

ORIOR

EXCELLENCE IN FOOD



2020 **ORIOR Gruppe**
Halbjahresresultat

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 Halbjahr 2020», welches unter <https://orior.ch/de/finanzberichte> einsehbar ist, definiert diese alternativen Performancekennzahlen.

Agenda

Einleitung

- CEO-Statement

1. Halbjahr 2020

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Einmalige Sondereffekte im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie

Wichtige Gruppeninitiativen

- ORIOR Strategie 2025
- Die ORIOR Verantwortung

Ausblick

- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

CEO-Statement

Im Rahmen der Corona-Pandemie gutes 1. Halbjahr 2020, dank breiter Aufstellung

Organisches Umsatzwachstum

- *Guter Start ins Geschäftsjahr 2020.
Seit Mitte März -> Veränderungen Konsumbedürfnisse -> Deutliche Verschiebungen Produkt- und Kanalmix.*
- *Generell stark erhöhte Nachfrage im Detailhandel.*
 - *Positiver Einfluss auf Marken- und Kernproduktsortimente.*
 - *Bedeutend gesunkene Nachfrage nach Fertigmenüs (Homeoffice, mehr Zeit zum Selberkochen).*
- *Lockdown Food Service führt zu teilweise massiven Umsatzeinbrüchen.*
 - *Einschränkung Bewegungsfreiheit/Reisemöglichkeiten -> Casualfood zeitweise faktisch stillgelegt.*
 - *Stark negativer Einfluss, insb. auf Convenience-Sortimente (Event-Catering, Schulen, Mittagstische usw.).*

Corona-Pandemie mit wesentlichem Einfluss auf das Resultat

- *Kanalmix: abrupter Umsatzeinbruch im Food Service-Kanal sowie an Flughäfen und Bahnhöfen.*
- *Produktmix: Wachstum vorerst mit tiefermargigen Produkten und Sortimenten.*
- *Einmalkosten für Einleitung und Umsetzung der Schutzmassnahmen sowie für die Sicherstellung der Lieferbereitschaft (Umstellung Produktion, Prozessanpassungen, Produktivität, Absenzquoten).*

Wichtige Gruppeninitiativen

- *ORIOR New Normal: neue Chancen.*
- *2. Nachhaltigkeitsbericht publiziert -> Weitere Verbesserung in wichtigen KPIs realisiert und neue Projekte lanciert.*
- *Strategie ORIOR 2025 -> Publikation am 9. November 2020.*

Positiver Ausblick

- *Deutliche Verbesserung operative Rentabilität im H2; für 2021 signifikante Resultatverbesserung erwartet.*

Agenda

Einleitung

- CEO-Statement

1. Halbjahr 2020

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Einmalige Sondereffekte im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie

Wichtige Gruppeninitiativen

- ORIOR Strategie 2025
- Die ORIOR Verantwortung

Ausblick

- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

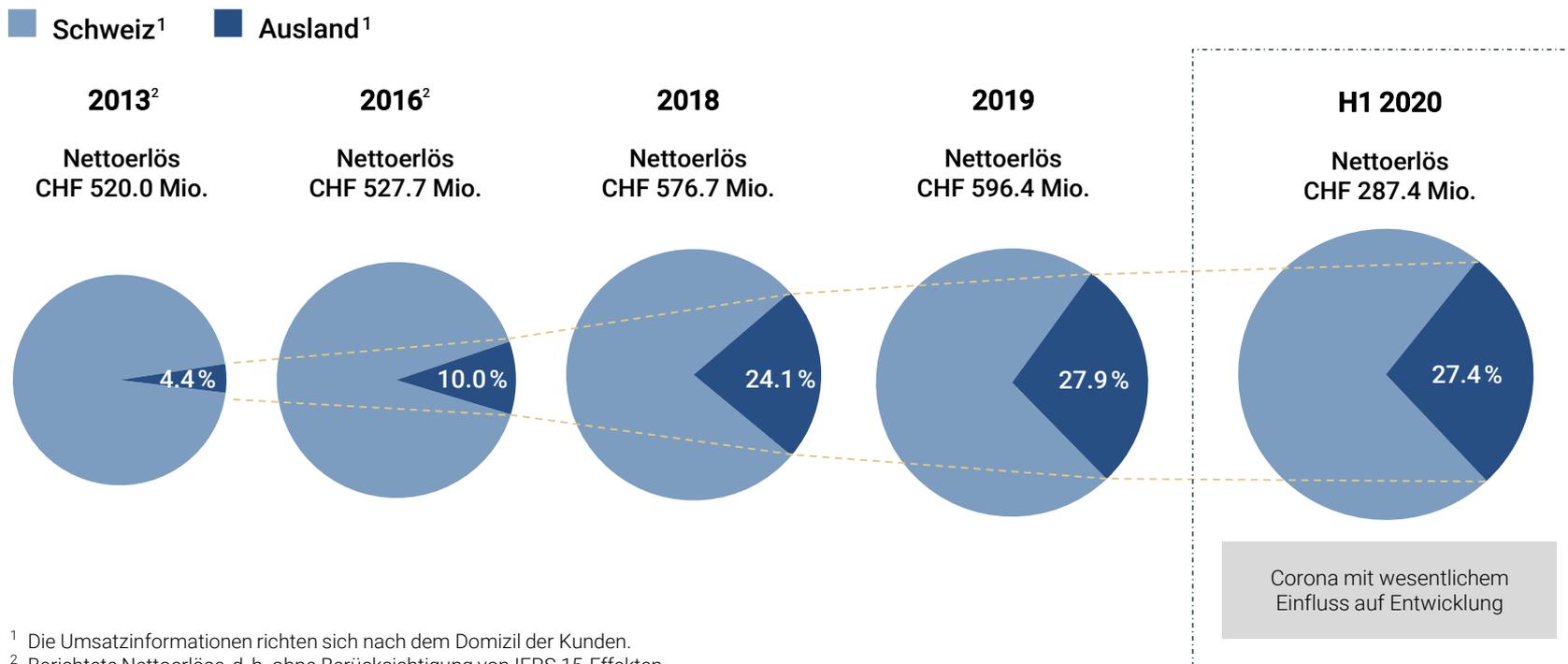
Widerstandsfähigkeit dank breiter Aufstellung

Diversifikation bei den Kategorien, Kanälen und Kunden sowie geografisch stärkt das Profil der Gruppe

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.



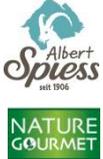
¹ Die Umsatzinformationen richten sich nach dem Domizil der Kunden.

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

Strategisch dezentrales Geschäftsmodell

Getragen von starken, autonomen Kompetenzzentren mit diversifizierten Produktwelten und mehrwertschaffenden Gruppen-Initiativen

- Kompetenzzentren-Philosophie ermöglicht Schnelligkeit und Agilität dank gelebter Individualität, starker regionaler Verankerung und Nähe zum Markt.
- Gruppenweite Initiativen und Champion-Modell steigern Effizienz, optimieren Kosten und eröffnen neue Umsatzpotenziale.

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

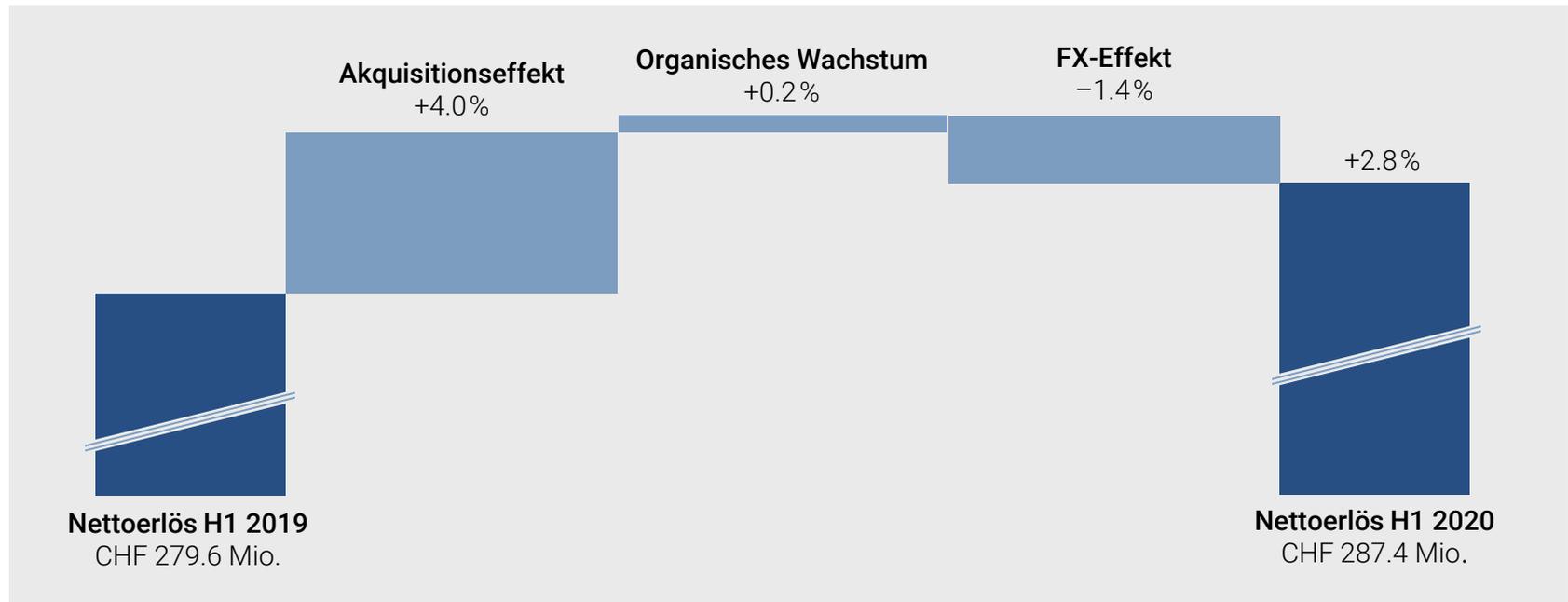
- Casualfood seit September 2019 vollkonsolidiert
 - Erhöhung der Beteiligung auf 70% und Integration als eigenständiges Kompetenzzentrum im Segment International.
 - Nächste Übernahmetranche von weiteren 19% für September 2020 vorgesehen.

Schlüsselkennzahlen 1. Halbjahr 2020

Nettoerlös	Bruttogewinn	EBITDA	Reingewinn
CHF 287.4 Mio. +2.8%	CHF 125.5 Mio. +1.2%	CHF 23.5 Mio. -17.4%	CHF 8.3 Mio. -40.5%
Akquisitorisch +4.0%	Bruttomarge 43.7%	EBITDA-Marge 8.2%	Reingewinn-Marge 2.9%
Organisch +0.2%	-70 Bps	-200 Bps	-210 Bps
FX-Effekt -1.4%			

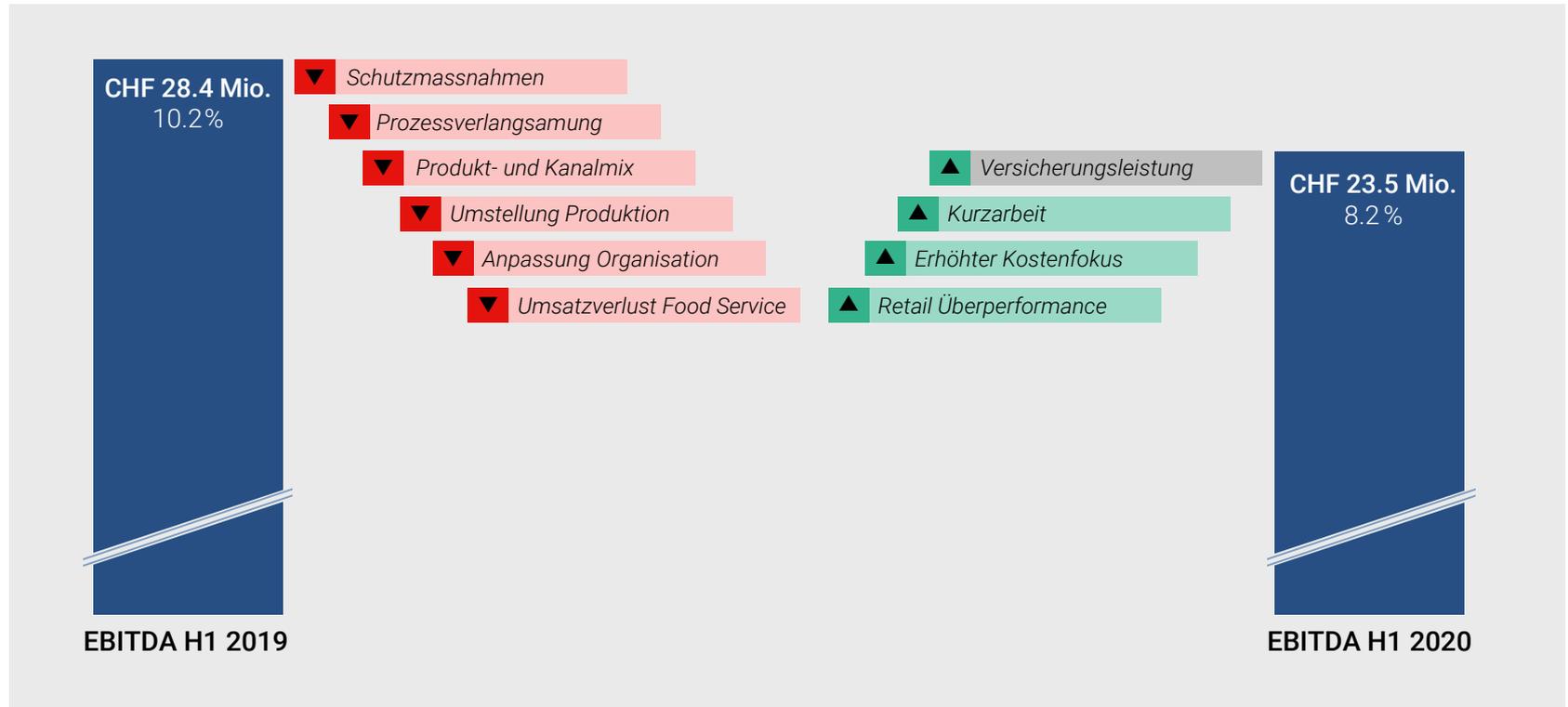
- Operative Leistung stark beeinflusst durch Corona-Pandemie; im Kontext der ausserordentlichen Lage gutes organisches Wachstum von den Segmenten Refinement und International; Negativperformance Segment Convenience und Casualfood getrieben vom Lockdown des Food Service und vom Beinahe-Stillstand der Flugindustrie.
- Bruttomarge mit leichtem Rückgang aus Mix-Verschiebung (mehr Refinement-, weniger Convenience-Produkte).
- EBITDA hauptsächlich beeinflusst von Einmalkosten, Casualfood sowie Produkt- und Kanalmixveränderungen.
- Reingewinn zusätzlich getrieben durch Casualfood (Abschreibungen) sowie positive Steuereffekte im Jahr 2019.

Organisches Wachstum von 0.2%



- Akquisitionseffekt: Casualfood seit September 2019 vollkonsolidiert.
- Organisches Wachstum von 0.2%
 - *Im Kontext der äusserst anspruchsvollen Lage über den Erwartungen.*
 - *Starke Performance des Segments Refinement und leichtes Wachstum des Segments International.*
- Wesentlicher Wechselkurseffekt
 - *Starker CHF belastet Topline mit -1.4%.*

Haupteinflüsse EBITDA



- Haupttreiber EBITDA: Umsatzverlust Food Service, Casualfood faktische Stilllegung, Einmalkosten zum Schutz der Mitarbeitenden und zur Sicherstellung der Lieferbereitschaft, Umstellung von Prozessabläufen sowie Veränderungen in Produkt- und Kanalmix.

Segment Convenience

Teilweise stark beeinträchtigt durch behördliche Massnahmen

Nettoerlös

Nettoerlös –3.9% auf CHF 95.2 Mio.

- Akquisitorisch: 0.0 %
- Organisch: –3.9%
- FX-Effekt: 0.0%

Gruppenanteil

Segment Convenience
in % von der ORIOR
Gruppe: 32.8%



- Veränderung Konsumverhalten aufgrund von Homeoffice und mehr Zeit zum Selberkochen führen zu starken Einbrüchen im Fertigenbereich.
- Starker Einfluss aus Veränderung Kanal-Mix: Einbruch Food Service → Anteil Food Service (Gastronomie, Grosshandel, Heime, Kantinen, Mittagstisch) im Segment Convenience höher als in den anderen Segmenten. → Umsatzverlust aus dem Food Service kann nicht kompensiert werden durch Mehrumsatz Retail.
- Frisch-Pasta, Vegi-Spezialitäten und Biotta Säfte mit sehr guter Entwicklung.



Segment Refinement

Starkes organisches Wachstum, getragen von höherer Nachfrage im Retail

Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um +3.7% auf CHF 131.9 Mio.

- Akquisitorisch: 0.0%
- Organisch: +3.7%
- FX-Effekt: 0.0%

Gruppenanteil

Segment Refinement
 in % von der ORIOR
 Gruppe: 41.4%



- Starkes Wachstum, getragen von allen drei Refinement Kompetenzzentren.
- Wachstum dank starker Umsatzzunahme in den Marken- und Kernproduktgruppen, getrieben durch höhere Nachfrage im Detailhandel sowie durch die eingeschränkte Bewegungsfreiheit.
- Kanal-Mix: Gastronomie-Plattformen «Servizio Ticino» und «Spiess Gastro» während Lockdown-Zeit fast komplett stillgelegt.
- Rahmenbedingungen Rohstoffbereich: hohe Fleischpreise, knappe Verfügbarkeiten Schweizer Rohstoffe.



Segment International

Leichtes organisches Wachstum dank guter Performance von Gesa und Spiess Europe

Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um +11.1% auf CHF 74.8 Mio.

- Akquisitorisch: +16.6%
- Organisch: +0.3%
- FX-Effekt: –5.8%

Gruppenanteil

Segment International
 in % von der ORIOR
 Gruppe: 25.8%



- Akquisitorisches Umsatzwachstum aus der seit September 2019 zur Gruppe gehörenden Casualfood.
- Casualfood während Lockdown faktisch stillgelegt, substanzieller Einfluss auf alle wichtigen Gruppen- und Segment-KPI.
- Biotta Schwestergesellschaft Gesa (spezialisiert auf biologische Gemüsesäfte B2B) sowie Spiess Europe mit sehr guter Entwicklung.
- Culinor Food Group mit solider Performance im Heimmarkt Belgien → Sehr gute Performance mit Home Delivery und Sternekoch-Spezialitäten; Wegfall Food Service-Umsätze, starker Rückgang Fertigenmenüs (Homeoffice, mehr Zeit zum Selberkochen).



Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	Jan – Jun 2020	Jan – Jun 2019	Abw.	Δ in %
Nettoerlös	287.4	279.6	7.8	+2.8%
Warenaufwand/Bestandesänderung	-161.9	-155.6		
Bruttogewinn	125.5	124.1	1.4	+1.2%
in % vom Nettoerlös	43.7%	44.4%		-70 Bps
EBITDA	23.5	28.4	-4.9	-17.4%
in % vom Nettoerlös	8.2%	10.2%		-200 Bps
Abschreibungen und Amortisationen	-13.4	-11.0		
EBIT	10.0	17.4	-7.4	-42.4%
in % vom Nettoerlös	3.5%	6.2%		-274 Bps

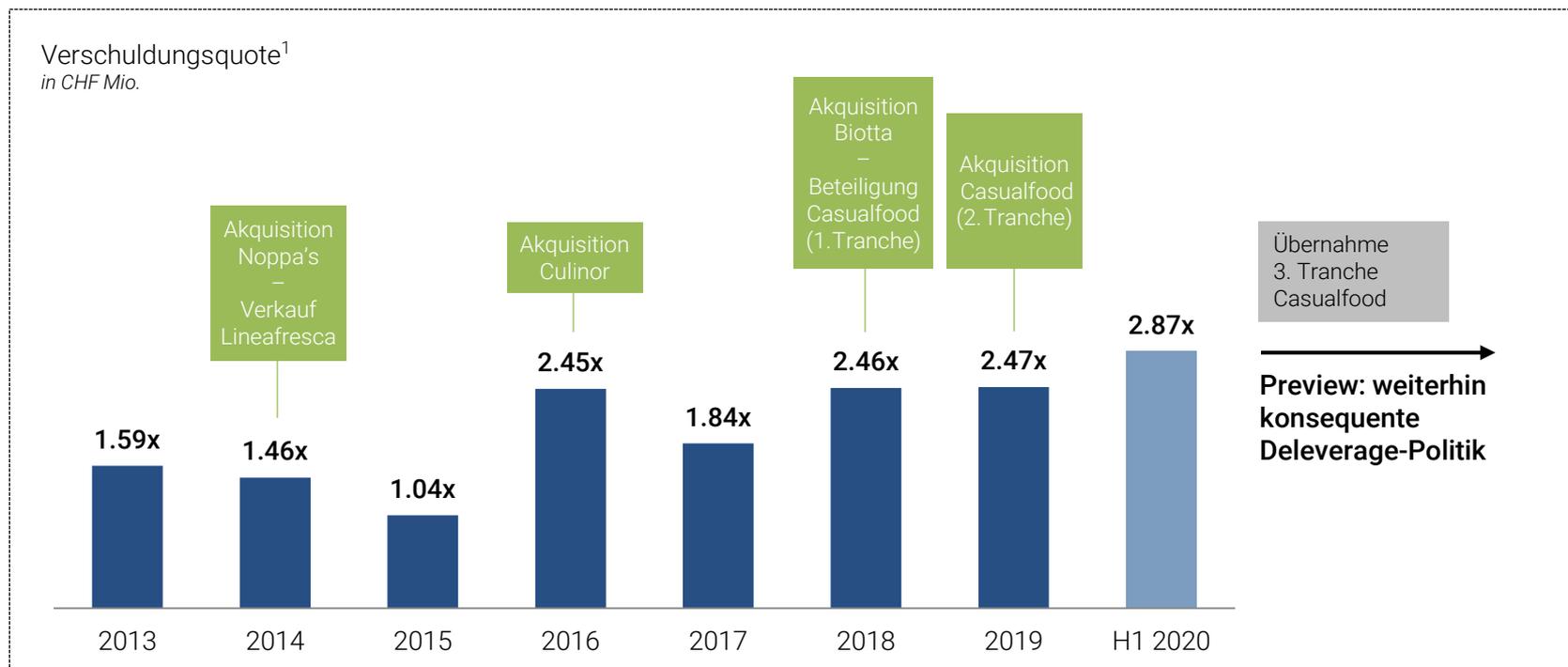
- Negative EBITDA-Abweichung v.a. getrieben durch Casualfood, Corona-Sonderkosten und Umsatzverschiebungen in das tiefermarginere Refinement-Segment.
- Höhere Abschreibungen, getrieben durch die Übernahme der Mehrheitsanteile an Casualfood im September 2019 und die damit verbundene Vollkonsolidierung.

Konsolidierte Erfolgsrechnung | EBIT – Reingewinn

in Mio. CHF	Jan – Jun 2020	Jan – Jun 2019	Abw.	Δ in %
EBIT in % vom Nettoerlös	10.0 3.5 %	17.4 6.2 %	-7.4	-42.4 % -274 Bps
Finanzertrag/Finanzaufwand	-1.3	-1.3		
Gewinn vor Steuern in % vom Nettoerlös	8.7 3.0 %	16.1 5.8 %	-7.4	-46.1 % -274 Bps
Ertragssteuern	-1.9	-2.2		
Minderheitsanteile	+1.5	0.0		
Reingewinn in % vom Nettoerlös	8.3 2.9 %	14.0 5.0 %	-5.7	-40.5 % -210 Bps

- Finanzergebnis entspricht Vorjahr, der Wegfall des Gewinnbeitrags der Casualfood (aufgrund Vollkonsolidierung) und höhere Zinsaufwendungen wurden kompensiert durch weniger hohe Wechselkursschwankungen.
- Anstieg Steuerquote auf 21.8 % getrieben durch Verluste Casualfood ohne die Aktivierung der Verlustvorträge sowie durch positive Einmaleffekte im Vorjahr.
- Minderheitsanteile von CHF 1.5 Mio. entsprechen 30 % des Nettoverlusts von Casualfood (nicht den ORIOR Aktionären zuzuordnen).

Verschuldungsquote



- Kurzfristig höhere Verschuldungsquote, bedingt durch Corona-Effekte (insb. Casualfood).
- Deleverage-Politik wird weiterhin konsequent fortgesetzt.

¹ 2013–2016 auf Basis IFRS.

Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	30.06.2020		31.12.2019	
Umlaufvermögen	189.2	48.0%	190.8	47.2%
Sachanlagen	128.2		133.0	
Immaterielle Anlagen	74.6		78.9	
Finanzanlagen	2.0		1.6	
Total Aktiven	394.0	100.0%	404.3	100.0%

in Mio. CHF	30.06.2020		31.12.2019	
Fremdkapital	317.8	80.7%	317.8	78.6%
Eigenkapital	76.2	19.3%	86.5	21.4%
Total Passiven	394.0	100.0%	404.3	100.0%

- Keine wesentlichen Bilanzveränderungen.
- Eigenkapital-Veränderungen in Zusammenhang mit der Dividende und tieferem Nettogewinn. EK-Quote von 19.3%; Goodwill Schattenrechnung zeigt eine EK-Quote von 36.2%.

Agenda

Einleitung

- CEO-Statement

1. Halbjahr 2020

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz

Wichtige Gruppeninitiativen

- ORIOR Strategie 2025
- Die ORIOR Verantwortung

Ausblick

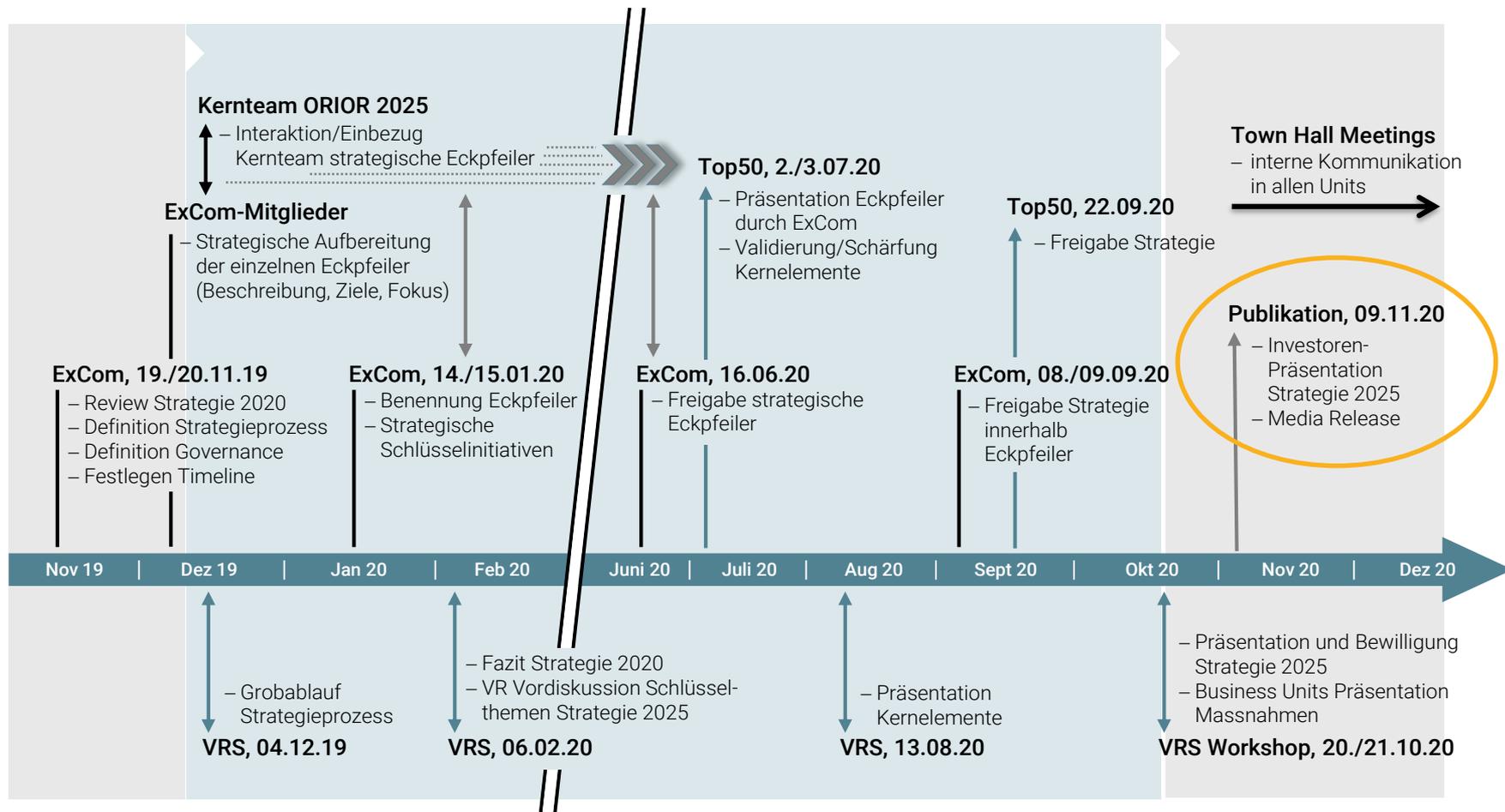
- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

ORIOR Strategie 2025

Reflexion 2020
Prozess/Vorgehen

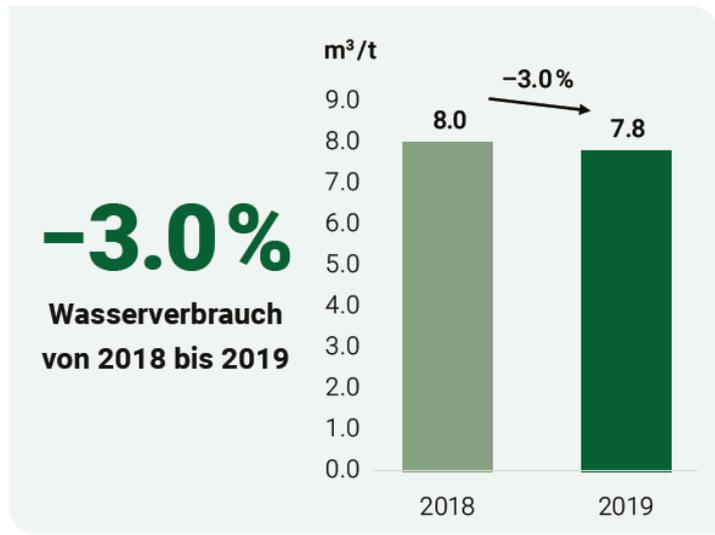
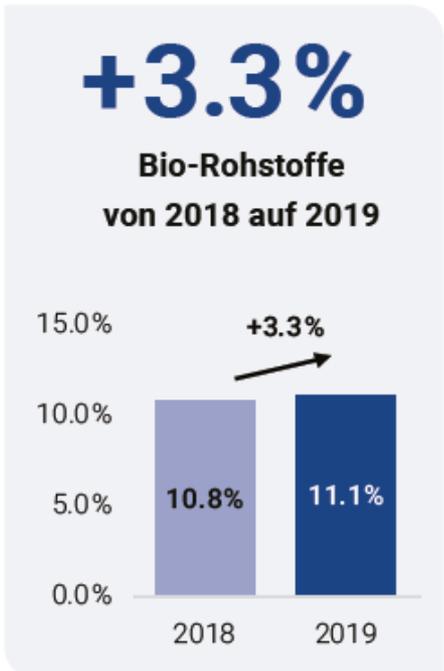
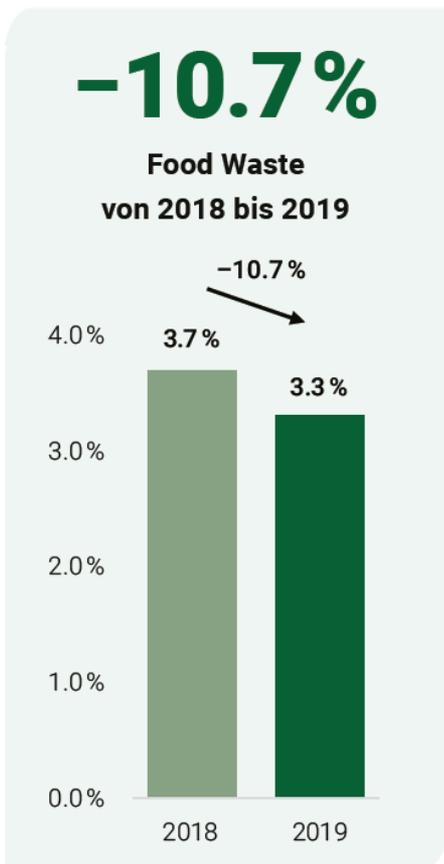
Erarbeitung/Entwicklung
Strategie 2025

Integration
Strategie 2025



Die ORIOR Verantwortung

Einige Beispiele aus der ORIOR Nachhaltigkeit



Sicherheit in den Kompetenzzentren
Neues Schulungskonzept zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz implementiert.

Agenda

Einleitung

- CEO-Statement

1. Halbjahr 2020

- Kennzahlen ORIOR Gruppe und Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz

Wichtige Gruppeninitiativen

- ORIOR Strategie 2025
- Die ORIOR Verantwortung

Ausblick

- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

Ausblick ORIOR Gruppe – CEO-Statement

- **Umsatz und Rentabilität (EBITDA-Marge) im 2. Halbjahr 2020 in allen drei Segmenten auf Vorjahresniveau (exkl. Casualfood).**
- **Schrittweise Erholung von Casualfood; Upside-Potenzial dank Businessmodell.**
 - *Sämtliche Kennzahlen deutlich unter Vorjahresniveau; Break-Even sollte in einzelnen Monaten gegen Ende Jahr 2020 erreicht werden.*
 - *Zusätzliches Upside-Potenzial dank Businessmodell mit höchster Agilität und Flexibilität sowie Spezialisierung auf Kleinfläche (inkl. Smartseller).*
 - *Die laufenden Verhandlungen über kurz- und mittelfristige Mietzinsreduktionen werden im Herbst abgeschlossen, das zweite Halbjahr beeinflussen und sich positiv auf die zukünftigen Resultate auswirken.*
 - *Wir gehen davon aus, mit Casualfood im Jahr 2021 wieder in die Gewinnzone zurückzukehren.*
- **Mit Blick über das Jahresende hinaus sind wir sehr optimistisch, dass 2021 ein Jahr mit gutem Wachstum und signifikanter Resultatsverbesserung (EBITDA-Marge) wird.**

Ausblick ORIOR Gruppe

H2 und FY exkl. stark tangierter Casualfood stabil bis leicht positiv

in Mio. CHF	H1 2020	Guidance H2 2020	Guidance FY 2020	FY 2019
Umsatz ORIOR Gruppe	287.4	298 bis 308¹	585 bis 595¹	596.4

- Organisch FY 2020 –3.0 bis –1.5%; organisch exkl. Casualfood auf Vorjahresniveau stabil resp. leichtes Wachstum erwartet.
- Weitere Erholung Food Service, jedoch keine Rückkehr auf Vorjahresniveau.
- Erhöhte Nachfrage Detailhandel leicht abflachend; Wiederaufnahme Neueinführungen von Innovationen mit Potenzial.

	H1 2020	Guidance H2 2020	Guidance FY 2020	FY 2019
EBITDA-Marge Gruppe	8.2%	9.0 bis 9.5%	8.6 bis 8.8%	10.2%

- Wesentliche Verbesserung der operativen Gruppen-Rentabilität im H2 gegenüber H1. Treiber sind Corona-bedingte Einmal- und Sonderkosten, Kostenmanagement, Effizienzmassnahmen, Kurzarbeit (Versicherungsleistungen H1 einmalig).
- Operative Rentabilität H2 exkl. Casualfood zurück auf Vorjahresniveau.
- Casualfood mit wesentlichem Negativeinfluss.
- Veränderung Produkt- und Kanalmix: Verändertes Konsumbedürfnis wird weiterhin anhalten (Homeoffice, Zeit zum Selberkochen usw.).

¹ Bei gleichbleibenden Wechselkursen (Euro-Durchschnittskurs HY20: 1.0641).

Ausblick ORIOR Gruppe

H2 und FY exkl. stark tangierter Casualfood stabil bis leicht positiv

	Guidance FY 2020	FY 2019
Steuerquote	18 bis 21 %	8.4%

- Casualfood (Nichtaktivierung Verlustvorträge)
- Positive Effekte aus STAF 2019.

in Mio. CHF	Guidance FY 2020	FY 2019
CapEx	14 bis 16	14.1

- Eröffnung Flughafen Berlin Ende Oktober 2020 mit einmalig höheren Investitionen (jedoch weniger als ursprünglich geplant, da Corona-bedingt schrittweise Eröffnung der Terminals).

Weitere Gruppen-Kernthemen

- ORIOR «New Normal»: neue Chancen.
- Weitere Verankerung der Nachhaltigkeit im Unternehmen.
- Strategie ORIOR 2025: Präsentation im November 2020.

Ausblick Segment Convenience

Stabiles bis leicht wachsendes zweites Halbjahr; Fertigménüs weiterhin unter Druck

Positive Treiber:

- Detailhandel mit weiterhin erhöhter Nachfrage (aber langsam abflachend).
- Weiterhin gute Entwicklung Pasta, Biotta Säfte, Vegi-Spezialitäten.
- Weitere Erholung Food Service-Kanäle:
> Klassische Gastronomie, Take-away, Mittagstisch.
- Detailhandel mit Wiederaufnahme von Innovations-einführungen: erste Produkte bereits platziert.

Herausforderungen:

- Food Service-Kanäle mit weiterhin reduzierter Leistung:
> Event- und Catering-Bereich
> Kantinen (Homeoffice), Heime (Einschränkungen)
> Konsolidierungen
- Verändertes Konsumverhalten aufgrund behördlicher Corona-Massnahmen:
> Fertigménüs weiterhin unter Druck.
- Rohstoffverfügbarkeiten (v.a. Schweiz, Bio, Geflügel, Erbsenprotein).



Ausblick Segment Refinement

Stabiles zweites Halbjahr

Positive Treiber:

- Detailhandel mit weiterhin erhöhter Nachfrage (aber langsam abflachend)
- Weitere Erholung Food Service-Kanäle:
> Tourismus Tessin/Graubünden
> klassische Gastronomie in Städten
- Starke Heritage-Marken mit hoher Glaubwürdigkeit:
> Bio/Regionalität gewinnt weiter an Wichtigkeit.
- Detailhandel mit Wiederaufnahme von Innovations-einführungen: erste Produkte bereits platziert.

Herausforderungen:

- Food Service-Kanäle mit weiterhin reduzierter Leistung:
> Kantinen (Homeoffice),
> Konsolidierungen
- Rohstoffpreise und -verfügbarkeiten (v.a. Bio und Schweiz).



Ausblick Segment International

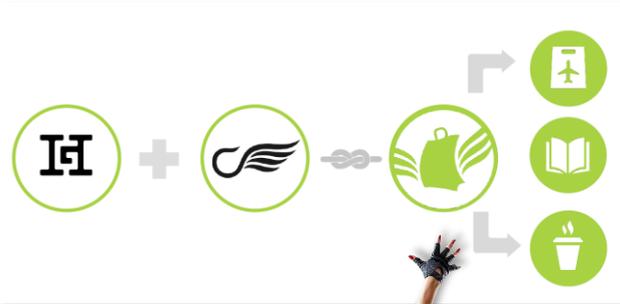
Stabiles zweites Halbjahr (exkl. Casualfood), Fertighenüs weiter unter Druck

Positive Treiber:

- Hohe Innovationskadenz: z. B. Chef-Menüs, Frisch-/Ultrafrisch-Menüs, To-Go Konzepte wie Deli Berlin.
- Weitere Diversifikation bei Geografie und Kunden (v.a. getrieben von Culinor).
- Gesa und Spiess Export mit weiterhin guter Performance.
- Casualfood ideal aufgestellt für Wiederhochfahren der Flughäfen (inkl. Smartseller).
- Eröffnung neuer Flughafen Berlin.

Herausforderungen:

- Nur langsame Erholung der Flugindustrie
 > Bis Ende Jahr mind. die Hälfte der Casualfood Outlets wieder geöffnet.
- Verändertes Konsumverhalten und Homeoffice:
 > Fertighenüs weiterhin unter Druck.
- Food Service-Kanäle mit weiterhin reduzierter Leistung:
 > Schulen
 > Systemgastronomie



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.



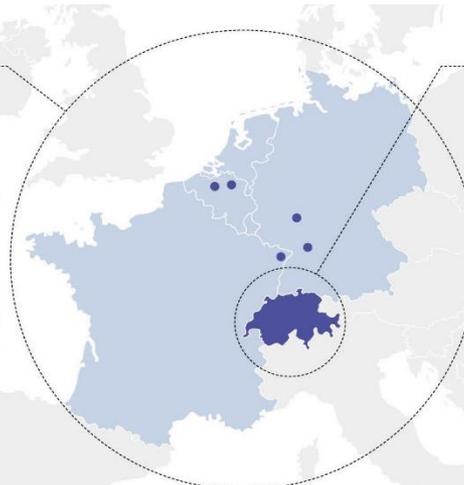
Gesa, Neuenstadt-Stein (DE)
 Biologische Gemüsesäfte für die Getränke- und Lebensmittelindustrie.



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
 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 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



- Traditions Handwerk
- 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 Fleischtrocknerei 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

Kotierung	SIX Swiss Exchange	Aktienkurs per 14.08.2020	CHF 75.00
Valorennummer	11167736		
ISIN-Code	CH011 1677 362		
Ticker-Symbol	ORON		
LEI	50670020I84ZA17K9522		
UID	CHE-113.034.902		

Dividende	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Dividende pro Aktie in CHF	2.32	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.

Aktienkennzahlen		30.06.20	30.06.19
Kurs der Aktie am 30.06.	in CHF	77.90	82.50
Jahreshöchst (Juli – Juni)	in CHF	94.70	87.00
Jahrestiefst (Juli – Juni)	in CHF	71.00	74.00
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	507.7	537.7
Reingewinn pro Aktie	in CHF	1.28	2.15
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	1.47	3.20
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	11.70	13.58

Bedeutende Aktionäre (Stand 18.08.2020)¹

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

09.11.20	Investorentag – Präsentation Strategie ORIOR 2025
10.03.21	Publikation Jahresresultat / Geschäftsbericht 2020
26.04.21	Generalversammlung

¹ Detaillierte Informationen zu den bedeutenden Aktionären finden sich auf S. 16 im Halbjahresbericht 2020.