

ORIOR
★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD

ORIOR Gruppe

Halbjahresresultat 2016



23. August 2016

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.

CEO Statement

Weiteres ORIOR 2020 Ziel erreicht

- ORIOR wird weiterhin eine stabile und finanzstarke Lebensmittelgruppe sein.
- ORIOR hat in der Schweiz ein solides Wachstum inklusive Arrondierungen erzielt.
- ORIOR hat stetig das operative Ergebnis verbessert, untermauert u.a. mit hoher Kosten-Effizienz.
- ORIOR ist weiterhin Marktführerin in bestehenden und neuen Nischen.
- ORIOR ist die innovativste Lebensmittel-Gruppe der Schweiz und besitzt starke und einzigartige Marken.
- **ORIOR ist europäisch.**
- ORIOR ist ein attraktiver Dividententitel für Investoren und hat die Dividende kontinuierlich erhöht.

Statement zum 1. Halbjahr 2016

- Gutes 1. Halbjahr 2016, trotz anhaltend anspruchsvollen Rahmenbedingungen.
- Eingeleitete Massnahmen und Initiativen aus der Strategie ORIOR 2020 mit positiven Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung.
- Volumenwachstum des Schweizgeschäfts.

Agenda

Gutes 1. Halbjahr 2016

- I. Kennzahlen ORIOR Gruppe: Steigerung aller Ergebniskennzahlen
- II. Kennzahlen Segmente
- III. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- IV. Update ORIOR 2020

ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch

- I. ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch
- II. Strategischer und kultureller «Fit»
- III. Stärkung des Kerngeschäfts in attraktivem Premium Frisch-Convenience-Markt
- IV. Eigenständiges ORIOR Kompetenzzentrum in Europa
- V. Transaktionsparameter

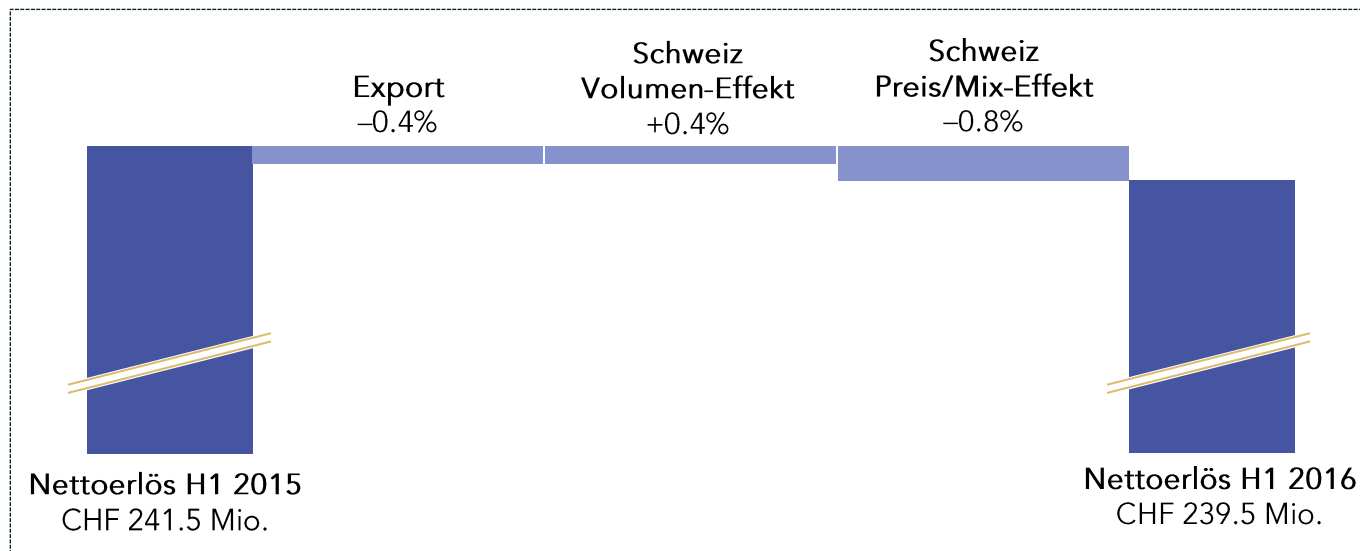
Ausblick 2. Halbjahr 2016

Appendix

Gutes 1. Halbjahr 2016 mit Ergebnissteigerung

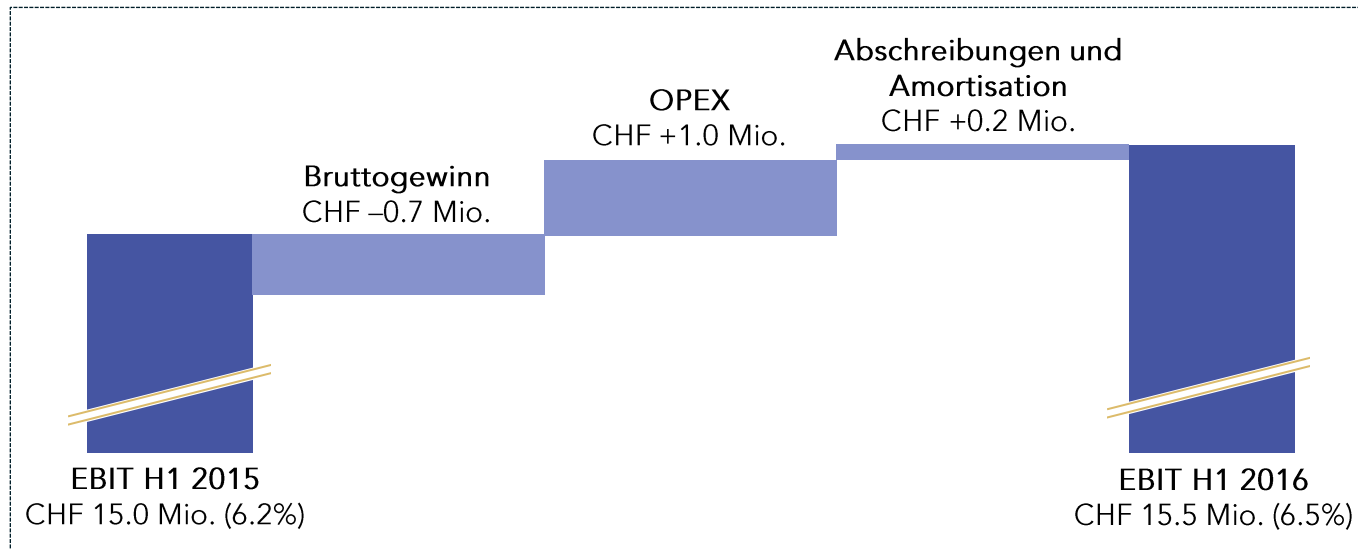
Nettoerlös	EBITDA	EBIT	Reingewinn
CHF 239.5 Mio. -0.8%	CHF 22.7 Mio. +1.3%	CHF 15.5 Mio. +3.0%	CHF 12.1 Mio. +17.4%
Volumenwachstum Schweiz	EBITDA-Marge 9.5% +20 bps	EBIT-Marge 6.5% +24 bps	Reingewinn-Marge 5.1% +78 bps

Schweiz mit positivem Volumenwachstum
























- Rückgang Nettoerlös auf CHF 239.5 Mio., -0.8% ggü. Vorjahr:
 - Export rückläufig aufgrund Umstellung Geschäftsmodell für den Export von vegetarischen und veganen Spezialitäten unter der Marke «Nature Gourmet» und markt- und wettbewerbsbedingt schwierigem Bündlerfleisch-Export.
 - Schweizgeschäft mit positivem Volumenwachstum und hohem Preis- und Aktionsdruck.
- Wachstumstreiber sind vegetarische und vegane Spezialitäten, Snacking Konzepte, Seafood und Grill sowie die Marken «Rapelli» und «Albert Spiess».

Steigerung operativer Ergebniszahlen und Margen



- Gute Bruttomarge von 39.7% (+3 bps) dank Kosteneffizienz und kontinuierlicher Stärkung des Porfoliomix und Ausrichtung auf Kernproduktgruppen.
- Steigerung EBITDA um 1.3% auf CHF 22.7 Mio.; Marge +20 bps auf 9.5% dank hoher Kostendisziplin und operativer Effizienz.
- Erhöhung der Marketingausgaben.
- Steigerung EBIT um 3% auf CHF 15.5 Mio.; Marge +24 bps auf 6.5%.

ORIOR Segmente

Convenience <i>Kategorie-Pioniere</i>			Refinement <i>Starke Traditions-Marken</i>			Corporate und Export
Fredag	Le Patron	Pastinella	Rapelli	Spieß	Möfag	Export
						
						
						
						
						

Segment Convenience

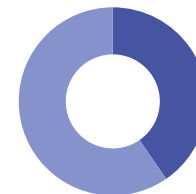
in Mio. CHF	Jan – Jun 2016	Jan – Jun 2015	Δ in %
Nettoerlös	95.4	97.6	-2.2%
EBITDA in % vom Nettoerlös	13.3 14.0%	13.7 14.1%	-3.0%
EBIT in % vom Nettoerlös	10.6 11.2%	11.1 11.4%	-4.1%
Investitionen	1.1	1.5	

- Nettoerlös- und Ergebnisentwicklung primär geprägt durch die Umstellung des Geschäftsmodells für den Export von vegetarischen und veganen Spezialitäten (Inter-Segment-Umsätze) und herausforderndem Frisch-Pasta-Bereich aufgrund Wettbewerbsdruck ausländischer Anbieter.
- Vegetarische und vegane Konzepte, Seafood und innovative Snacking Konzepte – zunehmend auch im Offenverkauf – sind Wachstumstreiber und unterstreichen die hohe Innovationskraft des Segments.

CONVENIENCE

in % der
Gesamtgruppe

39.4%



Segment Refinement

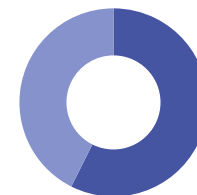
in Mio. CHF	Jan – Jun 2016	Jan – Jun 2015	Δ in %
Nettoerlös	144.8	144.8	0.0%
EBITDA in % vom Nettoerlös	11.7 8.1%	11.0 7.6%	+5.7%
EBIT in % vom Nettoerlös	7.9 5.4%	7.1 4.9%	+11.4%
Investitionen	1.4	3.1	

- Positive Umsatzentwicklung mit Dritten; Wachstumsträger sind die Traditions-Marken «Rapelli» und «Albert Spiess» mit neuen Markenauftritten und Produktkonzepten sowie die Grill- und Snacking-Sortimente. Möfag überzeugt erneut mit innovativen regionalen Spezialitäten.
- Relevante Verbesserung der Rentabilität dank kontinuierlicher Ausrichtung des Portfoliomix auf Kernproduktgruppen sowie hoher Kostendisziplin und operativer Effizienz.

REFINEMENT

in % der
Gesamtgruppe

57.4%



Segment Corporate und Export

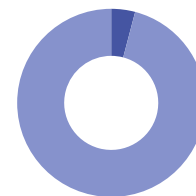
in Mio. CHF	Jan – Jun 2016	Jan – Jun 2015	Δ in %
Nettoerlös	9.6	10.0	-4.0%
EBITDA	-2.3	-2.4	

- Nettoerlösrückgang aufgrund Umstellung des Geschäftsmodells für den Export von vegetarischen und veganen Spezialitäten sowie einer schwierigen Markt- und Wettbewerbssituation im Bündnerfleisch Export.

CORPORATE UND EXPORT

in % der Gesamtgruppe

3.2%



Konsolidierte Erfolgsrechnung (1/2)

in Mio. CHF	Jan – Jun 2016	Jan – Jun 2015	Δ in %
Nettoerlös	239.5	241.5	-0.8%
Warenaufwand	-144.5	-145.8	
Bruttogewinn	95.0	95.8	-0.8%
in % vom Nettoerlös	39.7%	39.7%	
OPEX	-72.3	-73.3	
EBITDA	22.7	22.4	+1.3%
in % vom Nettoerlös	9.5%	9.3%	
Abschreibungen + Amortisationen	-7.3	-7.4	
EBIT	15.5	15.0	+3.0%
in % vom Nettoerlös	6.5%	6.2%	

Konsolidierte Erfolgsrechnung (2/2)

in Mio. CHF	Jan – Jun 2016	Jan – Jun 2015	Δ in %
EBIT in % vom Nettoerlös	15.5 6.5%	15.0 6.2%	+3.0%
Finanzertrag/Finanzaufwand	-0.8	-2.1	
Gewinn vor Steuern in % vom Nettoerlös	14.6 6.1%	13.0 5.4%	+13.1%
Ertragssteuern	-2.5	-2.6	
Reingewinn in % vom Nettoerlös	12.1 5.1 %	10.3 4.3%	+17.4%

- Steigerung Reingewinn um 17.4% auf 12.1 Mio.; Marge +78 bps auf 5.1%
- Im Vorjahr belasteten - im Zuge der Aufhebung des EUR / CHF Mindestkurses am 15. Januar 2015 - negative Wechselkurseffekte aus Neubewertung von Bilanzpositionen in Fremdwährung von netto CHF 1.1 Mio. das Finanzergebnis

Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	30.06.2016		30.06.2015	
Umlaufvermögen	146.0	36.2%	143.1	35.1%
Sachanlagen	77.2		82.5	
Immaterielle Anlagen	179.1		180.4	
Latente Steueraktiven	0.8		1.5	
Total Aktiven	403.1	100.0%	407.5	100.0%

in Mio. CHF	30.06.2016		30.06.2015	
Fremdkapital	179.5	44.5%	184.4	45.3%
Eigenkapital	223.6	55.5%	223.1	54.7%
Total Passiven	403.1	100.0%	407.5	100.0%

- Weitere Stärkung der Bilanz
 - Reduktion der Nettoverschuldung Dritte von CHF 73.4 auf CHF 47.8 Mio.
 - Verbesserung der Nettoverschuldung/EBITDA-Quote von 1.52x auf 0.98x
 - Verbesserung der Eigenkapitalquote von 54.7% auf 55.5%
- Solide Bilanzstruktur als Grundlage für bestätigte attraktive Dividendenpolitik und Finanzierung von zukünftigem Wachstum

Agenda

Gutes 1. Halbjahr 2016

- I. Kennzahlen ORIOR Gruppe: Steigerung aller Ergebniskennzahlen
- II. Kennzahlen Segmente
- III. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- IV. Update ORIOR 2020

ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch

- I. ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch
- II. Strategischer und kultureller «Fit»
- III. Stärkung des Kerngeschäfts in attraktivem Premium Frisch-Convenience-Markt
- IV. Eigenständiges ORIOR Kompetenzzentrum in Europa
- V. Transaktionsparameter

Ausblick 2. Halbjahr 2016

Appendix

ORIOR 2020 – Ziel: stetige Wertsteigerung



Strategische 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 Verkaufs-Flächen und neue Verkaufskanäle inklusive Dienstleistungen.
- Kategorie Innovator dank Kompetenz-Zentrum Modell: Fokus, Flexibilität und Geschwindigkeit für Marken und Handelsmarken (30 Tage).
- Innovationskompetenz innerhalb der Gruppe verstärken dank neuer Organisation.

Stetige Wertsteigerung

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Group Innovation Manager (Champion-Modell); Oscar Marini seit 1. Januar 2016
- Innovation-Champions: 3-Jahres Pipeline 2016-2018 pro Kompetenzzentrum
- 360° Innovation entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Weitere Investitionen für Entwicklung und Innovation gesprochen



Innovations-Haus

Produktneuheiten



Vegetarische Pasteten



Fussball EM-Sortiment



Ravioli Zucchini-Provençale



Kuchenteig aha!
Gluten-, Laktose- und Weizenfrei



Salametti mit Bärlauch



Geflügel-Salsiccia

Innovations-Haus

Produktneuheiten



Cornatur Grill-Mix



Eglifilets im Teig



Bündner EM-Snacks



Noppa's Tofu-Burger



Naturplan Schulterwürfeli



Vegi-Theke Cornatur

Marken stärken und ausbauen

- Kernmarken besser differenzieren und Markenbekanntheit steigern.
- Moderne Kommunikationsmittel einsetzen, um unsere Konsumenten besser und relevanter zu erreichen (Facebook, Digitale Kommunikation, etc.).
- 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

- Rapelli neuer Markenauftritt; erfolgreicher Launch im Februar 2016
- Neupositionierung aller Kernmarken; aktuell Noppa's und Le Patron
- Zusätzliche Investition in Marketing; in H1 2016 nochmals erhöht

Stetige Wertsteigerung



Agilität und Kosten-Effizienz

- Kompetenz-Zentrum 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 gemeinsamen Systemen, Prozessen und Optimierungs-Projekten
 - ✓ Know-How Mehrwerte schaffen dank funktionalem Champion-Modell
- Stetige Optimierung der Produktions- und Prozessabläufe.
- Regelmässige Portfolio-Optimierung.

Stetige Wertsteigerung

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Champion-Modell; Innovation, Verkauf Retail, Verkauf Food Service
- Einkaufsprojekt; laufende Umsetzung
- Werkentwicklungsplanung; grosse Analyse mit 5-Jahresplanung pro Standort und über die gesamte Gruppe; Integration Rüti in Standort Root, Transfer Produktion Hildisrieden in Standort Oberentfelden
- Portfolio-Analyse: Fokus des Strategie-Updates 2020



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 der 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 salz- und zuckerreduzierten Rezepturen.
- Kompetente Mitarbeitende, die gezielt weiterentwickelt werden.

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Nachhaltigkeits-Reporting mit monatlichen Massnahmen
- ORIOR Campus: Führungstraining

Stetige Wertsteigerung



Agenda

Gutes 1. Halbjahr 2016

- I. Kennzahlen ORIOR Gruppe: Steigerung aller Ergebniskennzahlen
- II. Kennzahlen Segmente
- III. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- IV. Update ORIOR 2020

ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch

- I. ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch
- II. Strategischer und kultureller «Fit»
- III. Stärkung des Kerngeschäfts in attraktivem Premium Frisch-Convenience-Markt
- IV. Eigenständiges ORIOR Kompetenzzentrum in Europa
- V. Transaktionsparameter

Ausblick 2. Halbjahr 2016

Appendix

ORIOR

EXCELLENCE IN FOOD

ORIOR wird europäisch

Akquisition der Culiner Food Group



culiner

23. August 2016

Daniel Lutz, CEO
Ricarda Demarmels, CFO

Weiteres ORIOR 2020 Ziel erreicht

ORIOR im Jahr 2020

- ORIOR wird weiterhin eine stabile und finanzstarke Lebensmittelgruppe sein.
- ORIOR hat in der Schweiz ein solides Wachstum inklusive Arrondierungen erzielt.
- ORIOR hat stetig das operative Ergebnis verbessert, untermauert u.a. mit hoher Kosten-Effizienz.
- ORIOR ist weiterhin Marktführerin in bestehenden und neuen Nischen.
- ORIOR ist die innovativste Lebensmittel-Gruppe der Schweiz und besitzt starke und einzigartige Marken.
- **ORIOR ist europäisch.**
- ORIOR ist ein attraktiver Dividententitel für Investoren und hat die Dividende kontinuierlich erhöht.

Übernahme der Culiner Food Group – ein Überblick

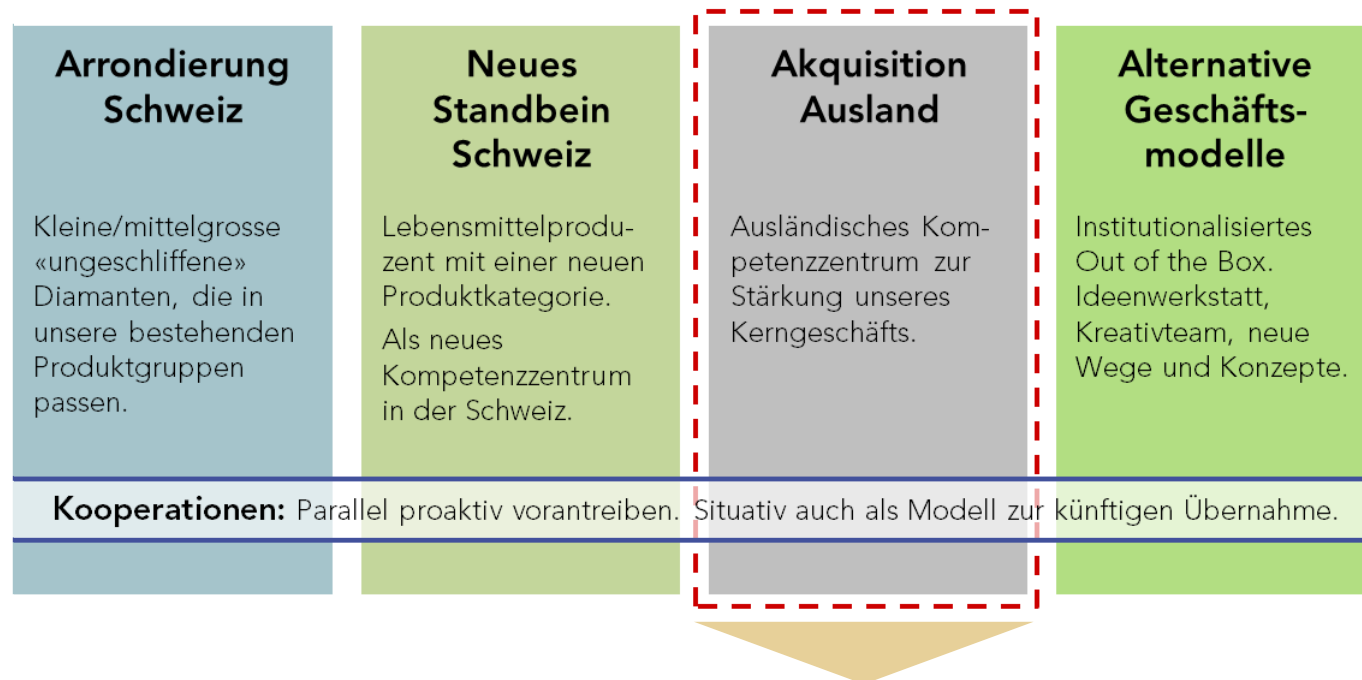


- 1 **ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch:** ORIOR übernimmt die Culiner Food Group mit einem Jahresumsatz von rund € 88 Mio.; Filip De Spiegeleire, Culiner CEO, zum Konzernleitungsmitglied von ORIOR ernannt.
- 2 **Strategischer «Fit»:** Stärkung des Kerngeschäfts im attraktiven Premium Frisch-Convenience Markt im Detailhandel und im Food Service.
- 3 **Kultureller «Fit»:** Das Culiner-Team lebt die gleichen Werte wie ORIOR: Pioniergeist, Unternehmertum und Streben nach Excellence.
- 4 **Attraktiver Markt:** Die Wichtigkeit von Premium Frisch-Convenience-Food gewinnt aufgrund zunehmender Entstrukturierung von Tagesabläufen und Essgewohnheiten weiter an Bedeutung.
- 5 **Benelux-Staaten:** Attraktiver Frisch-Convenience-Food-Markt mit hoher Innovationskraft.
- 6 **Marktführerschaft:** Dank langjährigen Partnerschaften und Kundenbeziehungen und dank breitem und qualitativ hochstehendem Produktsortiment.
- 7 **Innovationskompetenz:** Kunden- und Marktnähe, Leidenschaft für Kulinarik und Genuss sowie agile Strukturen als Basis für die Umsetzung von neuen Produkt- und Servicekonzepten.
- 8 **Technologie:** Modernste Produktionsanlagen und -prozesse mit vielfältigen Technologien zur Herstellung von Premium Frisch-Convenience Produkten.
- 9 **ORIOR Europa:** Culiner ist neues, europäisches ORIOR Kompetenzzentrum.

Culinor im Kontext der ORIOR M&A-Ausrichtung

- M&A zur Stärkung des Kerngeschäfts:
Marktposition ausbauen, Innovationskraft stärken, Kosten-/Effizienzgewinne realisieren.
- Beibehalten der Dividendenpolitik.

Die vier Felder der M&A-Ausrichtung



«Diversifikation der Märkte →
Nachhaltige Internationalisierung»

Perfekte Übereinstimmung mit M&A Feinkriterien

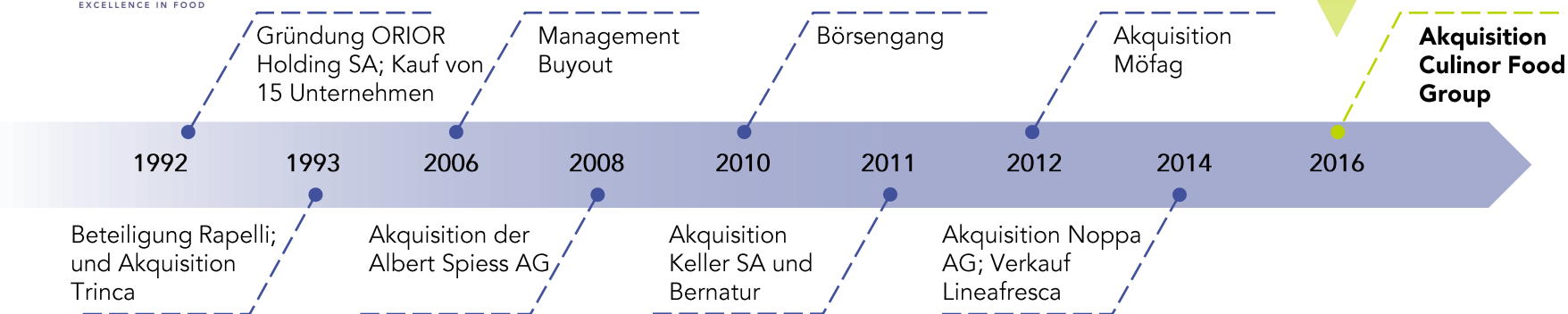
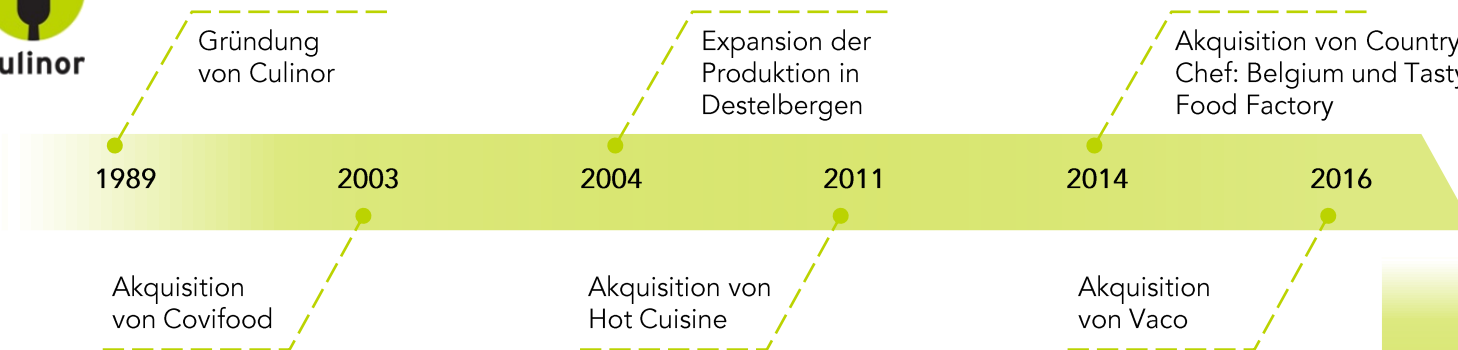


Unternehmer und Management verbleiben in der Firma	Spezialisiert auf Premium Frisch-Convenience-Food	Grösse für eigenständiges ORIOR Kompetenzzentren	Starke Positionierung im Heimmarkt mit Wachstumspotential	Diversifizierte Kunden- und Kanalabstützung	Langfristige Partnerschaften und Kundenbeziehungen	Innovations-Leader in Wachstumssegment
--	---	--	---	---	--	--



culinor

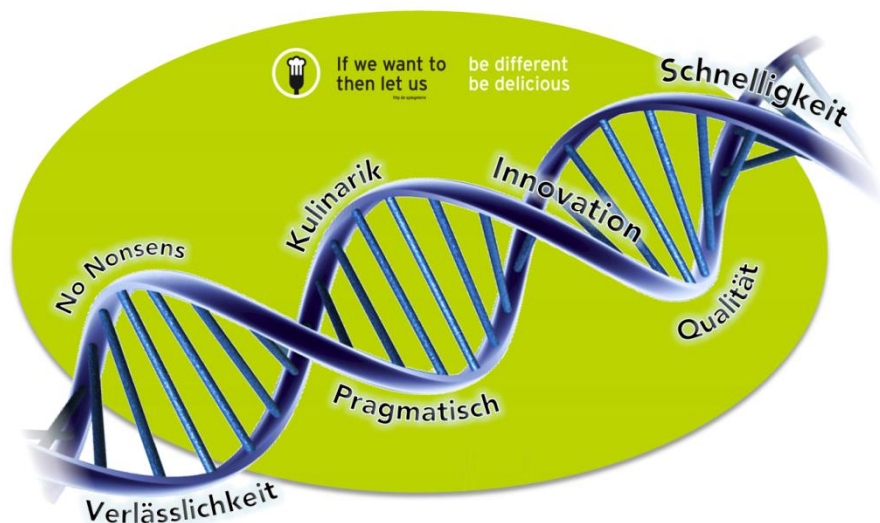
Gemeinsam die Erfolgsgeschichten weiterschreiben



Gemeinsame Werte als Basis

- Pioniergeist, Unternehmertum und Streben nach Excellence.
- Culinor CEO, Filip De Spiegeleire, wird CEO von ORIOR Europa und Konzernleitungsmitglied der ORIOR AG.
- Das gesamte Management-Team der Culinor Food Group verbleibt im Unternehmen.

DNA der Culinor Food Group



Management Team der Culinor Food Group



Unternehmerisches Team; kraftvoll in die Zukunft

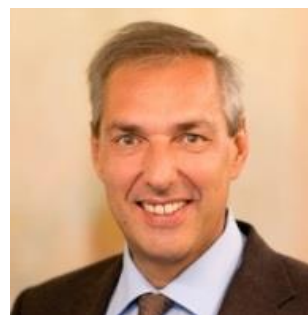
Culinor CEO, Filip De Spiegeleire, wird neues Mitglied der Konzernleitung der ORIOR AG



Daniel Lutz
 CEO ORIOR Gruppe



Ricarda Demarmels
 CFO ORIOR Gruppe



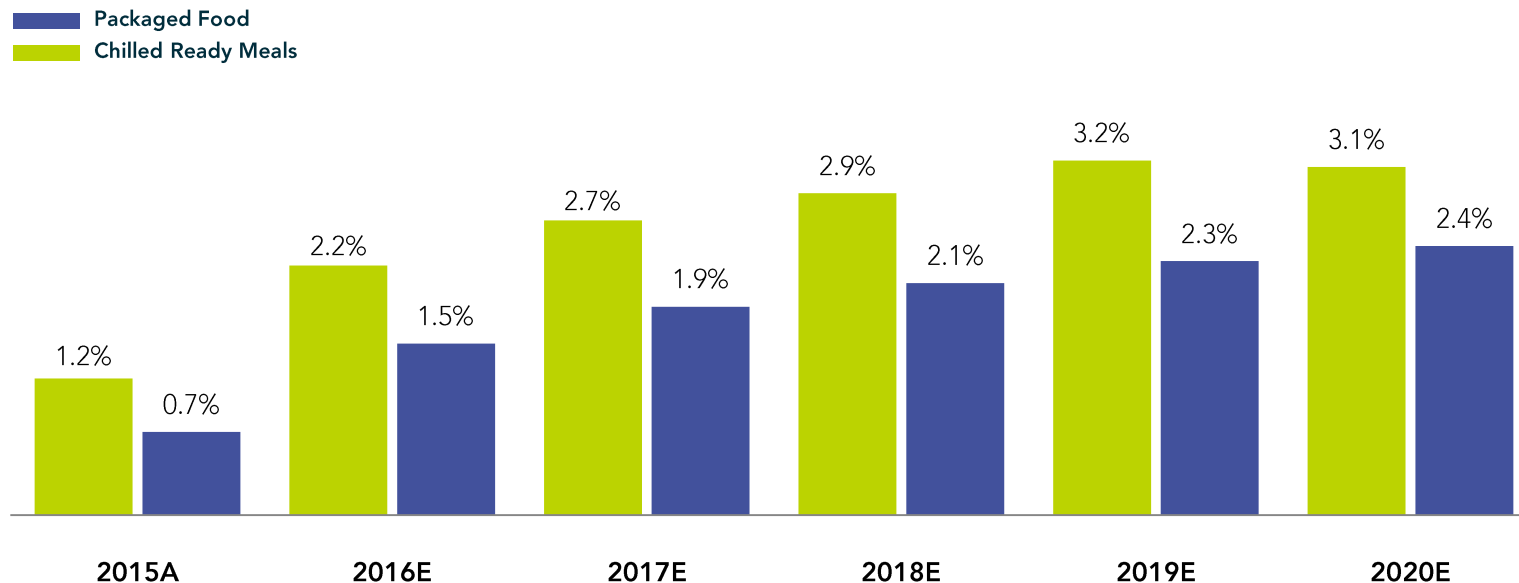
Bruno de Gennaro
 CEO ORIOR Segment
 Convenience (CH)



Filip De Spiegeleire
 CEO ORIOR Europa

Attraktives Marktumfeld

Jährliches Marktwachstum in BE+NL¹⁾



- Convenience Food bedient neue Konsumentenbedürfnisse; zunehmende Entstrukturierung der Tagesabläufe fragt nach schnellen, kleineren Mahlzeiten.
- Der Trend nach frischer und gesunder Ernährung wird weiter zunehmen: agile und moderne Produktionstechnologien ermöglichen diesem Trend zu folgen.

¹⁾ Basierend auf Euromonitor (2015) für «Chilled Ready Meals» und «Packaged Food»

Hohe Beliebtheit in den Benelux-Staaten

Pro-Kopf-Ausgaben für Chilled Ready Meals¹⁾



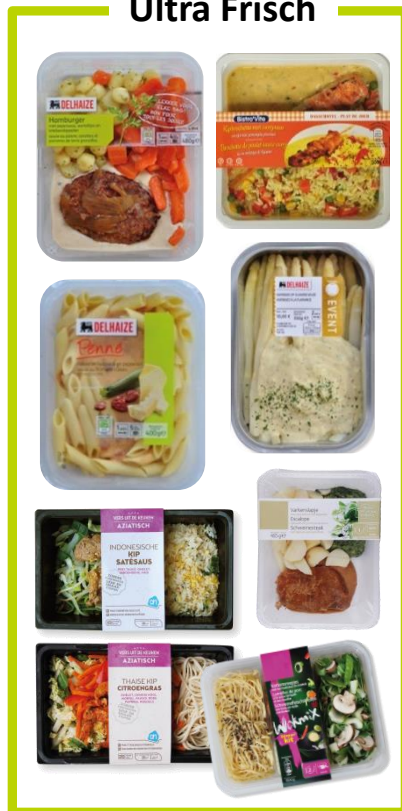
- **Lebensstil** und **Konsumgewohnheiten** mit hohem **Qualitäts- und Genussbewusstsein** spiegeln den hochentwickeltesten **Premium Frisch-Convenience-Markt** in den **Benelux Staaten**.
- **Starke Präferenzen für traditionelle Küche** und limitierter Einfluss von internationalen Wettbewerbern im Benelux-Markt.
- Potential, **neue Nischen** im **Premium Frisch-Convenience-Markt** Europa erfolgreich zu entwickeln und bearbeiten.

¹⁾Basierend auf Euromonitor (2015) für «Chilled Ready Meals», Kaufkraft-adjustiert.

Führender Hersteller in den Benelux-Staaten

- Breites Produktportfolio und starke Positionierung im attraktiven Premium Frisch-Convenience Markt.
- Betreibt vier Produktionszentren und ein Logistikzentrum in Belgien.
- Ausgezeichnetes Gastro- und Retail-Kundenportfolio.

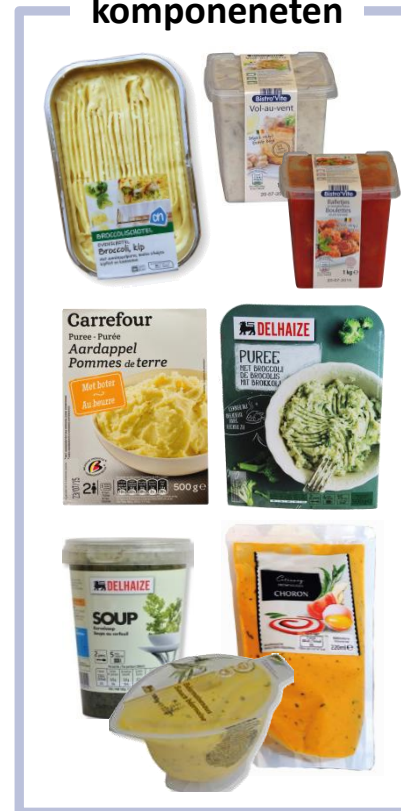
Ultra Frisch



Fertigmenüs



Menü-komponenten



Ofengerichte



Vielfältige Technologien

Ultra Frisch



Sous-Vide



Hot Fill



Ofen



Traditionelle Klassiker und trendige Innovationen

- Führender Hersteller von traditionellen, regionalen Gerichten und Innovationsleader für trendige Neukreationen und Konzepte

Traditionelle Klassiker



Trendige Innovationen



Culinor als eigenständiges Kompetenzzentrum der ORIOR Gruppe

Convenience Kategorie-Pioniere			Refinement Starke Traditionsmarken			Corporate und Export	
Fredag	Le Patron	Pastinella	Rapelli	Spieß	Möfag	Culinor	Spieß Europe
							
							



Standorte ORIOR

– Moderne und skalierbare Produktions- und Logistikzentren erlauben direkten Marktzugang



Notiz: Gestrichelte Länder markieren ORIORs aktuelle Exportmärkte.

Transaktionsparameter

- In Übereinstimmung mit der Strategie ORIOR 2020 und mit der M&A Ausrichtung.
- Es werden 100% der Aktien der Culinator Food Group erworben.
- Das Closing wird voraussichtlich Ende August 2016 stattfinden.
- Der Kaufpreis wird durch Fremdkapital finanziert, die Finanzierung läuft über bestehende Kreditlinien.



ORIOR

★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD

ORIOR Gruppe

Ausblick



Ausblick 2. Halbjahr 2016

- Sehr anspruchsvolle Rahmenbedingungen mit Markt- und Preisdruck auf die Umsätze.
- Weiterhin herausfordernde Rohstoffsituation.
- Dank den eingeleiteten Massnahmen und Initiativen erwarten wir weitere positive Impulse auf die Geschäftsentwicklung.
- Fokus für das zweite Halbjahr bleibt unverändert das kraftvolle Umsetzen der Strategie ORIOR 2020 mit besonderem Augenmerk auf Innovationen und unseren stark verankerten Traditions-Marken.
- ORIOR ist europäisch: Erfolgreiche Integration von Culiner Food Group als eigenständiges ORIOR-Kompetenzzentrum in Europa.
- Die im Rahmen der Strategie ORIOR 2020 festgelegten Ziele zur stetigen Wertsteigerung behalten auch weiterhin ihre Gültigkeit.

Appendix



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**.



Aktieninformationen

Kotierung	SIX Swiss Exchange
Valorennummer	11167736
ISIN-Code	CH011 1677 362
Ticker-Symbol	ORON

Aktienkurs per 30.06.2016 CHF 65.90

Dividende	2015	2014	2013	2012	2011
Ausschüttungsquote <i>in %</i>	47.0	44.6	45.2	42.3	40.5
Dividende pro Aktie <i>in CHF</i>	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93

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

Aktionäre mit mehr als 3% des Aktienkapitals der ORIOR AG (08.08.16)

Ernst Göhner Stiftung (CH)	10.46 %
UBS Fund Management AG (CH)	6.21 %
Schroders Plc (GB)	4.88 %
Rolf U. Sutter / Gruppe (CH)	3.37 %
Swisscanto Fondsleitung (CH)	3.28 %
Credit Suisse Funds AG (CH)	3.11 %

Börseninformationen / Kennzahlen		30.06.16	30.06.15
Kurs der Aktie am 30.06.	in CHF	65.90	56.80
Jahreshöchst	in CHF	68.00	61.70
Jahrestiefst	in CHF	52.00	49.25
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	390.5	336.54
Reingewinn pro Aktie	in CHF	2.05	1.75
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	3.17	2.35
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	37.77	37.75

Unternehmenskalender

28.02.17	Publikation Jahresresultat 2016
28.02.17	Publikation Geschäftsbericht 2016
28.03.17	7. Generalversammlung
22.08.17	Publikation Halbjahresresultat 2017