

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

ORIOR mit breit abgestütztem organischem Wachstum

- Steigerung des Nettoerlöses um starke 5.9% (organisch 7.7%) auf CHF 309.2 Mio., getragen vom sehr guten Wachstum des Segments International und anhaltend guter Performance des Segments Convenience.
- EBITDA erreicht solide CHF 30.2 Mio., entsprechend einer EBITDA-Marge von 9.8%.
- 1. Halbjahr wesentlich geprägt von der Kumulation aus dem herausfordernden weltweiten Umfeld, stark steigenden Inputkosten und Inflation.
- Konzentration auf konsequente Umsetzung der Strategie ORIOR 2025 und auf Investitionen in künftiges Wachstum.
- ESG: klimaneutraler Betrieb ORIOR Schweiz, diverse Rating-Upgrades; wissenschaftlich basiertes Klimaziel (SBTi) wird angegangen.
- Zuversichtlicher Ausblick auf 2. Halbjahr: Umsatz-Guidance wird erhöht, restliche Guidance bestätigt.
- Milena Mathiuet, Chief Corporate Affairs Officer, wird in die Konzernleitung der ORIOR AG gewählt.

Die international tätige Schweizer Food & Beverage Gruppe ORIOR erreichte trotz der Kumulation von herausfordernden Rahmenbedingungen ein robustes Resultat. Insbesondere die frühzeitig eingeleiteten, vorausschauenden Massnahmen in allen betroffenen Bereichen trugen zum Ergebnis bei; sie begründen auch den zuversichtlichen Ausblick auf das 2. Halbjahr 2022. Neben dem sich anhaltend positiv entwickelnden Segment Convenience konnte vor allem auch das Segment International überproportional zulegen.

«Unser breit aufgestelltes Geschäftsmodell mit Diversifikation der Märkte und der Kategorien unterstreicht einmal mehr, dass ORIOR als Gruppe auch rauen Bedingungen gut standhält – diese Widerstandsfähigkeit gibt uns auch in der jetzigen Situation Stabilität. Natürlich freue ich mich speziell darüber, dass Casualfood auf den Wachstumspfad zurückgekehrt ist. Auch die konsequente Umsetzung der Strategie ORIOR 2025 kommt voran und stärkt unser Profil weiter: Seit Januar 2022 werden beispielsweise alle Schweizer Kompetenzzentren klimaneutral betrieben, und im Rahmen der Werkentwicklung konnten wir die Schliessungen von zwei kleineren Produktionsstandorten vollziehen und die Produktionsvolumen erfolgreich transferieren. Gleichzeitig nehmen wir die umfassenden Herausforderungen mit grossem Respekt zur Kenntnis und gehen diese – auch in unseren Spezialistenteams der verschiedenen Champion-Gruppen – frühzeitig und proaktiv an.», so CEO Daniel Lutz zur aktuellen Geschäftslage.

Im 1. Halbjahr 2022 steigerte die ORIOR Gruppe den Nettoerlös um 5.9% auf CHF 309.2 Mio. (Vorjahr: CHF 291.9 Mio.). Diese Entwicklung setzt sich aus einem organischen Wachstum von sehr guten 7.7% und einem Wechselkurseffekt von –1.8% zusammen. Treiber für das positive Wachstum waren das Segment Convenience mit anhaltend starker Performance in den Kategorien Plant-based, Regionalität und Bio sowie das Segment International mit Volumenwachstum in den Beneluxstaaten und seit April 2022 überdurchschnittlichem Aufschwung in der Reisegastronomie. Das Segment Refinement erreichte einen Umsatz auf knapp Vorjahresniveau.

Die Bruttomarge der Gruppe steigerte sich von 44.5% auf 45.7%, insbesondere dank guter Performance von margenstarken Sortimenten und dank der Reisegastronomie mit entsprechend höheren Bruttomargen.

Die gestiegenen Inputkosten konnten teilweise kompensiert werden, dank vorausschauendem Einkaufsmanagement sowie dank verantwortungsvollen, schrittweisen Preisanpassungen ab Frühling 2022. Der EBITDA resultiert im 1. Halbjahr 2022, trotz tieferen coronabedingten Unterstützungsleistungen, bei CHF 30.2 Mio., entsprechend einer EBITDA-Marge von 9.8%, gegenüber CHF 31.1 Mio. in der Vorjahresvergleichsperiode. Der EBIT steigerte sich gegenüber dem 1. Halbjahr 2021 um 2.0% auf CHF 17.5 Mio., was einer EBIT-Marge von 5.6% entspricht. Das Konzernergebnis beträgt CHF 13.0 Mio., entsprechend einer Marge von 4.2%, gegenüber CHF 13.5 Mio. im 1. Halbjahr 2021.

Der Cash Flow aus Betriebstätigkeit erreichte CHF 26.7 Mio. (1. Halbjahr 2021: CHF 27.0 Mio.), was in einer Cash Conversion von 88.5% resultiert. Die Verschuldungsquote betrug 2.14x und befindet sich damit weiterhin deutlich unterhalb des ORIOR Ziel-Niveaus von < 2.5x; die Eigenkapitalquote nach Goodwill-Verrechnung steigerte sich auf 20.2%.

ORIOR Segmente

Das ORIOR Segment Convenience mit den Kompetenzzentren Fredag, Le Patron, Pastinella und Biotta erwirtschaftete – trotz Umsatzreklassifizierung in Höhe von CHF 2.2 Mio. – einen Nettoerlös von CHF 109.8 Mio., entsprechend einem organischen Wachstum von 1.6%. In den definierten Wachstumskategorien wie Plant-based- und Bio-Spezialitäten entwickelte sich das Segment erneut überdurchschnittlich. Besonders erfreulich sind diverse Auszeichnungen durch unabhängige Tests, wobei mehrere Plant-based-Spezialitäten hinsichtlich Kulinarik, Qualität und Ernährungsphysiologie sehr gut beurteilt wurden. Positiv ist auch das stetige Wachstum von Biotta, getragen unter anderem von bedeutend breiterer Distribution sowie erfreulicher Performance mit Neuheiten (wie beispielsweise dem Wellnessstang oder der Einführung von neuen Säften in Demeter-Qualität). Mit der im Rahmen der kommunizierten Werksentwicklung geplanten Schliessung eines kleineren Produktionsstandortes des Segments Convenience und dessen teilweisem Volumentransfer zu Rapelli verschiebt sich seit Mai 2022 ein Teil dieses Umsatzes in das Segment Refinement.

Das ORIOR Segment Refinement mit den Kompetenzzentren Rapelli, Albert Spiess und Möfag realisierte einen Nettoerlös von CHF 124.7 Mio. und verfehlte damit das Vorjahresniveau knapp um 0.4%. In der Schweiz konnten alle Kompetenzzentren zulegen. Hauptgründe für den leichten Rückgang im Nettoerlös sind der Retailkanal mit weiterer Normalisierung der Konsumgewohnheiten und Sortimentsanpassungen, die nach Russland eingestellten Exporte sowie die derzeit leicht schwächeren Abverkäufe von Bündner Spezialitäten nach Frankreich. Speziell hervorzuheben sind landesweite Aktivitätenwochen mit Rapelli Spezialitäten in diversen Kanälen sowie die auf rein natürliche Rohstoffe und Zutaten ausgerichtete Produktlinie «Pure Nature» von Albert Spiess. Seit Mai 2022 werden die Umsätze des erwähnten Volumentransfers aus dem Segment Convenience bei Rapelli verbucht.

Das ORIOR Segment International mit den Kompetenzzentren Culinor Food Group und Casualfood, mit der zu Biotta gehörenden Schwestergesellschaft Gesa sowie mit der Kommissionierungs- und Vertriebsplattform Spiess Europe erwirtschaftete im 1. Halbjahr 2022 einen Nettoerlös von CHF 88.9 Mio., entsprechend einem Wachstum von 19.0%. Dieses setzt sich zusammen aus einem starken organischen Wachstum von 26.2% und einem Wechselkurseffekt von –7.2%. Culinor Food Group, Casualfood und Gesa konnten umsatzmässig relevant zulegen. Besonders erfreulich ist das ausserordentlich gute zweistellige Wachstum von Culinor, welches massgeblich von Neuheiten getragen wird. Gleichzeitig erwiesen sich in den Beneluxstaaten der extreme Anstieg der Energiepreise und die hohe Inflation als sehr herausfordernd. Die nötigen Preisanpassungen konnten vereinbart und ab Juni 2022 gestaffelt eingeführt werden. Casualfood ist auf den Wachstumskurs zurückgekehrt und verzeichnet seit April 2022 an allen geöffneten Standorten eine sehr positive Entwicklung. Derzeit sind 70% der Verkaufsstellen geöffnet; die Frequenzen bei diesen Standorten sind noch nicht ganz auf Vor-Corona-Niveau, die Konsumationstickets sind zwischenzeitlich jedoch höher – auch gegenüber Vor-Corona. Die herausfordernde Situation rund um fehlende Mitarbeitende trifft Casualfood an den Flughäfen. Ein Highlight ist die Eröffnung des Terminal 2 am Flughafen Berlin, den Casualfood mit ihren drei Erfolgskonzepten «Goodman & Filippo», «Hermann's» und «Beans & Barley» seit August 2022 prägt.

ESG – Die ORIOR Verantwortung

Zu Beginn des Jahres hat ORIOR ihr neues Klimaziel kommuniziert und seit Januar 2022 die gesamte ORIOR Schweiz auf klimaneutralen Betrieb umgestellt. Ab 2025 werden auch die internationalen Kompetenzzentren auf klimaneutralen Betrieb umgestellt. ORIOR bekennt sich mit ihrer Ambition, bis 2050 Netto-Null zu erreichen, zum Klimaziel der Schweiz und zum Pariser Abkommen. Es ist geplant, die Klimaziele der ORIOR Gruppe über die nächsten zwei Jahre durch einen Beitritt zur Science Based Targets Initiative (SBTi) auf eine wissenschaftliche Basis zu stellen. Damit wird dann auch die noch nicht systematisch inkludierte Wirkung der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette mitberücksichtigt. Mit der Publikation des Nachhaltigkeitskonzepts von Casualfood Anfang 2022 haben nun alle ORIOR Kompetenzzentren ein Nachhaltigkeitsmanagement eingeführt. Dies auch in Hinblick auf die vorbereitenden Arbeiten rund um die neuen rechtlichen Anforderungen zur nichtfinanziellen Berichterstattung. Über die laufenden Massnahmen, Fortschritte und Herausforderungen innerhalb der ORIOR Nachhaltigkeitsstrategie wird im 4. Nachhaltigkeitsbericht, der seit Mai 2022 publik ist, rapportiert. Die intensiven Arbeiten und Bemühungen reflektieren sich auch in diversen Upgrades von externen Nachhaltigkeits-Ratings, was sehr erfreulich ist.

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – 1. Halbjahr 2022

in TCHF	Jan – Jun 2022	Δ in %	Jan – Jun 2021
Nettoerlös	309 194	+5.9%	291 910
EBITDA	30 241	-2.7%	31 067
<i>EBITDA in % vom Nettoerlös</i>	<i>9.8%</i>		<i>10.6%</i>
EBIT	17 469	+2.0%	17 125
<i>EBIT in % vom Nettoerlös</i>	<i>5.6%</i>		<i>5.9%</i>
Konzernergebnis Aktionärinnen und Aktionäre der ORIOR AG	12 959	-3.9%	13 484
<i>Reingewinn in % vom Nettoerlös</i>	<i>4.2%</i>		<i>4.6%</i>
Cash Flow aus Betriebstätigkeit	26 749	-0.9%	26 987
<i>Cash Conversion</i>	<i>88.5%</i>		<i>86.9%</i>
Nettoverschuldung / EBITDA-Quote	2.14 x		2.44 x
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>20.2%</i>		<i>18.2%</i>
ROCE	14.6%		13.1%
Börsenkapitalisierung am 30.06.	522 083		544 863
Durchschnittlicher Personalbestand (FTE)	1 992		1 969

Ausblick

In Summe erwarten wir eine Fortsetzung des breit abgestützten organischen Wachstums. Die Situation hinsichtlich Inputkosten dürfte sich – insbesondere bei Energie und gewissen Rohstoffen – weiter verschärfen, was auch für die inflationsbedingten Änderungen der Konsumausgaben gilt. Das Wachstum der klassischen Gastronomie und der Hotellerie wird durch den akuten Personalmangel gebremst. Die Reisegastronomie ist erfolgreich in das 2. Halbjahr 2022 gestartet. Der Retail pendelt sich zunehmend auf dem Vor-Corona-Niveau ein. Das Segment Convenience bleibt dank starker Trendkategorien wie Plant-based auf Wachstumskurs. Ebenso die beiden internationalen Kompetenzzentren Culinor Food Group und Casualfood.

Aufbauend auf dem guten Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2022 und dem zuversichtlichen Ausblick auf das 2. Halbjahr 2022 wird die Umsatz-Guidance auf CHF 645 bis 660 Mio. erhöht (vorher CHF 639 bis 654 Mio.). Die operative Rentabilität (EBITDA-Marge) wird auch im 2. Halbjahr 2022 von den kumulativen Einflüssen des anspruchsvollen Umfelds geprägt. Dank guter Performance mit margenstärkeren Kategorien und der im Rahmen der New Normal Initiative nachhaltigen Flexibilisierung der Kostenstrukturen wird die EBITDA-Guidance von 10.0 bis 10.3% für das Geschäftsjahr 2022 bestätigt.

	Guidance 2022*	2021
Nettoerlös (NEU, vorher: CHF 639 bis 654 Mio.) Organisches Wachstum (Neu, vorher: 4.0 – 6.5%)	645 bis 660 Mio. 5.0 bis 7.5%	614.1 Mio. 2.0%
EBITDA-Marge (bestätigt)	10.0 bis 10.3%	10.4%
Steuerquote (bestätigt)	15.0 bis 19.0%	15.0%
CapEx (bestätigt)	29 bis 30 Mio.	21.5 Mio.

* bei gleichbleibenden Wechselkursen (EUR/CHF 1.0812)

Neuernennung in die Konzernleitung der ORIOR Gruppe

Milena Mathiuet, Chief Corporate Affairs Officer, wird per 1. September 2022 in die Konzernleitung der ORIOR Gruppe gewählt. Neben Investor Relations und Corporate Communications verantwortet sie den umfassenden Bereich ESG und gestaltet die Aufbereitung von strategischen Themen sowie die Umsetzung und Durchsetzung der Regelkonformität seit vielen Jahren mit. Wir freuen uns, mit Milena Mathiuet eine erfahrene, versierte und kompetente Persönlichkeit in die Konzernleitung zu berufen.

Dank

Nachdem die Corona-Situation sich langsam normalisiert, stehen wir mit der Kumulation von herausforderndem, internationalem Umfeld, stark steigenden Inputkosten und von Inflation bereits neuen, äusserst anspruchsvollen Rahmenbedingungen gegenüber. Die Anforderungen an die Mitarbeitenden sind konstant hoch und erfordern Engagement, Identifikation und übergreifendes Vorausdenken. Wir danken unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren unermüdlichen Einsatz. Wir danken unseren Kunden, Geschäftspartnern und Lieferanten für die verantwortungsvolle Zusammenarbeit in diesen von Preisanstiegen und Inflation geprägten Zeiten. Ein grosser Dank geht auch an unsere Aktionärinnen und Aktionäre für das entgegengebrachte Vertrauen und die Treue.

Einladung zur Videokonferenz

Heute Dienstag, 16. August 2022, 10.00 Uhr, führen der CEO Daniel Lutz und der CFO Andreas Lindner im Rahmen einer Teams-Videokonferenz durch das Halbjahresergebnis 2022.

Telefonkonferenz in Deutsch: Dienstag, 16. August 2022, 10.00 Uhr (MESZ)

- > Teilnahme via Teams: [-> Hier klicken, um an der Konferenz teilzunehmen <<](#)
- > Teilnahme per Telefon: +41 43 430 76 25, Konferenz-ID: 172 521 372#

Telefonkonferenz in Englisch: Dienstag, 16. August 2022, 15.00 Uhr (MESZ)

- > Teilnahme via Teams: [-> Hier klicken, um an der Konferenz teilzunehmen <<](#)
- > Teilnahme per Telefon: +41 43 430 76 25, Konferenz-ID: 940 626 655#

Für organisatorische Fragen zur Videokonferenz oder bei Problemen mit dem Link wenden Sie sich bitte an: Mara Bachmann, mara.bachmann@orior.ch, Direktwahl +41 44 308 65 02

Download-Links:

- [->> Halbjahresbericht 2022](#)
- [->> Alternative Performancekennzahlen Halbjahr 2022](#)
- [->> Präsentation Halbjahresergebnis 2022](#)
- [->> GRI Nachhaltigkeitsbericht 2021](#)
- [->> Bildergalerie für Medien](#)

Kontakt

Milena Mathiuet, Chief Corporate Affairs Officer
Telefon +41 44 308 65 13, E-Mail: investors@orior.ch

Investoren-Agenda

- 8. März 2023: Publikation Jahresergebnis und Geschäftsbericht 2022
- 19. April 2023: Generalversammlung der ORIOR AG

ORIOR – Excellence in Food

ORIOR ist eine international tätige Schweizer Food & Beverage Gruppe. Sie besteht aus regional stark verankerten Unternehmen, die mit ihren bekannten Marken und Produktsortimenten führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland halten. Das dezentrale Geschäftsmodell ermöglicht den einzelnen ORIOR Unternehmen eine auf ihre Mitarbeitenden und ihre Kunden ausgerichtete, individuell gelebte Kultur und Identität sowie einzigartige Produkt-, Marken- und Konzeptwelten. Was alle miteinander verbindet, sind die Leidenschaft für Kulinarik und Handwerkskunst, ein auf Trends und Bedürfnisse ausgerichteter Innovationsspirit, Unternehmertum sowie starke, gemeinsame Werte.

Unser Führungsverständnis vereint die strategische Denk- und Handlungsweise der ORIOR Gruppe mit dem hohen Mass an Autonomie der Kompetenzzentren. Die ORIOR Strategie 2025 mit ihren Eckpfeilern und den gruppenweiten Schlüsselinitiativen wie das zukunftsweisende «ORIOR New Normal», das intradisziplinäre «ORIOR Champion-Modell» und die übergreifenden «ORIOR Brückenschläge» sind zentrale Erfolgsfaktoren der stetigen Wertsteigerung für alle unsere Stakeholder.

*Motivierte Mitarbeitende, die Freude an ihrer Tätigkeit haben und für sich und ihre Arbeit Verantwortung übernehmen, sind der Schlüssel, um Ausserordentliches zu erreichen. Wir streben nach Einzigartigkeit und bester Qualität, um unsere Konsumentinnen und Konsumenten immer wieder mit genussvollen Erlebnissen zu überraschen und zu begeistern. Dafür steht unsere Vision: **Excellence in Food.***

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.

Hinweis zu den Performancekennzahlen

ORIOR verwendet in der vorliegenden Medienmitteilung 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 Halbjahr 2022», welches unter <https://orior.ch/de/finanzberichte> einsehbar ist, definiert diese alternativen Performancekennzahlen.