

Umsatzmeldung 1. Halbjahr 2020 und Update im Kontext des Coronavirus

- Nettoerlös steigert sich um 2.8% auf CHF 287.4 Mio.
- Organisches Wachstum von 0.2%, trotz teilweise grossem Umsatzeinbruch im Food-Service-Bereich.
- Das auf Reisegastronomie spezialisierte Unternehmen Casualfood während Lockdown faktisch stillgelegt; langsame Erholung.
- Veränderungen im Produkt- und Kanalmix sowie Einmalkosten für die Einleitung und Umsetzung der Schutzmassnahmen und Sicherstellung der Lieferbereitschaft drücken auf die Rentabilität.
- 2. ORIOR Nachhaltigkeitsbericht publiziert.

Im ersten Halbjahr 2020 erwirtschaftete die ORIOR Gruppe einen Nettoerlös von CHF 287.4 Mio., was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 2.8% entspricht. Die im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie in Kraft gesetzten, behördlichen Massnahmen und die damit verbundenen Reiseeinschränkungen und veränderten Konsumbedürfnisse haben in den Absatzkanälen des Food Service sowie bei Casualfood teilweise zu massiven Umsatzeinbrüchen geführt. Dank der flexiblen und agilen Strukturen, der Nähe zum Markt und der breiten Aufstellung der ORIOR Gruppe konnten die Produktsortimente innert Kürze auf die wesentlich gesteigerte Nachfrage des Detailhandels umgestellt werden. In Summe konnte der Umsatzverlust aus dem Food-Service-Geschäft im ersten Halbjahr 2020 organisch mit dem Umsatzzuwachs im Detailhandel überkompensiert werden. Die Gastronomie entwickelte sich in den ersten Wochen nach dem Lockup besser als erwartet; die Flugverbindungen werden seit Juni 2020 ebenfalls schrittweise hochgefahren. Organisch konnte der Umsatz um – im Kontext der schwierigen Lage – gute 0.2% gesteigert werden. Getragen wird dieses Umsatzwachstum von den beiden Segmenten ORIOR Refinement und ORIOR International. Der Akquisitionseffekt betrug auf Gruppenstufe 4.0% und reflektiert die Übernahme der zweiten Tranche an Casualfood und damit die Vollkonsolidierung seit Herbst 2019. Negativ beeinflusst wird der Gruppenumsatz durch einen Wechselkurseffekt von –1.4%.

ORIOR Refinement erzielte ein organisches Wachstum von sehr guten 3.7% auf CHF 131.9 Mio., getragen von der stark erhöhten Nachfrage im Detailhandel. Das Segment Convenience konnte den Umsatzverlust aus dem Food Service nicht in allen Produktkategorien kompensieren. Während sich der Verkauf von Frischpasta und Biotta Säften sehr gut entwickelte, ging insbesondere der Absatz von Fertiggerichten während der Lockdown-Zeit zurück. Mit ein Grund dafür ist das veränderte Konsumverhalten mit mehr Zeit zum Selberkochen. Der Umsatz reduzierte sich von CHF 99.0 Mio. in der Vorjahresvergleichsperiode um – 3.9% auf CHF 95.2 Mio. für das 1. Halbjahr 2020. Das Segment International wurde mit dem fast vollständigen Stillstand der Flugindustrie hart getroffen. Casualfood musste sozusagen alle ihre Standorte schliessen. Gleichzeitig spürte auch Culinor Food Group in Belgien das veränderte Konsumverhalten bei den Fertiggerichten, konnte jedoch im Bereich Home Delivery stark zulegen. Gesa und Spiess Europe entwickelten sich sehr gut. In Summe erreichte auch das Segment International ein vor dem Hintergrund der Corona-Einflüsse solides organisches Wachstum von 0.3%. Der Segmentumsatz erreichte CHF 74.8 Mio. gegenüber CHF 67.3 Mio. in der Vorjahresvergleichsperiode. Der Akquisitionseffekt aus der Übernahme von Casualfood betrug 16.6%, und der Wechselkurs wirkt sich mit – 5.8% stark negativ auf den Segmentumsatz aus.

ORIOR hatte bereits im Februar 2020 mit ersten Überlegungen und der Erarbeitung von Szenarien für den Fall einer Ausweitung des Coronavirus begonnen. Kurz darauf folgte die Aufbereitung detaillierter, mehrstufiger Massnahmenpläne und Schutzkonzepte, welche im Verlauf der Krise nach und nach aus- bzw. eingeführt

wurden. Dieses systematische und vorausschauende Handeln hat uns in den entscheidenden Momenten der Corona-Pandemie dabei unterstützt, die noch nie dagewesenen Anpassungen aufgrund der angeordneten Massnahmen in der Logistik, in der Organisation und in den Prozessen zeitnah umzusetzen. Folglich konnten die Mitarbeitenden jederzeit in bestmöglichem Rahmen geschützt und gleichzeitig die Lieferbereitschaft lückenlos sichergestellt werden, was letztlich auch Voraussetzung für die guten Umsätze war. Für die Umsetzung der Massnahmen mussten neben erheblichen – grösstenteils einmaligen – Zusatzkosten zeitweise auch erhöhte Absenkraten in Kauf genommen werden. Zusammen mit der Umstellung und Veränderung im Kanal- und Produktmix und der fast zum Stillstand gekommenen Casualfood drückt dies auf die Rentabilität. Einen Teil davon konnte durch rigoroses Kostenmanagement sowie mit zeitlich begrenzten Möglichkeiten wie beispielsweise der Kurzarbeit aufgefangen werden. Gleichwohl wird die operative Rentabilität (EBITDA) das Vorjahresvergleichsniveau nicht erreichen. Die detaillierten Resultate werden am 19. August 2020 publiziert. Unter Berücksichtigung der nach wie vor volatilen Lage im Zusammenhang mit dem Coronavirus ist zusammen mit den Halbjahresresultaten 2020 auch eine Guidance zum Volljahr vorgesehen. Umfang und Detaillierungsgrad derselben sind noch nicht festgelegt.

Nachhaltigkeitsbericht

ORIOR präsentiert ihren zweiten, entlang des GRI-Standards verfassten Nachhaltigkeitsbericht. Neu wird auch ORIORS Beitrag an die von den UNO-Staaten verabschiedeten Nachhaltigkeitsziele, die sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs) darin abgebildet. Der vorliegende Bericht rapportiert umfassend über Fortschritte und Rückschritte sowie über die entsprechenden Massnahmen und Initiativen innerhalb der für ORIOR wesentlichen Handlungsfelder: «Sichere und gesunde Nahrungsmittel», «Nachhaltige Rohstoffe», «Tierwohl», «Food Waste und Verpackung», «Klima und Energie», «Wasser», «Entwicklung der Mitarbeitenden», «Arbeitssicherheit und Gesundheit» sowie «Wirtschaftliche Auswirkungen».

> Download: [ORIOR Nachhaltigkeitsbericht 2019](#)

Kontakt

Milena Mathiuet, Leiterin Corporate Communications & Investor Relations
Telefon +41 44 308 65 13, E-Mail: investors@orior.ch

Investoren-Agenda

19. August 2020: Publikation Halbjahresergebnis und Halbjahresbericht 2020
10. März 2021: Publikation Jahresergebnis und Geschäftsbericht 2020
26. April 2021: Generalversammlung 2021

ORIOR – Excellence in Food

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.

Erklärtes Ziel von ORIOR ist die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Die Nähe zum Kunden, enge Partnerschaften, eine schlanke und agile Gruppenstruktur sowie das intradisziplinäre ORIOR Champion-Modell bilden die Grundlage, um mit innovativen Produkten, Konzepten und Services den Markt an vorderster Front zu gestalten. Motivierte Mitarbeitende, die Freude haben an ihrem täglichen Tun und für sich und ihre Arbeit Verantwortung übernehmen, sind der Schlüssel, um Ausserordentliches zu erreichen.

*Mit unermüdlichem Engagement streben wir nach Einzigartigkeit und bester Qualität, um Konsumentinnen und Konsumenten immer wieder mit genussvollen Erlebnissen zu überraschen. Dafür steht unser Anspruch: **Excellence in Food**.*

Im Geschäftsjahr 2019 erzielte die ORIOR Gruppe mit rund 2300 Mitarbeitenden einen Nettoerlös von CHF 596.4 Mio. ORIOR ist an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotiert (ORON, ISIN CH011 1677 362, LEI 5067 0020 I84Z A17K 9522). Weitere Informationen unter www.orior.ch.