

ORIOR mit guter Entwicklung im Heimmarkt Schweiz; Geschäftsjahr stark geprägt von coronabedingten Einflüssen

- Steigerung Nettoerlös um 0.7% auf CHF 600.3 Mio. (wechselkursbereinigt +1.6%); die im August gegebene Guidance für das zweite Halbjahr 2020 konnte damit übertroffen werden.
- Geschäftsjahr stark geprägt von coronabedingten Einflüssen: Verschiebungen im Produkt- und Kanalmix, Umsetzung der behördlichen Massnahmen sowie fast kompletter Einbruch der Reisegastronomie und des Food Service.
- EBITDA reduziert sich um 13.5% auf CHF 52.8 Mio., entsprechend einer EBITDA-Marge von 8.8% für das Gesamtjahr; im zweiten Halbjahr mit deutlicher Steigerung auf 9.4%.
- Finanzielle Rahmenbedingungen von Casualfood flexibilisiert und auf neue Grundlage gestellt.
- ORIOR Strategie 2025 präsentiert; Umsetzung gestartet, ESG-Ziele noch stärker verankert.
- Attraktive Dividendenpolitik mit stetiger Steigerung der absoluten Dividende bestätigt: Dividende von CHF 2.33 je Aktie beantragt.
- Umsatzsteigerung und deutliche Rentabilitätsverbesserung für 2021 erwartet, trotz anhaltender Pandemie.
- Rolf U. Sutter, Präsident des Verwaltungsrats, stellt sich für maximal zwei weitere Amtsperioden zur Wiederwahl zur Verfügung.

Die international tätige Schweizer Food & Beverage Gruppe ORIOR präsentiert ein von der Coronapandemie geprägtes Geschäftsjahr. Die Umsetzung der behördlichen Massnahmen mit grösstenteils einmaligen Zusatzkosten für den Schutz der Mitarbeitenden und die Aufrechterhaltung der Lieferbereitschaft sowie gleichzeitig der fast komplette Einbruch der Reisegastronomie und die zeitweise grossflächigen Schliessungen unserer Food-Service-Kunden (Gastronomie, Grosshandel, Take-away, Event-Catering, Kantinen, Schulen und Mittagstisch) beeinflussen das Resultat wesentlich. Der Heimmarkt Schweiz entwickelte sich trotz bedeutender Produkt- und Kanalmixverschiebungen umsatzmässig sehr gut. Die Gruppen-Rentabilität konnte dank nachhaltiger Flexibilisierung der Kostenstrukturen und der Prozesse gegenüber dem ersten Halbjahr stark verbessert werden und befindet sich – Casualfood ausgenommen – zurück auf dem Niveau des zweiten Halbjahrs 2019.

Im Geschäftsjahr 2020 erzielte die ORIOR Gruppe einen Nettoerlös von CHF 600.3 Mio., was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 0.7% entspricht (Vorjahr: CHF 596.4 Mio.). Die Nettoerlösentwicklung setzt sich zusammen aus einem negativen organischen Wachstum von -0.9%, einem Wechselkurseffekt von -0.9% und einem Akquisitionseffekt aus der Vollkonsolidierung von Casualfood seit September 2019 von 2.5%. Die im August gegebene Guidance für das zweite Halbjahr 2020 konnte damit dank des guten Dezembers – getragen auch von den Grenzschiessungen und damit weiteren Erhöhungen des inländischen Konsums – sowie generell dank der guten Entwicklung der Schweizer Kompetenzzentren übertroffen werden. Auch die erfreuliche Entwicklung des Home-Delivery-Geschäfts in Belgien sowie die wachsende Nachfrage nach biologischen Säften der Biotta Schwestergesellschaft Gesa trugen positiv dazu bei. Der Nettoerlös wird bedeutend belastet durch die seit Herbst 2019 vollkonsolidierte und auf die Reisegastronomie spezialisierte Casualfood, welche bedingt durch den stark reduzierten Reiseverkehr fast komplett zum Stillstand kam. Einen weiteren bedeutenden Einfluss auf das Resultat hatte der zeitweise massive Einbruch des Food Service, insbesondere bei der klassischen Gastronomie und der gesamten Event-Branche sowie auch bei der Hotellerie, den Mittagstischen und den Kantinen.

In Summe realisierte das Segment Refinement ein starkes Wachstum, das Segment Convenience erreichte knapp das Vorjahresniveau, und das Segment International musste wie erwartet aufgrund der durch die Coronaeffekte stark eingeschränkten Casualfood einen Rückgang in Kauf nehmen.

Der Bruttogewinn reduzierte sich um 2.7%, wesentlich beeinträchtigt vom Segment International. Die Bruttomarge der Gruppe verringerte sich von 44.9 auf 43.4% und widerspiegelt neben dem Lagerabbau durch das gute Weihnachtsgeschäft auch die Produkt- und Kanalmixverschiebungen sowie die nach wie vor hohen Fleischpreise. Ausserdem konnten aufgrund des abrupten Stillstands der Gastronomie beim ersten Lock-down im März einige bereits produzierte Produkte nicht mehr über die normalen Verkaufswege abgesetzt werden, was sich ebenfalls auf die Bruttomarge auswirkte. Der EBITDA beläuft sich auf CHF 52.8 Mio. (Vorjahr CHF 61.0 Mio.). Die Rentabilität (EBITDA-Marge) konnte von 8.2% im ersten Halbjahr 2020 auf 9.4% im zweiten Halbjahr 2020 relevant verbessert werden und resultiert für das Gesamtjahr in einer EBITDA-Marge von 8.8%. Die von der Pandemie schwer betroffene Casualfood ausgeschlossen, erreicht die Gruppen-Rentabilität – trotz Wachstums mit dem generell tiefermargigen Segment Refinement, hohen Fleischpreisen und den erwähnten coronabedingten Einflüssen – knapp das Vorjahresniveau. Diese gute Entwicklung der Rentabilität wurde wesentlich unterstützt von der seit April eingeführten Schlüsselinitiative «ORIOR New Normal», unter welcher zum Beispiel dank der neuen Shared Services Centers in den Bereichen HR und Finanzen wesentliche übergreifende Effizienzverbesserungen eingeleitet werden konnten. Der EBIT reduzierte sich um 30.8% auf CHF 25.8 Mio. (Vorjahr: CHF 37.3 Mio.), insbesondere aufgrund regulärer Amortisationen und Abschreibungen im Zusammenhang mit der Übernahme der Mehrheit an Casualfood im September 2019. Der Reingewinn resultiert bei CHF 21.8 Mio. (Vorjahr: 31.5 Mio.).

Der operative Cash Flow erreichte mit Blick auf den Gesamtkontext gute CHF 52.3 Mio. (Vorjahr: CHF 57.1 Mio.). Die Verschuldungsquote (Net debt / EBITDA) beträgt 2.87x und wird beeinträchtigt von der im Herbst 2020 planmässig und zu vorgängig vereinbarten Parametern übernommenen dritte Tranche an Casualfood und von den coronabedingten EBITDA-Einbussen, aber positiv unterstützt vom Cash- und Working Capital-Management.

Daniel Lutz, CEO der ORIOR Gruppe, zum Geschäftsergebnis 2020: «Dieses Resultat ist gegenüber unseren ursprünglichen Erwartungen und Zielen für das Jahr 2020 natürlich ernüchternd. Im Gesamtkontext von Corona sowie im Wissen um die ausserordentlichen Einflussfaktoren, welche in diesem Geschäftsjahr eingewirkt haben, bin ich mit unserer Gesamtleistung trotzdem zufrieden. Es ist uns gelungen, den Schutz der Mitarbeitenden und die Lieferbereitschaft jederzeit sicherzustellen und damit trotz allem den Umsatz stabil zu halten. Im Rahmen von ORIOR New Normal haben wir zudem an der nachhaltigen Flexibilisierung der Kosten und der Prozesse gearbeitet. Das hat unsere Performance im zweiten Halbjahr wesentlich verbessert und wird uns auch in Zukunft unterstützen.»

ORIOR Segment Convenience

Das ORIOR Segment Convenience mit den Kompetenzzentren Fredag, Le Patron, Pastinella und Biotta erwirtschaftete einen Nettoerlös von CHF 201.8 Mio. und erreichte damit knapp das Vorjahresniveau von CHF 202.0 Mio. Die Entwicklung setzt sich zusammen aus starker Performance im Detailhandel einerseits und starken Einbrüchen in den Produktsortimenten für den Food-Service-Bereich andererseits. Die aus den behördlichen Massnahmen resultierenden Schliessungen von Betrieben und Schulen, die Einschränkungen der Bewegungsmöglichkeiten sowie damit einhergehend auch das veränderte Konsumverhalten haben sich stark auf den Absatz von Menüs und Menükomponenten ausgewirkt. Im Segment Convenience ist der Food-Service-Bereich (Gastronomie, Grosshandel, Take-away, Event-Catering, Kantinen, Schulen und Mittagstisch) umsatzmässig sehr bedeutend und erlitt coronabedingt während mehrerer Monate massive Einbrüche. Während der Sommermonate verlief der Absatz in der Gastronomie etwas besser, ging jedoch mit der zweiten Welle im Herbst wieder deutlich zurück. Dank der Flexibilisierung der Prozesse und starker Partnerschaften mit den Kunden ist es dem Segment Convenience – trotz mehrfacher Sortimentsanpassungen aufgrund des veränderten Kanalmix – gelungen, das Vorjahresniveau zu erreichen.

ORIOR Segment Refinement

Das ORIOR Segment Refinement mit den Kompetenzzentren Rapelli, Albert Spiess und Möfag präsentiert ein von hohen Fleischpreisen und grossen Produkt- und Kanalmixverschiebungen geprägtes, sehr gutes Geschäftsjahr mit einem organischen Umsatzwachstum von 3.3% auf CHF 266.7 Mio. Das Wachstum wird getragen durch die starke Performance der Kernproduktsortimente aller drei Kompetenzzentren im Detail-

handel, insbesondere von Rapelli und Möfag. Der Anteil im Food Service ist im Segment Refinement etwas tiefer als im Segment Convenience. Gleichzeitig hatten die veränderten Konsumbedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten tendenziell eher einen positiven Effekt auf die Produktsortimente des Segments Refinement. In der Folge konnte der zeitweise massive Einbruch im Food Service dann auch durch den starken Anstieg der Nachfrage im Detailhandel überkompensiert werden. Ein zusätzliches Highlight – wenn auch noch auf tiefem Niveau – ist das Go-live des Albert Spiess Online-Shops im November 2020. Damit ist der Schritt hin zum Direktverkauf von Bündner Genussspezialitäten an die Konsumentinnen und Konsumenten erfolgreich gelungen. In Summe hat das Resultat des Segments Refinement im Berichtsjahr eindrücklich gezeigt, wie wichtig dieses von starken Marken, Tradition, Handwerk und Stabilität geprägte Segment im Gesamtkontext der resilienten, breiten Aufstellung der ORIOR Gruppe ist.

ORIOR Segment International

Das ORIOR Segment International mit den Kompetenzzentren Culinor Food Group und Casualfood, mit der zur Biotta gehörenden Schwestergesellschaft Gesa sowie mit der Kommissionierungs- und Vertriebsplattform Spiess Europe erwirtschaftete im Berichtsjahr einen Nettoerlös von CHF 154.8 Mio., was einem Rückgang von 3.0% entspricht. Das organische Wachstum betrug –8.7% und ist geprägt vom Kompetenzzentrum Casualfood, welches auf die Reisegastronomie spezialisiert ist und durch den coronabedingten Einbruch des Flugverkehrs und generell durch die Einschränkungen der Bewegungsfreiheiten zeitweise faktisch zum Stillstand kam. Zusätzlich wirkte sich der stark negative Wechselkurs mit einem Effekt von –3.5% auf den Nettoerlös aus. Der Akquisitionseffekt aus der seit September 2019 zur Mehrheit vollkonsolidierten Casualfood betrug 9.2%. Die coronabedingten Einflüsse bei Culinor Food Group in Belgien waren sehr ähnlich wie diejenigen in der Schweiz: starke Zunahme des Detailhandels auf der einen Seite, zeitweise massiver Einbruch der Food-Service-Umsätze auf der anderen Seite. Positiv hervorzuheben sind die bedeutend bessere Entwicklung im zweiten Halbjahr 2020 sowie das gute Wachstum des Home-Delivery-Bereichs. Ausserdem gelang es Culinor, mit neuen innovativen Frisch-Menü-Konzepten die Kundenbasis im zweiten Halbjahr 2020 bedeutend zu erweitern. In Summe konnten die Coronaeffekte – insbesondere die generell reduzierte Nachfrage bei Menüs und Menükomponenten – jedoch nicht wettgemacht werden. Die zur Biotta gehörende und auf biologische Gemüsesäfte im B2B-Geschäft spezialisierte Schwestergesellschaft Gesa in Deutschland konnte vom anhaltenden Trend hin zu mehr Bio und Regionalität profitieren und den Absatz erfreulich steigern. Die grenzüberschreitende Ähnlichkeit der Veränderung bei den Produkt- und Kanalmixverschiebungen sowie den daraus folgenden Konsumbedürfnissen zeigt sich auch beim guten Wachstum der Kommissionierungs- und Vertriebsplattform Spiess Europe im französischen Haguenau.

Casualfood von Einbruch des Flugverkehrs stark betroffen

Casualfood hat die Ergebnisse der ORIOR Gruppe im Jahr 2020 stark belastet. Der fast komplette Lockdown der rund 60 kleinflächigen, auf die Reisegastronomie ausgerichteten Outlets hat uns gezwungen, die finanziellen Rahmenbedingungen auf eine neue Grundlage zu stellen. Sämtliche Strukturkosten und Mietverträge sowie die Flächenausnutzung und die Angebotskonzeption wurden auf eine neue Basis gestellt. Als Folge dieser grundsätzlichen Überarbeitung – welche aufgrund des stark angeschlagenen Reiseverkehrs in dieser Grössenordnung überhaupt erst möglich wurde – wird die operative Rentabilität von Casualfood künftig auch mit sich nur langsam entwickelnden Passagierfrequenzen bedeutend schneller auf das Vor-Corona-Niveau zurückfinden. Der direkte Vergleich mit den von der IATA publizierten Prognosen hinsichtlich Flugpassagierentwicklung ist folglich nur bedingt möglich. Die nächsten, noch stark von Corona beeinträchtigten Monate werden von den in Aussicht gestellten Unterstützungsleistungen des deutschen Staates abgedeckt.

ORIOR Strategie 2025

Im November 2020 präsentierte ORIOR ihre strategische Ausrichtung für die nächsten fünf Jahre. Herzstück der ORIOR Strategie 2025 sind die strategischen Eckpfeiler «Innovations-Haus», «Marken erleben!», «Starkes Fundament und operative Agilität», «Die ORIOR Verantwortung» und «Wir sind ORIOR». Die gruppenweiten strategischen Schlüsselinitiativen umfassen das intradisziplinäre «ORIOR Champion-Modell», die übergreifenden «ORIOR Brückenschläge» und das zukunftsweisende «ORIOR New Normal».

Daniel Lutz, CEO der ORIOR Gruppe, zu den Zielen der Strategie: «Das übergeordnete Ziel unserer ORIOR Strategie 2025 ist nach wie vor die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Was wir darunter konkret verstehen, haben wir in unseren Ambitionen in quantifizierte Zielwerte übersetzt. Umsatzwachstum ist uns wichtig. Genauso wichtig ist jetzt aber auch, dass wir unseren EBITDA steigern und unsere Verschuldung abbauen. An diesen Themen arbeiten wir, jeden Tag, kraftvoll und mit grosser Identifikation und Motivation.»

Die ORIOR Verantwortung – ESG-Ziele noch stärker verankert, auch im Vergütungsmodell

Im Juli 2020 publizierte ORIOR ihren zweiten entlang des GRI-Standards verfassten Nachhaltigkeitsbericht. Neu wurden darin auch ORIORs Beiträge an die von den UNO-Staaten verabschiedeten Nachhaltigkeitsziele, die sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs), integriert. Gleichzeitig rapportiert der Bericht umfassend über die Zielerreichung sowie detailliert über laufende Massnahmen in den einzelnen Units. Im Kontext der Coronakrise haben gewisse Nachhaltigkeitsthemen stark an Wichtigkeit zugelegt, wie z.B. Arbeitssicherheit und Gesundheit. Es ist ORIOR gelungen, dank der sehr schnellen und umfassenden Massnahmen die gesamte Belegschaft bestmöglich zu schützen. Es mussten aber auch Rückschritte in Kauf genommen werden. Zum Beispiel mussten zum Schutz der Mitarbeitenden Prozesse verlangsamt werden, was den Stromverbrauch erhöhte, oder einige Produkte konnten aufgrund des abrupten Stillstands der Gastronomie nicht mehr über normale Verkaufswege abgesetzt werden, was sich negativ auf unsere Food Waste-Bilanz auswirkte. Wichtige Schritte konnten in der weiteren Verankerung der Nachhaltigkeit vorangetrieben werden. So wurden die übergreifenden ESG-Ziele im Rahmen der Verfeinerung der Beteiligungs- und Vergütungspolitik der ORIOR Gruppe noch stärker und mit einer höheren Gewichtung in die variablen Vergütungen des gesamten Top-Managements eingebunden.

ORIOR ist sich der Wichtigkeit des nachhaltigen Handelns (nichtfinanzielle Leistung) sehr bewusst und adressiert dies im Sinne der gesamtheitlichen Unternehmensführung aktiv und integrativ. Im Geschäftsbericht 2020 wird entlang der ESG-Systematik verdeutlicht, wo die einzelnen Themen bei ORIOR verortet sind respektive wie diese bei ORIOR angegangen werden. Der Nachhaltigkeitsbericht 2020 mit allen Details zur Entwicklung bezüglich der Ziele wird im Mai 2021 publiziert.

Attraktive Dividendenpolitik mit stetiger Steigerung der absoluten Dividende bestätigt

Zusammen mit der ORIOR Strategie 2025 wurde auch das langjährige Bekenntnis zu einer attraktiven und verlässlichen Dividendenpolitik bestätigt. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung vom 26. April 2021, eine leicht höhere absolute Dividende von CHF 2.33 je Aktie auszuschütten (Vorjahr: CHF 2.32). Die beantragte Dividende setzt sich zusammen aus einer ordentlichen Dividende aus den Gewinnreserven in der Höhe von CHF 1.17 (verrechnungssteuerpflichtig) und einer Dividende aus den gesetzlichen Kapitaleinlagereserven in der Höhe von CHF 1.16 (verrechnungssteuerfrei).

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – Geschäftsjahr 2020

in TCHF	2020	Δ in %	2019
Nettoerlös	600 313	+0.7%	596 350
EBITDA	52 803	-13.5%	61 031
<i>EBITDA in % vom Nettoerlös</i>	<i>8.8%</i>		<i>10.2%</i>
EBIT	25 814	-30.8%	37 322
<i>EBIT in % vom Nettoerlös</i>	<i>4.3%</i>		<i>6.3%</i>
Reingewinn	21 805	-30.8%	31 494
<i>Reingewinn in % vom Nettoerlös</i>	<i>3.6%</i>		<i>5.3%</i>
Operativer Cash Flow	52 290	-8.4%	57 093
Nettoverschuldung/EBITDA-Quote	2.87		2.47
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>18.1%</i>		<i>21.4%</i>
Dividende je Aktie in CHF	2.33		2.32
Börsenkapitalisierung	491 419		583 316
Durchschnittlicher Personalbestand	2 028		2 295

Ausblick

Wir erwarten für das laufende Geschäftsjahr ein organisches Umsatzwachstum von 0.8 bis 2.4% sowie insbesondere eine deutliche Steigerung der operativen Rentabilität (EBITDA-Marge). Diese Erwartungen gründen auf der Annahme, dass die Gesamtsituation rund um Corona und die damit verbundenen Einflüsse noch weitere Monate anhalten werden und dass ab Sommer eine langsame Erholung eintreffen wird. Umsatzwachstum erwarten wir aus den Segmenten International und Convenience. Namentlich aus dem Kompetenzzentrum Culinor Food Group in Belgien, insbesondere dank erfreulicher Neulistungen, aus den Kompetenzzentren Fredag und Biotta in der Schweiz sowie ab dem zweiten Halbjahr 2021 auch aus der Casualfood in Deutschland. Die weitere operative Rentabilitätsverbesserung wird massgeblich getragen von Umsatzwachstum in margenstärkeren Produktsegmenten, der neuen finanziellen Grundlage von Casualfood und deren schrittweisen Erholung sowie von der nachhaltigen Flexibilisierung der Kosten und der Prozesse. Hier erwarten wir eine kontinuierliche weitere Verbesserung über das gesamte Geschäftsjahr.

	Guidance 2021*	2020
Nettoerlös	605 bis 615 Mio.	600 Mio.
EBITDA-Marge	9.8 bis 10.2%	8.8%
Steuerquote	15 bis 19%	14%
CapEx	19 bis 21 Mio.	14.5 Mio.

* bei gleichbleibenden Wechselkursen

Rolf U. Sutter stellt sich für maximal zwei weitere Amtsperioden zur Wiederwahl zur Verfügung

Rolf U. Sutter, Präsident des Verwaltungsrats der ORIOR AG, hat dem Unternehmen kundgetan, dass er sich für maximal zwei weitere Amtsperioden zur Wiederwahl zur Verfügung stellt. Die Evaluation für seine Nachfolge wird nun aufgenommen.

Generalversammlung 2021

Der Verwaltungsrat hat unter Einbezug der aktuellen Situation rund um das Coronavirus und gestützt auf die COVID-19-Verordnung beschlossen, dass die bevorstehende Generalversammlung vom 26. April 2021 wiederum nicht im gewohnten Rahmen stattfindet. Die physische Teilnahme an der Generalversammlung ist entsprechend auch dieses Jahr nicht möglich. Die Stimmrechte können via den unabhängigen Stimmrechtsvertreter ausgeübt werden. Weitere Details folgen mit der offiziellen Einladung zur Generalversammlung.

Dank

Wir danken unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für das konsequente Umsetzen und Einhalten aller Massnahmen zum Schutz der Gesundheit und für ihr bemerkenswertes Engagement und ihren Einsatz. Wir bedanken uns bei unseren Geschäftspartnern und Lieferanten für die gute Zusammenarbeit in diesem ausserordentlichen Jahr. Ein grosser Dank geht auch an unsere Aktionärinnen und Aktionäre für das Vertrauen in ORIOR.

Einladung zur Videokonferenz

Heute Mittwoch, 10. März 2021, 10.00 Uhr, führen der CEO Daniel Lutz, der CFO Andreas Lindner und die Leiterin Corporate Communications & Investor Relations Milena Mathiuet im Rahmen einer Teams-Videokonferenz durch das Jahresergebnis 2020.

Teilnahme via Teams: [>> Hier klicken, um an der Konferenz teilzunehmen <<](#)

Teilnahme per Telefon: +41 43 430 76 25, Konferenz-ID: 629 310 201#

Für organisatorische Fragen zur Videokonferenz oder bei Problemen mit dem Link wenden Sie sich bitte an: Judith Zobrist, judith.zobrist@orior.ch, Direktwahl +41 44 308 65 04

Download-Links:

[>> Geschäftsbericht 2020](#)

[>> Alternative Performance Kennzahlen Geschäftsjahr 2020](#)

[>> Präsentation Jahresergebnis 2020](#)

[>> Bildergalerie für Medien](#)

Kontakt

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

Investoren-Agenda

26. April 2021: Generalversammlung

17. August 2021: Publikation Halbjahresergebnis und Halbjahresbericht 2021

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