akquisitorisch: +6.1%
- Organisch: +0.1%
- FX-Effekt: -3.4%

Gruppenanteil

Segment International
in % der ORIOR
Gruppe: 23.6%



- Akquisitorisches Wachstum von 6.1% durch die seit Mitte Mai 2018 zur Gruppe gehörende Biotta Tochtergesellschaft Gesa in Deutschland.
- Leichtes organisches Wachstum trotz Sortimentsbereinigungen zugunsten einer gesunden Rentabilität.



Albert
Spieß



Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	Jan – Jun 2019	Jan – Jun 2018 ^{1,2}	Δ in %
Nettoerlös	279.6	273.7	+2.2%
Warenaufwand/Bestandesänderung	-155.6	-152.1	
Bruttogewinn	124.1	121.6	+2.0%
in % vom Nettoerlös	44.4%	44.4%	-7 Bps
OPEX	-95.6	-94.2	
EBITDA	28.4	27.4	+3.7%
in % vom Nettoerlös	10.2%	10.0%	+16 Bps
EBITDA bereinigt³	28.4	27.9	+1.8%
in % vom Nettoerlös	10.2%	10.2%	-4 Bps
Abschreibungen und Amortisationen	-11.0	-11.1	
EBIT	17.4	16.3	+7.1%
in % vom Nettoerlös	6.2%	5.9%	+29 Bps

- Steigerung Bruttogewinn um 2.0% auf 124.1 Mio., Marge auf gutem Vorjahresniveau von 44.4%.
 - *Trotz anspruchsvollem Umfeld und hohen Fleisch- und Geflügelpreisen*
- Kostendisziplin sowie kontinuierliches Arbeiten an Prozessoptimierungen und Produktivität.

¹ Angepasste Vorjahreszahlen aufgrund des Wechsels von IFRS auf Swiss GAAP FER.

² Restatement.

³ Einmalige Transaktions- und Sonderkosten, verbunden mit der Übernahme von Biotta.

Konsolidierte Erfolgsrechnung | EBIT – Reingewinn

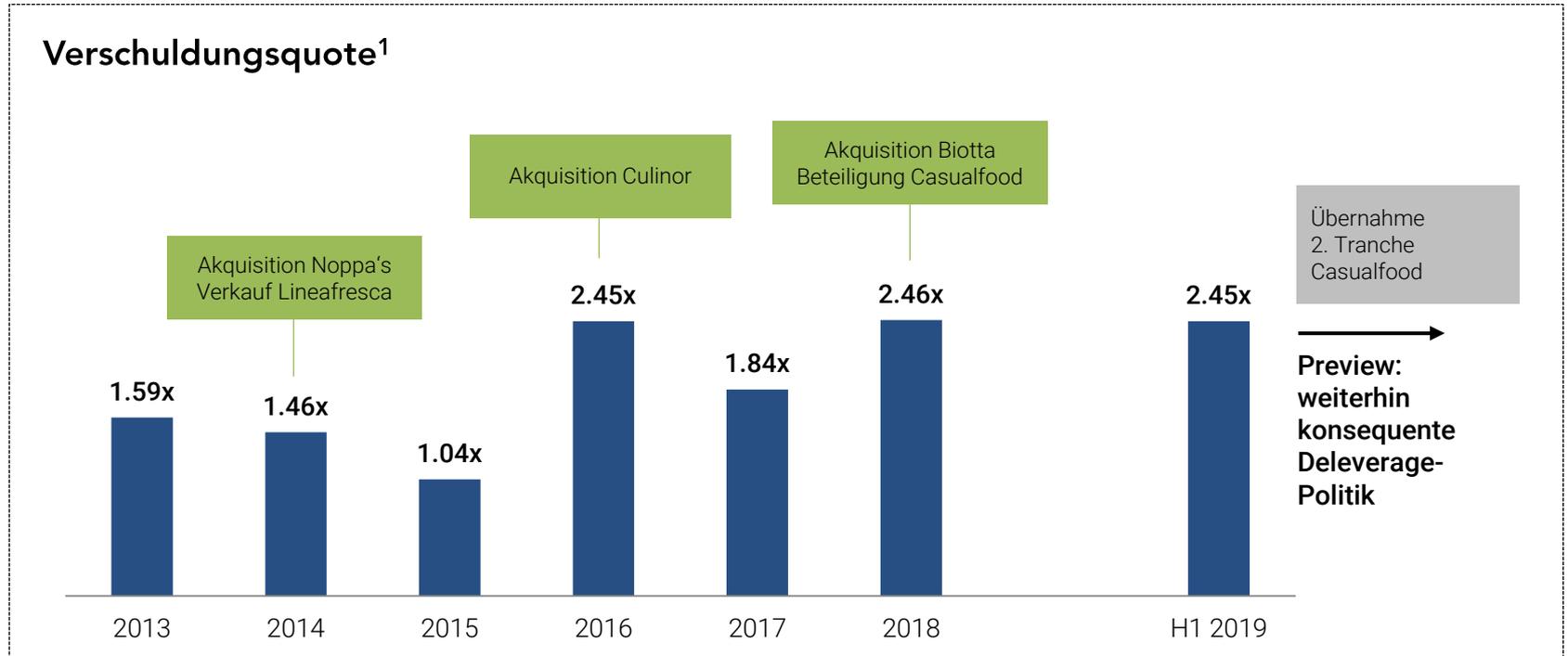
in Mio. CHF	Jan – Jun 2019	Jan – Jun 2018 ¹ Restated ²	Δ in %
EBIT in % vom Nettoerlös	17.4 6.2%	16.3 5.9%	+7.1 %
Finanzertrag/Finanzaufwand	-1.3	-0.5	
Gewinn vor Steuern in % vom Nettoerlös	16.1 5.8%	15.7 5.8%	+2.4%
Ertragssteuern	-2.2	-2.7	
Reingewinn in % vom Nettoerlös	14.0 5.0%	13.0 4.8%	+7.4%

- EBIT plus 7.1% auf 17.4 Mio.; Haupttreiber sind die operative Leistung und ausgelaufene Amortisationen von immateriellen Anlagen.
- Reingewinn plus 7.4% auf CHF 14.0 Mio. gesteigert; beeinflusst durch unvorteilhafte Wechselkursveränderungen und höhere Zinsaufwendungen sowie durch positive Einmaleffekte auf Ertragssteuern.
- Reingewinn pro Aktie CHF 2.15 (H1 2018: CHF 2.07).

¹ Angepasste Vorjahreszahlen aufgrund des Wechsels von IFRS auf Swiss GAAP FER.

² Restatement.

Verschuldungsquote



- Operativer Cash Flow von CHF 20.8 Mio.; Cash Conversion von guten 73.3%.
- Konsequente Deleverage-Politik.

¹ 2013 – 2016 auf Basis IFRS.

Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	30.06.2019		30.06.2018 ¹ Restated ²	Δ in %
Umlaufvermögen	189.4	49.9%	178.8	48.5%
Sachanlagen	130.6		135.0	
Immaterielle Anlagen	48.9		54.3	
Finanzanlagen	11.1		0.7	
Total Aktiven	379.9	100.0%	368.7	100.0%

in Mio. CHF	30.06.2019		30.06.2018 ¹ Restated ²	Δ in %
Fremdkapital	291.7	76.8%	268.8	72.9%
Eigenkapital	88.2	23.2%	99.9	27.1%
Total Passiven	379.9	100.0%	368.7	100.0%

– Veränderungen in Zusammenhang mit der Beteiligung an Casualfood:

- *In den Finanzanlagen ist neu die Beteiligung an Casualfood abgebildet.*
- *Anstieg des Fremdkapitals sowie Reduktion des Eigenkapitals (Goodwill-Verrechnung), getrieben durch die Beteiligung an Casualfood.*

¹ Angepasste Vorjahreszahlen aufgrund des Wechsels von IFRS auf Swiss GAAP FER.

² Restatement.

Agenda

Einleitung

- CEO Statement
- Highlights 1. Halbjahr 2019

1. Halbjahr 2019

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz

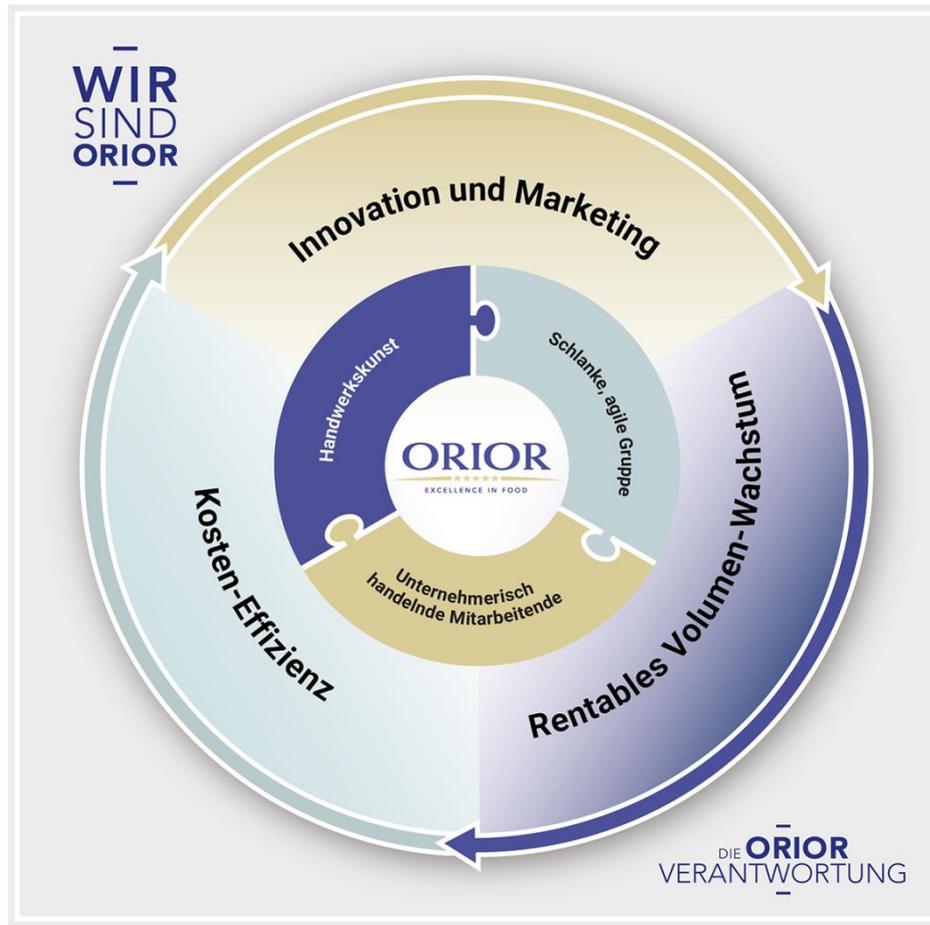
Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen 1. Halbjahr 2019

Ausblick 2. Halbjahr 2019

- Markt und Umfeld, Schlüsselinitiativen, Ausblick

ORIOR 2020 – Ziel: stetige Wertsteigerung

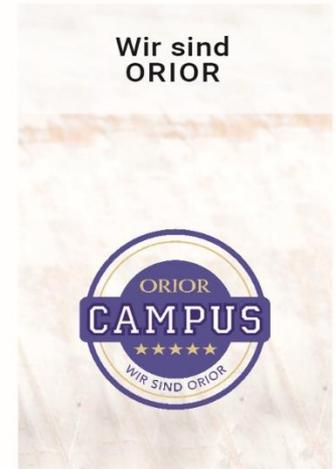
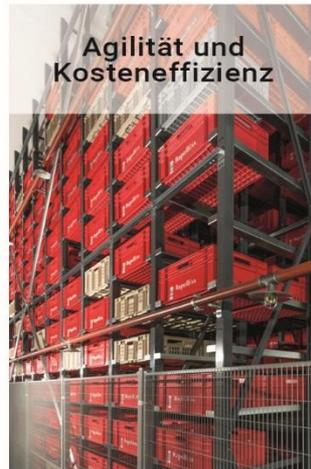
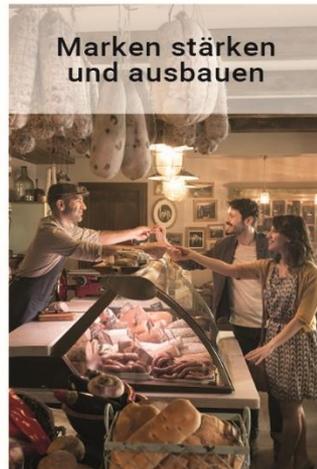
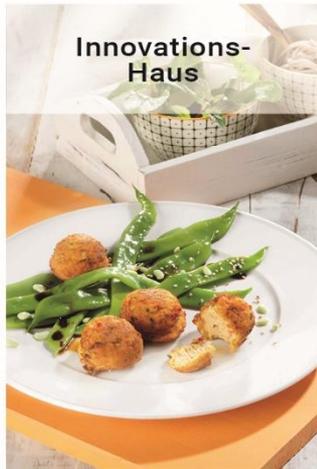


Erklärtes Ziel von ORIOR ist die **stetige Wertsteigerung** für alle Stakeholder:

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

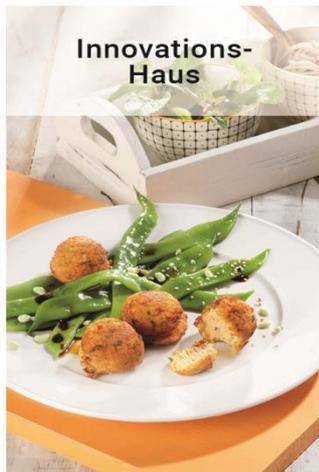
ORIOR 2020 – unsere strategischen Eckpfeiler

ORIOR 2020 – unsere strategischen Eckpfeiler



Innovations-Haus

- 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-Modell: Fokus, Flexibilität und Geschwindigkeit für Marken und Handelsmarken (30 Tage).
- Innovationskompetenz innerhalb der Gruppe verstärken dank neuer Organisation.

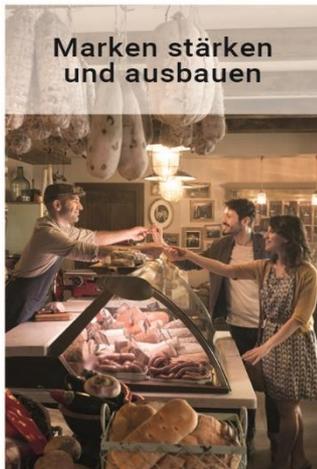


Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen 1. Halbjahr 2019

- *Pan for One; Kombination frische und vorgegarte Komponenten zum Selberfertigmachen.*
- *«Vivitz» Cold Brew; kalt aufgegossen, Bio, vegan, abgerundeter Geschmack.*
- *Line-Extension: «myEnergy» Balls mit Curry, Chicken mit Sweet and Sour usw.*
- *Neue Verpackung Pastinella Retail: weniger Abfall und nachhaltiger.*
- *Food is Local: Albert Spiess Bündner Bergprodukte-Linie, Eringer Rindfleisch Triondo.*
- *Signature Suisse von Pastinella erhält Auszeichnung «Superior Taste Award».*
- *Schinken Meisterhand von Möfag.*
- *Neue Menüs von Pascal Naessens.*

Marken stärken und ausbauen

- Kernmarken besser differenzieren und Markenbekanntheit steigern.
- Moderne Kommunikationsmittel einsetzen, um unsere 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 1. Halbjahr 2019

- *Schärfung der Strategie Biotta.*
- *Line Extension mit schweizweit erfolgreicher Marke «myEnergy»: Snacking Balls in vier Sorten, Beef Jerky in zwei Variationen.*
- *«myEnergy» auf Youtube.*
- *Erfolgreicher Shop in Shop «Rapelli»; Multiplikation in Form weiterer Displays und Steigerung der Visibilität sowie Bekanntheit.*
- *«Ticinella» mit neuer Verpackung; Papier-haptisch und bedeutend umweltfreundlicher.*
- *«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 der funktionalen Champion-Modells.
- Stetige Optimierung der Produktions- und Prozessabläufe.
- Regelmässige Portfolio-Optimierung.



Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen 1. Halbjahr 2019

- *Etablierung des Champion-Modells; 12 Arbeitsgruppen.*
- *Projekt wertorientierter Unterhalt: in der Umsetzung bei 4 Kompetenzzentren.*
- *«Lean»/«5S»: in fünf Kompetenzzentren umgesetzt.*
- *Digitalisierung: Kundenauftragsbestätigung in HTML-Format eingeführt; weitere EDI-Anbindung bei wichtigen Kunden.*
- *Weitere Umsetzung der IT-Roadmap in den einzelnen Kompetenzzentren.*

Die ORIOR Verantwortung (Nachhaltigkeit)

Nachhaltigkeit ist Teil unseres Kerngeschäfts und Grundlage für Excellence in Food

- **Produktverantwortung:**
Handlungsfelder: Tierwohl, Nachhaltige Rohstoffe, Sichere und gesunde Nahrungsmittel
- **Umweltverantwortung:**
Handlungsfelder: Verpackung und Food Waste, Klima und Energie, Wasser
- **Soziale Verantwortung:**
Handlungsfelder: Aus- und Weiterbildung, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Wirtschaftliche Auswirkungen

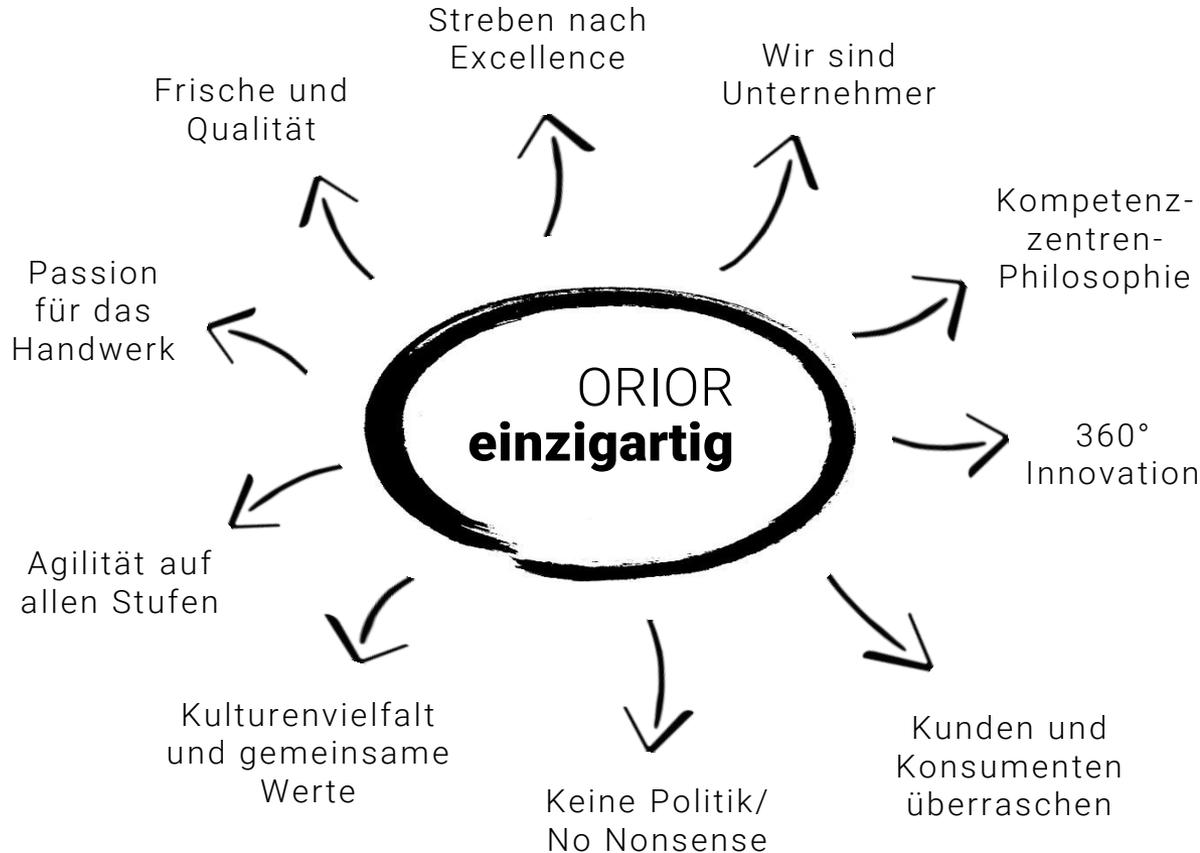


Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen 1. Halbjahr 2019

- *2019: Publikation des 1. ORIOR Nachhaltigkeitsberichts entlang 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 CO₂-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
- Highlights 1. Halbjahr 2019

1. Halbjahr 2019

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz

Update Strategie ORIOR 2020

- Wertsteigerungsmodell
- Strategische Eckpfeiler inkl. Überblick Projekte und Massnahmen 1. Halbjahr 2019

Ausblick 2. Halbjahr 2019

- Markt und Umfeld, Schlüsselinitiativen, Ausblick

Ausblick

Markt und Umfeld

Stabile Absatzmärkte, jedoch mit weiteren strukturellen Konsolidierungen.

Gleichbleibend anspruchsvolle Rahmenbedingungen:

- Hohe Rohstoffpreise, insbesondere für Schweizer Fleisch und Geflügel.
- Ungebrochen harter Wettbewerbs- und Preisdruck -> konsequenter Fokus auf gesunde Margen.

Schlüsselinitiativen

- Konsequente Umsetzung der Initiativen und Massnahmen der Strategie ORIOR 2020:
 - Starke Innovationen -> u. a. neue Generation Vegi, Menüs und Snacking.
 - Weitere Entwicklung der Marken -> Relaunch Marke «Albert Spiess», Relaunch Websites.
- Gruppenübergreifendes, intradisziplinäres ORIOR Champion-Modell weiter stärken.
- Weiterentwicklung der Biotta Gruppe -> weitere Innovationen in der Pipeline.
- Übernahme Mehrheit an Casualfood für September 2019 geplant.

Ausblick

- Konsequenter Fokus auf nachhaltige Margen -> Portfolio Management.
- Organisches Wachstum von -1 bis -2%.
- Weitere Verbesserung der operativen Leistungsfähigkeit und Effizienz.
- Operative Rentabilität auf gleichbleibendem, gesundem Niveau.



ORIOR

EXCELLENCE IN FOOD



Voravis Guidance ab FY 2019

Mit der Publikation des Geschäftsjahrs 2019 Einführung einer umfassenderen Guidance

Quantitative Guidance in Form einer Zielbandbreite für

- Umsatz Gruppe, EBITDA Gruppe, Steuerquote, CapEx.

Generische Guidance zu fix installierten Themen auf Gruppen- und Segmentstufe

Retrospektiv im Rahmen der Berichterstattung; prospektiv im Rahmen des Ausblicks

- Rahmenbedingungen der Marktlage, des Umfelds, der Rohstoffe und des Wechselkurseffekts.
- Stellungnahme zu den wichtigsten Treibern der Performance wie Produktsortimente, Innovationen, Neulancierungen, grosse Projekte, Initiativen, Massnahmen und Herausforderungen.

Voravis Swiss GAAP FER Plus ab FY 2019

Mit der Publikation des Geschäftsjahrs 2019 zusätzliche Informationen

- FTE, Umsatzzahlen nach Ländergruppen, Umsatz der vier grössten Kunden.
- Zusätzlich: generische Ausführungen zu fix installierten Themen gemäss Ausführungen zur Guidance.

Wechsel auf Swiss GAAP FER

- Umstellung der Rechnungslegung von IFRS auf Swiss GAAP FER für den Jahresabschluss per 31. Dezember 2018.
- Wesentliche Anpassungen betreffen die Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen sowie die Behandlung von immateriellen Anlagen und Goodwill.
- Bilanz: 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

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.

Unser Anspruch:
Excellence in Food

Mit **unermüdlichem Engagement**
streben wir nach **Einzigartigkeit** und **bester 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.

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.

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

Standorte ORIOR

ORIOR International



Culinor Food Group, Destelbergen (BE)
 Gekühlte Premium Fertigenüs und Menükomponenten.



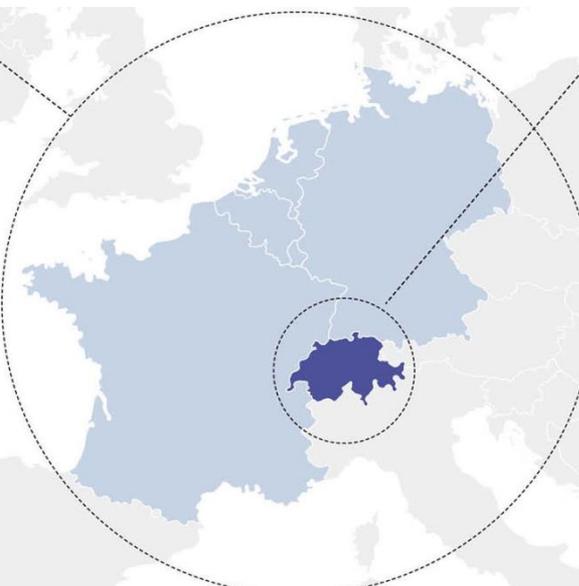
Vaco's Kitchen, Olen (BE)
 Produktion von Cuisson Sous-Vide, Chefmahlzeiten, Menükomponenten.



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, Böckten
 Pasteten und Terrinen, Fertigenüs, Menükomponenten.



Albert Spieß, Schiers
 Bündner Spezialitäten wie Bündnerfleisch, Salsiz oder Rohessspeck.



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
- Herstellerin von 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 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», «Vivitiz», «Traktor» und «C-ICE»
- Höchster Anspruch an Kulinarik und Qualität



Refinement – starke Traditionsmarken

Rapelli



- Traditionshandwerk
- Modernität mit einer Prisen-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 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

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.



Aktieninformationen

Kotierung	SIX Swiss Exchange
Valorennummer	11167736
ISIN-Code	CH0111677362
Ticker-Symbol	ORON
LEI	50670020I84ZA17K9522
UID	CHE-113.034.902

Aktienkurs per 16.08.2019 CHF 80.70

Dividende	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Dividende pro Aktie in CHF	2.24	2.17	2.09	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93
Dividendenerhöhung ggü. Vorjahr in %	3.2	3.8	3.0	1.5	1.5	1.0	1.0	1.6

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

Aktienkennzahlen		30.06.19	30.06.18
Kurs der Aktie am 30.06.2019	in CHF	82.50	85.20
Jahreshöchst (Juli – Juni)	in CHF	87.00	88.40
Jahrestiefst (Juli – Juni)	in CHF	74.00	71.40
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	537.7	555.30
Reingewinn pro Aktie	in CHF	2.15	2.07
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	3.20	3.40
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	13.58	15.92

Bedeutende Aktionäre (Stand 31.07.2019)¹

UBS Fund Management AG (CH)	10.51 %
Swisscanto Fondsleitung (CH)	5.431 %
Credit Suisse Funds AG (CH)	5.31 %
Schroders Plc (GB)	4.875 %
Rolf U. Sutter / Gruppe (CH)	3.07 %

Unternehmenskalender

26.02.20: Publikation Jahresergebnis und Geschäftsbericht 2019
31.03.20: 10. ordentliche Generalversammlung
19.08.20: Publikation Halbjahresresultat und Halbjahresbericht 2020

¹ Detaillierte Informationen zu den bedeutenden Aktionären finden sich ab S.15 im Halbjahresbericht 2019.

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.