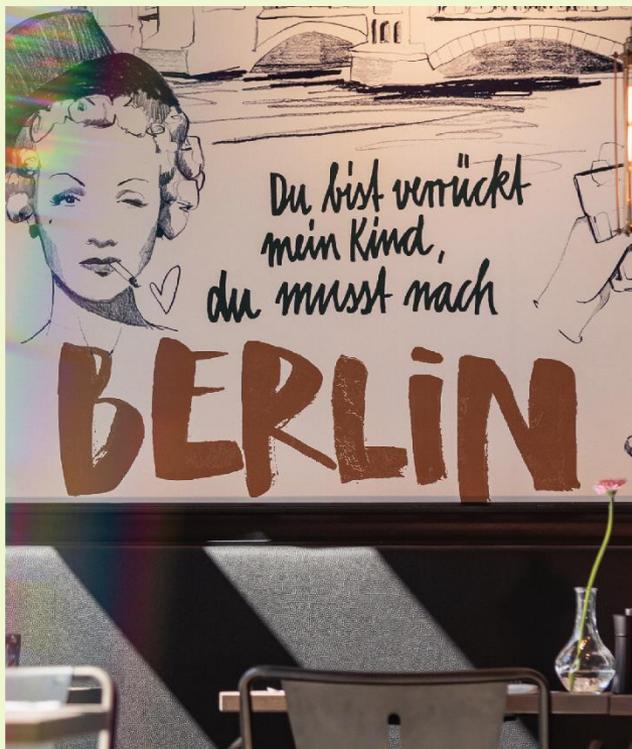


ORIOR

★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD



2021

ORIOR Gruppe

JAHRESRESULTAT

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 der vorliegenden 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 Geschäftsjahr 2021», welches unter <https://orior.ch/de/finanzberichte> einsehbar ist, definiert diese alternativen Performancekennzahlen.

Agenda

Geschäftsjahr 2021

- CEO-Statement
- Aufstellung der ORIOR Gruppe
- Gruppeninitiativen
- ORIOR Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Weitere Kennzahlen ORIOR Gruppe

Ausblick

- CEO-Statement
- ORIOR Gruppe
- ORIOR Segmente

CEO-Statement

Geschäftsjahr mit starker Ergebnissteigerung im Rahmen unserer Erwartungen

Nettoerlös > Steigerung Nettoerlös um 2.3% auf CHF 614.1 Mio.

- *Organisch: +2.0%, Wechselkurseffekt +0.3%*
- *Positive Haupttreiber: zweistelliges Wachstum im Segment Convenience, insb. dank Plant-based-Spezialitäten und Frischpasta, sehr erfreuliche Performance von Culinor Food Group*
- *Negative Faktoren: andauernde wesentliche Corona-Einflüsse, Reisegastronomie und Food Service nach wie vor nur zögerliche Normalisierung*

Rentabilität > EBITDA Steigerung um 21.4% auf CHF 64.1 Mio. (EBITDA-Marge 10.4%)

- *Starke Verbesserung der EBITDA-Marge von 8.8% im Vorjahr auf 10.4%*
- *Haupttreiber: Wachstum mit margenstarken Produktkategorien, nachhaltige Flexibilisierung der Kosten und Prozesse, neue finanzielle Grundlage von Casualfood und coronabedingte Unterstützungs- und Ausfallleistungen des deutschen Staates*

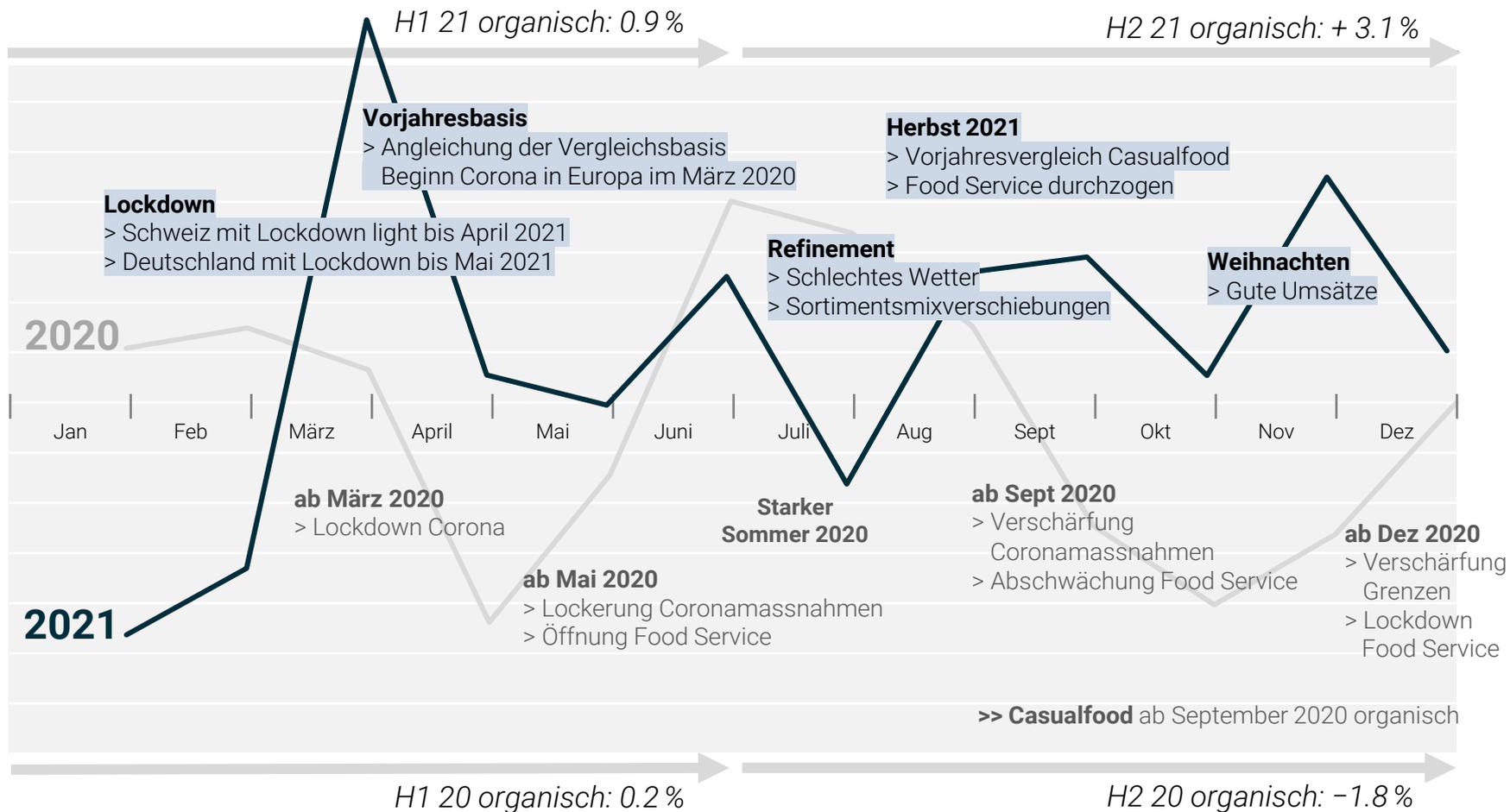
Wichtige Gruppeninitiativen

- *ORIOR Strategie 2025:*
 - *Implementierung und Umsetzung der Strategie 2025 auf Stufe Kompetenzzentren*
- *«ORIOR New Normal» / Werksentwicklung:*
 - *Investition in Ausbau der Plant-based-Produktionskapazitäten kurz vor Inbetriebnahme (April 2022)*
 - *Schliessung von zwei Fabriken und Integration in bestehende grössere Produktionswerke (Mai 2022)*
- *Die ORIOR Verantwortung / ESG:*
 - *Gute Fortschritte in der Nachhaltigkeit (z. B. Klimaziel, Bio/nachhaltige Produkte, CDP-Rating)*
 - *Stärkung der Governance (LTIP, Mindestbeteiligung, Verhaltenskodex)*



CEO-Statement

Organisches Wachstum von 2.0 %



Dezentrales Geschäftsmodell

Widerstandsfähigkeit dank dezentraler Aufstellung, starken Marken- und Produktwelten und breiter Diversifikation



Kompetenzzentrenphilosophie

- Starke Identifikation
- Nähe zum Markt sowie Schnelligkeit und Agilität dank gelebter Individualität
- Starke regionale Verankerung

Strategische Schlüsselinitiativen zur Umsatzpotenzialerschliessung, Effizienzsteigerung und Kostenoptimierung

- Zukunftsweisendes ORIOR New Normal, intradisziplinäres Champion-Modell, übergreifende ORIOR Brückenschläge

Breite Diversifikation

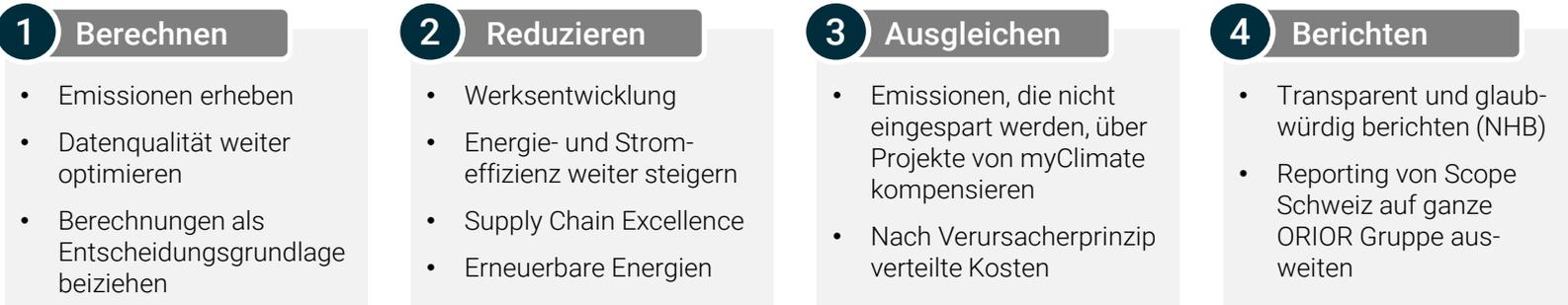
- In den Produkt- und Sortimentskategorien: von Frischmenüs und -pasta über Plant-based-Spezialitäten, Pasteten und Terrinen bis hin zu biologischen Gemüse- und Fruchtsäften, veredelte Fleischspezialitäten und Genussinseln
- In den Kanälen: vom traditionellen Detailhandel über Discounter bis Food Service und Reisegastronomie
- Im Kundenportfolio: breit abgestützt auf kleinen, mittelgrossen und grossen Kunden
- In der geografischen Marktabdeckung: lokal, regional, national und international (Anteil Auslandsumsatz nach Domizil der Kunden im Jahr 2021: 29.0 %)

ESG/Nachhaltigkeit bei ORIOR

Neues Klimaziel ORIOR Gruppe



Vier-Schritt-Vorgehen; wobei alle Schritte parallel angegangen und geführt werden



Segment Convenience mit zweistelligem Wachstum

Plant-based-Spezialitäten und Frischpasta mit ausserordentlicher Entwicklung

Nettoerlös

Steigerung um +10.4% auf CHF 222.8 Mio.

- Organisch: +10.4% (Vorjahr – 0.1%)

Das Segment Convenience erzielte 36.0% des Gruppenumsatzes.



- Kompetenzzentren: Fredag und Pastinella mit sehr gutem Wachstum, Biotta mit gutem Wachstum in der Schweiz, Le Patron im Rahmen der Erwartungen leicht über Vorjahr
- Markt: Retail sehr gut, Export von Plant-based-Produkten konnte stark zulegen, Erholung Food-Service-Kunden sehr unterschiedlich > klassische Gastronomie zögerlich, Take-away über Vor-Corona-Niveau
- Nachhaltige Steigerung der Rentabilität dank Flexibilisierung der Prozesse und der Kostenstrukturen
- Inbetriebnahme Erweiterung der Produktionskapazitäten für Plant-based-Spezialitäten ab April 2022

Produkte-Highlights

- Weiteres zweistelliges Wachstum mit Plant-based-Spezialitäten
- Frischpasta und Biotta Sortiment mit gutem Wachstum und punktuelltem Ausbau der Marktpräsenz
- Pasteten und Terrinen mit erfreulichem Revival



ORIOR Segment Refinement unter den Erwartungen

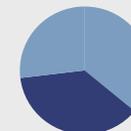
IT-Systemumstellung, Sortimentsmixverschiebungen und schwache klassische Gastronomie

Nettoerlös

Reduktion von -7.5 % auf CHF 246.8 Mio.

- Organisch: -7.5 % (Vorjahr: +3.3 %)

Das Segment Refinement erzielte 37.1 % des Gruppenumsatzes.



- Kompetenzzentren: Rapelli unter den Erwartungen, Albert Spiess und Möfag im Rahmen der Erwartungen
- Haupttreiber: Herausforderungen bei der Umstellung auf neues IT-System bei Rapelli, Sortimentsmixverschiebungen, schwache Umsätze mit der klassischen Gastronomie und Verfügbarkeit Bio-Rindfleisch
- Markt: Retail gut, schlechtes Wetter drückte auf Inlandtourismus (klassische Gastronomie) und Grillsortiment
- Rohstoffe: Rindfleisch- und Geflügelpreise weiterhin hoch, insb. für hiesige Rohstoffe; Verfügbarkeiten, insb. Schweiz und Bio knapp; Schweinefleisch mit leichter Entspannung seit Q4 2021

Produkte-Highlights

- Snacking-Artikel über alle drei Kompetenzzentren mit weiterhin guter Entwicklung
- Gute Absätze mit regionalen Spezialitäten, Bio-Produkten und Produkten mit nachhaltigen Zertifizierungen
- Online-Shop Albert Spiess etabliert sich mit Geschenkkörben und -sets



Segment International mit guter Entwicklung

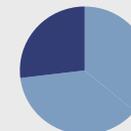
Breit abgestütztes Wachstum aus allen Geschäftsbereichen

Nettoerlös

Steigerung um +7.9% auf CHF 167.0 Mio.

- Organisch: +6.8% (Vorjahr: –8.7%)

Das Segment International erzielte 26.9% des Gruppenumsatzes.



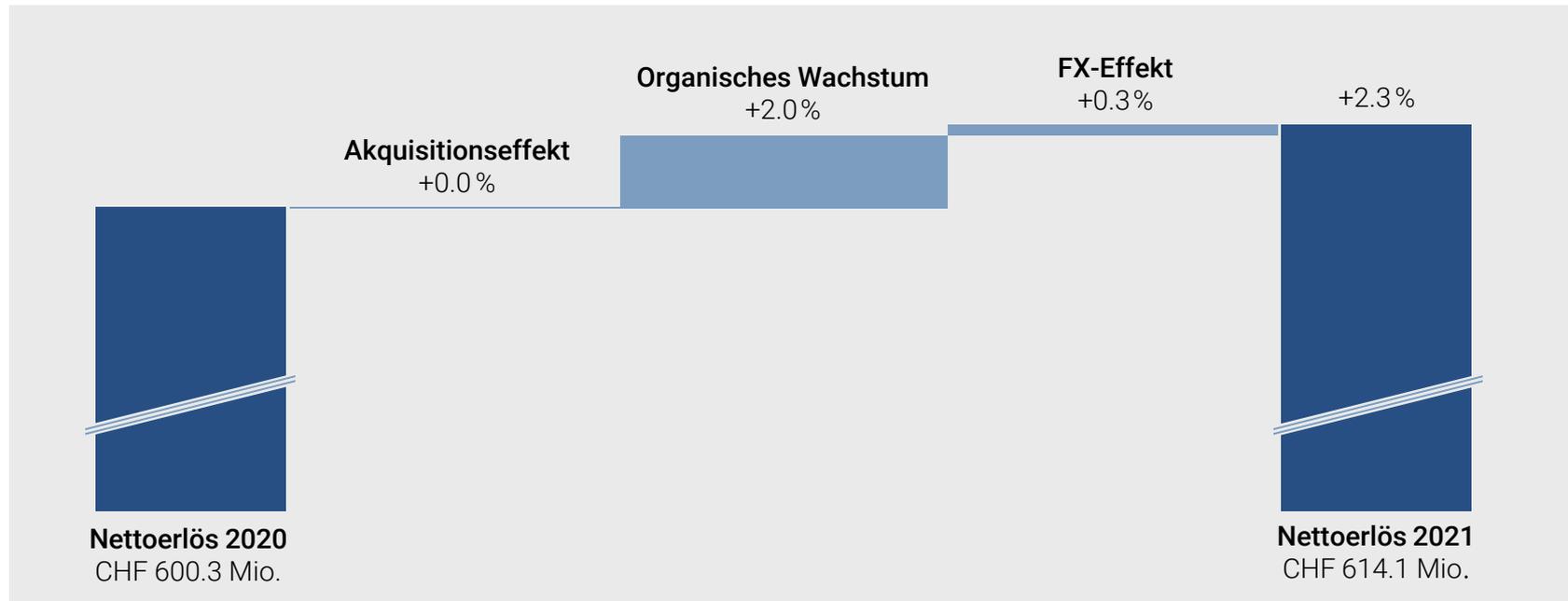
- Kompetenzzentren: Culinor Food Group überzeugt mit erfreulichem Wachstum dank Innovationskraft und Erweiterung Kundenbasis, Biotta's Schwestergesellschaft Gesa und Spiess Europe ebenfalls gut gewachsen, Casualfood nur geringfügig gewachsen gegenüber Vorjahr
- Flexibilisierte und auf neue Grundlage gestellte finanzielle Rahmenbedingungen (z. B. Mietverträge) von Casualfood mit nachhaltig positivem Einfluss auf Rentabilität

Produkte- und Konzept-Highlights

- Erweiterung der Kundenbasis und Neulistungen von Culinor im Bereich Frisch-Menüs entwickelten sich sehr gut
- Trendkategorien Bio, Qualität und Regionalität unterstützten die sehr gute Entwicklung von Gesa und Spiess Europe
- Smartseller-Flagship-Store (Integrativ-Konzepte Food & Beverage, Convenience Store und Duty-free) in Ljubljana wurde eröffnet
- Online-Shop Spiess Europe ist seit Herbst live



Gruppenwachstum von wie erwartet guten 2.3%



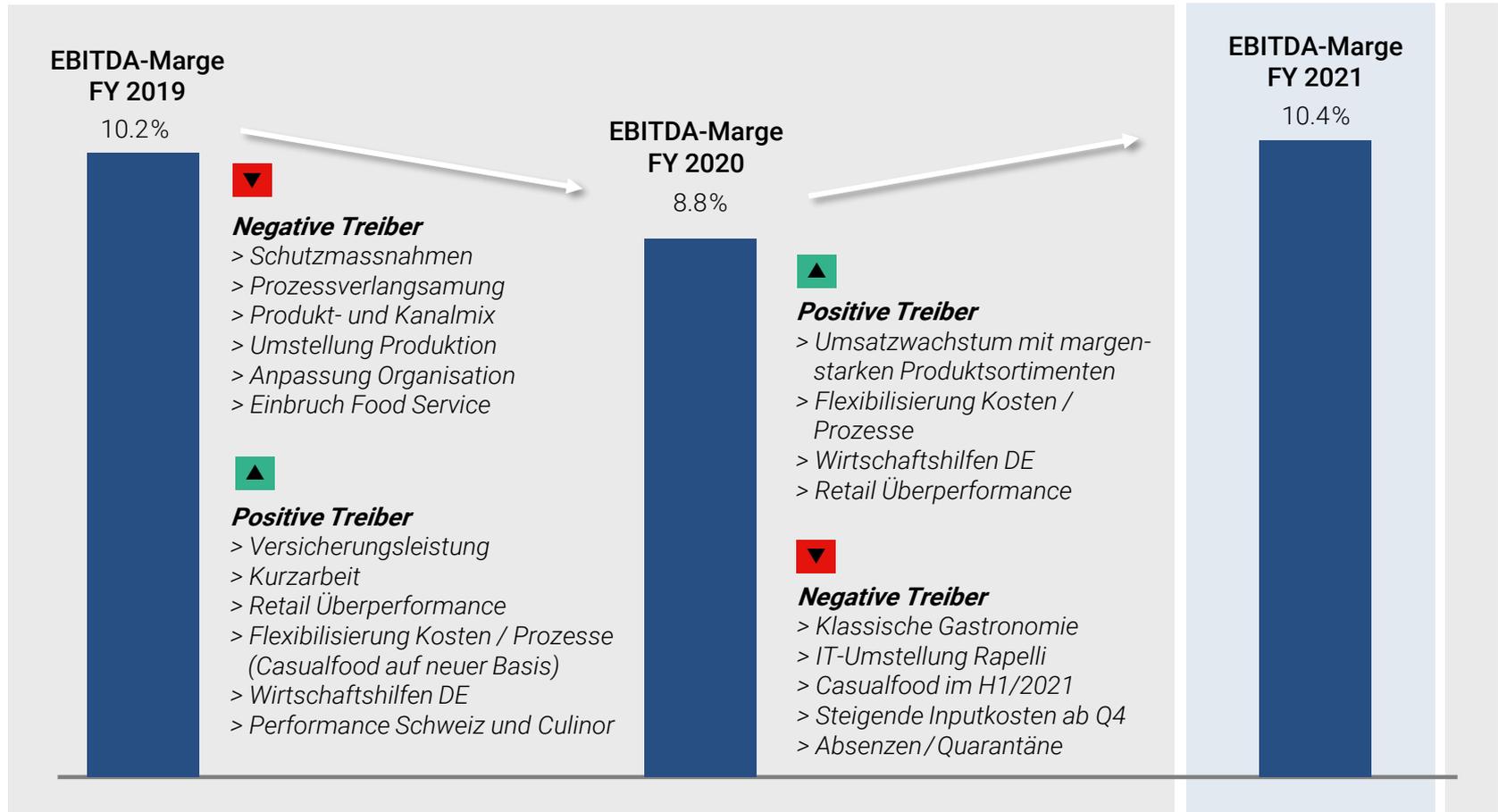
- Organisches Wachstum von +2.0%
 - *Sehr erfreuliches, zweistelliges Umsatzwachstum im Segment Convenience*
 - *Gutes Wachstum aus dem internationalen Kompetenzzentrum Culinor Food Group sowie aus Gesa und Spiess Europe; Casualfood nur geringfügig gewachsen*
 - *Segment Refinement gesamthaft unter den Erwartungen*
- Wechselkurseffekt von +0.3%

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2021	2020	Δ in %
Nettoerlös	614.1	600.3	+2.3%
Warenaufwand / Bestandesänderung	-339.1	-339.9	
Bruttogewinn	275.0	260.4	+5.6%
in % vom Nettoerlös	44.8 %	43.4 %	+141 Bps
EBITDA	64.1	52.8	+21.4%
in % vom Nettoerlös	10.4 %	8.8 %	+164 Bps
Abschreibungen und Amortisationen	-28.7	-27.0	
EBIT	35.4	25.8	+36.9%
in % vom Nettoerlös	5.8 %	4.3 %	+146 Bps

- Steigerung des Bruttogewinns um 5.6%, was zu einer Bruttomarge von 44.8% führt:
 - *Haupttreiber sind das Wachstum mit margenstarken Sortimenten, Produktmixveränderungen und Lagerbestände*
- Andere betriebliche Erträge von CHF 10 Mio. (Vorjahr: CHF 5.5 Mio.), massgeblich getrieben von coronabedingten Unterstützungs- und Ausfallleistungen in Deutschland
- Verbesserung des EBITDA um 21.4% auf CHF 64.1 Mio., entsprechend einer EBITDA-Marge von 10.4 %
- Abschreibungen enthalten ausserordentliche Wertberichtigungen von CHF 1.6 Mio. im Zusammenhang mit 2 Werksschliessungen

Haupteinflüsse EBITDA



Konsolidierte Erfolgsrechnung | EBIT – Konzernergebnis

in Mio. CHF	2021	2020	Δ in %
EBIT in % vom Nettoerlös	35.4 5.8%	25.8 4.3%	+36.9% +146 Bps
Finanzertrag/Finanzaufwand	-3.4	-2.8	
Konzernergebnis vor Steuern in % vom Nettoerlös	31.9 5.2%	23.0 3.8%	+38.9%
Ertragssteuern	-4.8	-3.3	
Minderheitsanteile	-0.2	-2.1	
Konzernergebnis Aktionäre ORIOR in % vom Nettoerlös	27.3 4.4%	21.8 3.6%	+25.1%

- Gute operative Leistung widerspiegelt sich auch in der deutlichen Verbesserung des EBIT und des Konzernergebnisses
- Absolute Zunahme der Ertragssteuern widerspiegelt die deutliche Verbesserung des Jahresergebnisses 2021:
 - Steuerquote von 15.0 % auf Vorjahresniveau (14.1%) und innerhalb der langfristigen Bandbreite von 15%–19%

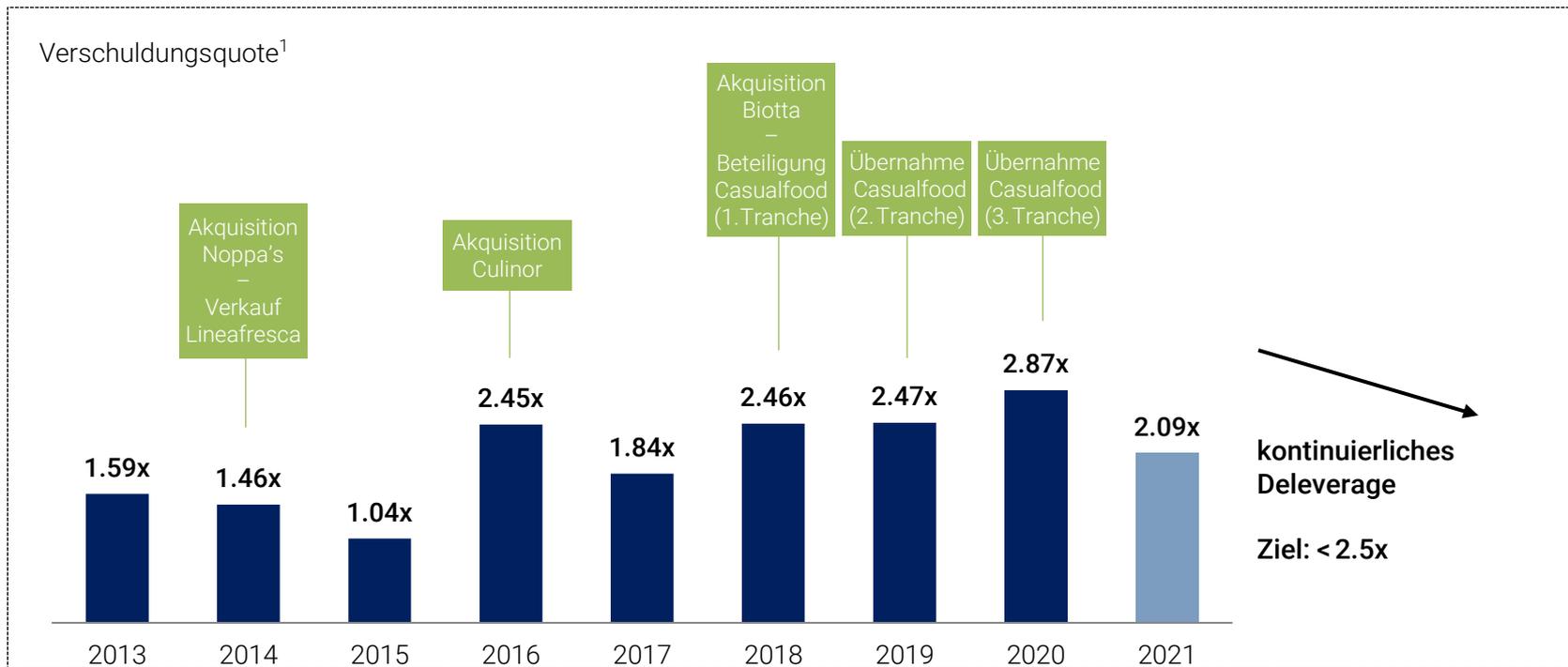
Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	31.12.2021		31.12.2020	
Umlaufvermögen	185.3	49.1%	178.4	47.0%
Sachanlagen	122.7		126.1	
Immaterielle Anlagen	64.8		72.6	
Finanzanlagen	4.2		2.3	
Total Aktiven	377.1	100.0%	379.4	100.0%

in Mio. CHF	31.12.2021		31.12.2020	
Fremdkapital	296.8	78.7%	310.9	81.9%
Eigenkapital	80.3	21.3%	68.5	18.1%
Total Passiven	377.1	100.0%	379.4	100.0%

- Reduktion der Nettoverschuldung um CHF 17.7 Mio.
- Deutliche Stärkung der Eigenkapitalquote auf 21.3% (Schattenrechnung inkl. Goodwill 38.3%)
- Keine wesentlichen Bilanzveränderungen gegenüber dem Vorjahr

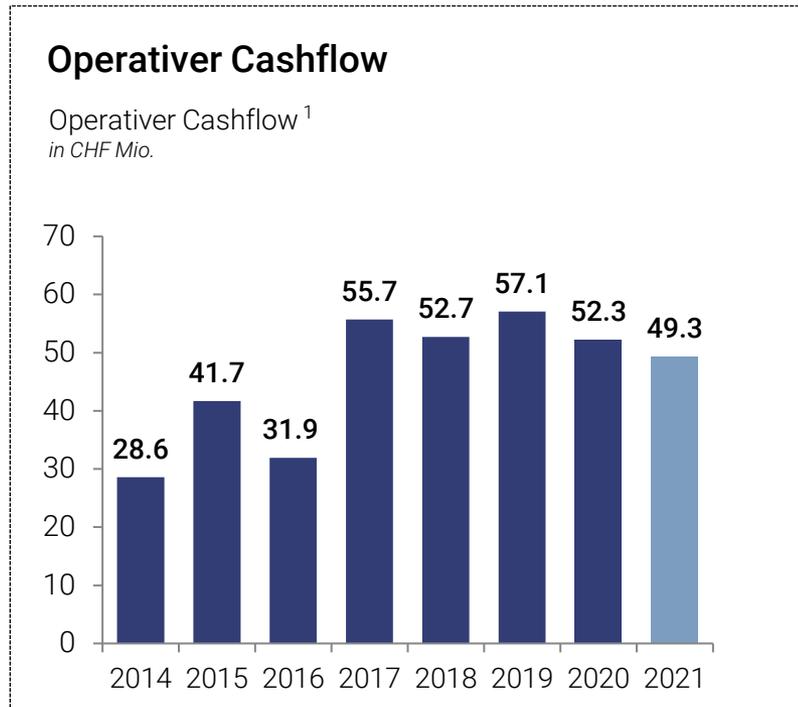
Verschuldungsquote



- Deutliche Verbesserung der Verschuldungsquote dank guter operativer Leistung
- Übernahme vierte und letzte Tranche an Casualfood (11 %) vorgesehen für September 2022
- Deleverage-Politik wird weiterhin konsequent fortgesetzt, mit klarem Ziel von < 2.5x

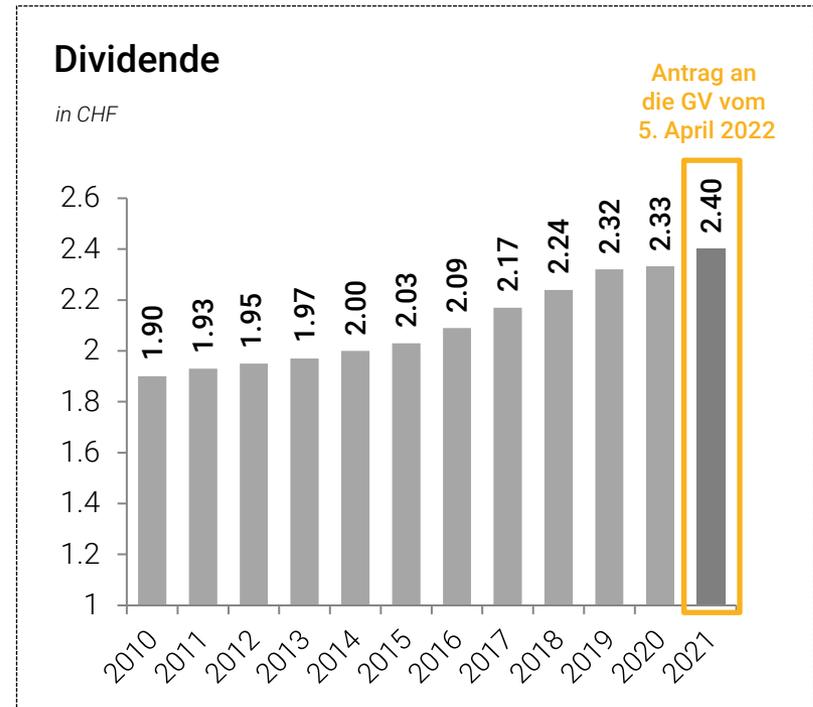
¹ 2013–2016 auf Basis IFRS

Operativer Cashflow und Dividende



¹ 2013–2016 auf Basis IFRS

- Rückgang des operativen Cashflow wegen pandemiebedingter Reduktion des Umlaufvermögens im Vorjahr und der erhöhten Lagerbestände im Jahr 2021



- Attraktive Dividendenpolitik mit stetiger Steigerung der absoluten Dividende bestätigt
- Aktionariat: langfristig orientierte bedeutende Aktionäre

Ausblick ORIOR Gruppe

Generelle Einschätzung > Spürbare Normalisierung über gesamtes Geschäft ab Sommer 2022

- *Annahme, dass Coronagesamtsituation und damit auch die Corona-Effekte sich kontinuierlich normalisieren:*
 - *Wesentlicher Erholungsschub in der klassischen Gastronomie ab Frühling*
 - *Spürbare Erholung der Reisegastronomie ab Sommer*
 - *Normalisierung der Corona-Effekte > Produkt- und Kanalmix, Schutzmassnahmen, Unterstützungsleistungen etc.*
- *Inputkosten: höhere Inputkosten über gesamtes Geschäftsjahr erwartet*

Umsatz > organisches Wachstum von 4.0–6.5 % erwartet

Wachstum insbesondere von den Segmenten International und Refinement sowie mit Plant-based-Produkten

- *Convenience mit erhöhter Nachfrage in den Produktbereichen Vegi/Vegan, Bio und Regionalität*
 - *Segment Convenience beeinflusst durch Umsatzreklassifizierung (Agentenumsätze) auf einem Handelsvolumen von rund CHF 4.0 Mio. sowie Umsatzverschiebung zu Refinement im Umfang von rund CHF 4.5 Mio. (Transfer gewisser Produktsortimente von Le Patron zu Rapelli im 2. Halbjahr 2022)*
- *Refinement mit starkem Wachstum dank Sortimentserweiterungen, Erholung der Gastronomie und Rapelli*
- *International mit weiterem Wachstum Culinor Food Group und wesentlicher Erholung Casualfood ab Sommer*

in Mio. CHF

	Guidance FY 2022	FY 2021
Umsatz ORIOR Gruppe	639 bis 654¹	614.1

¹ Bei gleichbleibenden Wechselkursen (Euro-Durchschnittskurs FY21: 1.0812)

Ausblick ORIOR Gruppe

EBITDA-Marge > Marge erwartet bei $\geq 10\%$, trotz steigender Inputkosten und Corona-Effekte

- Nachhaltiges und breit abgestütztes Wachstum mit guten Margen
- Erfolgte Flexibilisierung der Kosten und Prozesse mit weiterem kontinuierlich positivem Einfluss auf die Rentabilität
- Produktivitätssteigerungen u. a. dank Werksentwicklungsprojekten und Erweiterung Plant-based-Produktionskapazitäten
- Normalisierung der Corona-Effekte > Produkt- und Kanalmix, Schutzmassnahmen, Unterstützungsleistungen etc.
- Steigende Inputkosten, auch über Rohstoffe hinaus für Energie, Verpackung, Transport etc.

	Guidance FY 2022	FY 2021
EBITDA-Marge Gruppe	10.0 bis 10.3 %	10.4 %

	Guidance FY 2022	FY 2021
Steuerquote	15.0 bis 19.0 %	15.0 %

- Steuerquote in der erwarteten mittelfristigen Bandbreite

In Mio. CHF	Guidance FY 2022	FY 2021
CAPEX	29.0 bis 30.0	21.5

- CAPEX 2022 beinhaltet neben ordentlichen / operativen auch strategische Investitionen (Werksentwicklung)

Ausblick Segment Convenience

Fortführen des guten Wachstums in allen strategischen Kategorien

Positive Treiber:

- Plant-based-Sortiment und Tofu mit weiterem gutem Wachstum, auch dank Innovationen (Sea Style), Exportgeschäft und Kapazitätsausbau (Investition Extruder)
- Chicken mit anhaltend guter Nachfrage, auch Snacking
- Frischpasta-Innovationen in Sortimenten wie Demeter, Starkochrezepte, vegetarisch und vegan, Regionalität
- Frischmenüs mit Wachstumspotenzial dank Normalisierung des Konsumverhaltens
- Biotta: modernes BioEnergy, Tagesfasten, Erweiterung Vital-Linie (Blutdruck) und Demeter-Sortiment
- Erholung Events und Gemeinschaftsgastronomie; Upside-Potenzial Le Patron und Fredag

Herausforderungen:

- Food-Service-Kanäle mit zögerlicher Erholung bis Sommer > Event- und Catering-Bereich in Transitionsphase, Gemeinschaftsgastronomie und Heime mit langsamer Erholung
- Normalisierung des Konsumverhaltens mit weiterer Verschiebung des Konsums ausser Haus
- Eingeschränkte Rohstoffverfügbarkeiten und hohe Preise, insbesondere bei qualitativ hochstehenden und nachhaltigen Rohstoffen



Ausblick Segment Refinement

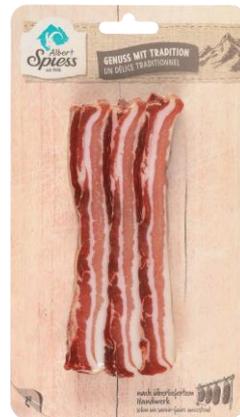
Gutes Wachstum, Rohstoffpreise hoch

Positive Treiber:

- Sortimentserweiterungen
- Kernproduktgruppen und Heritage-Marken mit konstanter Nachfrage, unabhängig von der Coronasituation:
 > Bio und Regionalität
- Innovationen: regionale «Terroir»-Spezialitäten, Snacking, Kleinformate und «Rauchspezialitäten»
- Öffnung / Erholung der Food-Service-Kanäle:
 > klassische Gastronomie in Städten,
 > Tourismus Schweiz, insb. Tessin und Graubünden
- Weiterentwicklung Online-Shop Albert Spiess und neue E-Plattform für Rapelli

Herausforderungen:

- Food-Service-Kanäle mit zögerlicher Erholung bis Sommer > Gastronomie, Heime und Event- und Catering-Bereich mit langsamer Erholung
- Normalisierung des Konsumverhaltens mit weiterer Verschiebung des Konsums ausser Haus
- Weiterhin hohe Rohstoffpreise und eingeschränkte Verfügbarkeiten, insbesondere bei Bio und Rindfleisch



Ausblick Segment International

Gutes Wachstum von Culinor und Casualfood erwartet, auch dank Erholung Reisegastronomie ab Sommer

Positive Treiber:

- Weiterentwicklung/Sortimentsausweitungen in den neuen Absatzkanälen in den Benelux-Staaten
- Normalisierung der Schulverpflegung und der Gastronomieketten
- Home-Delivery-Bereich dank breiterer Kundenbasis weiterhin steigend
- Gesa mit weiterhin guter Entwicklung, getragen vom Trend Bio und Kleingebinde
- Online-Shop Spiess Europe und neue Snacking-Sortimente
- Zunahme Reisetätigkeit ab Sommer und Eröffnung Terminal 2 im neuen Flughafen Berlin

Herausforderungen:

- Nur langsame Erholung der Flugindustrie bzw. der Reisetätigkeit
- Food-Service-Kanäle mit zögerlicher Erholung > Schulverpflegung und Gastronomieketten
- Weiterhin eingeschränkte Rohstoffverfügbarkeiten und hohe Preise, insbesondere bei qualitativ hochstehenden und nachhaltigen Rohstoffen
- Hohe Inflation und volatile Inputkosten (Energie/Gas, Transporte etc.)



ORIOR



EXCELLENCE IN FOOD

Aktieninformationen

Kotierung	SIX Swiss Exchange	Aktienkurs per 28.02.2022	CHF 84.00
Valorennummer	11167736		
ISIN-Code	CH011 1677 362		
Ticker-Symbol	ORON		
LEI	50670020I84ZA17K9522		
UID	CHE-113.034.902		

Dividende	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Dividende pro Aktie in CHF	2.40 ¹	2.33	2.32	2.24	2.17	2.09	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93
Dividendenerhöhung ggü. VJ in %	3.0	0.4	3.6	3.2	3.8	3.0	1.5	1.5	1.0	1.0	1.6

→ Im Rahmen der Strategie ORIOR 2025 wurde die attraktive Dividendenpolitik mit einer stetigen Erhöhung der absoluten Dividende als Ambition bestätigt.

Aktienkennzahlen		31.12.21	31.12.20	Bedeutende Aktionäre (Stand 28.02.2022)²	
Kurs der Aktie am 31.12.	in CHF	89.90	75.40	UBS Fund Management (Switzerland) AG (CH)	10.02%
Jahreshöchst (Juli – Juni)	in CHF	98.70	94.70	Vontobel Fonds Services AG (CH)	5.6977%
Jahrestiefst (Juli – Juni)	in CHF	70.10	65.70	Swisscanto Fondsleitung AG (CH)	5.431%
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	588.2	491.4	Credit Suisse Funds AG (CH)	5.31%
Ergebnis pro Aktie	in CHF	4.19	3.35	Lombard Odier Asset Management SA (CH)	3.23%
Operativer Cashflow pro Aktie	in CHF	7.58	8.03		
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	12.04	10.20		
				Unternehmenskalender	
				05.04.22	Generalversammlung
				16.08.22	Publikation Halbjahresresultat / Halbjahresbericht 2022

¹ Antrag an die Generalversammlung vom 5. April 2022

² Detaillierte Informationen zu den bedeutenden Aktionären finden sich auf S. 14 f. im Geschäftsbericht 2021

Standorte ORIOR

ORIOR International



Culinor, Destelbergen (BE)
 Gekühlte Premium Fertigmenüs und Menükomponenten.



Vaco's Kitchen, Olen (BE)
 Cuisson Sous-Vide, Chefmahlzeiten, Menüs, Menükomponenten.



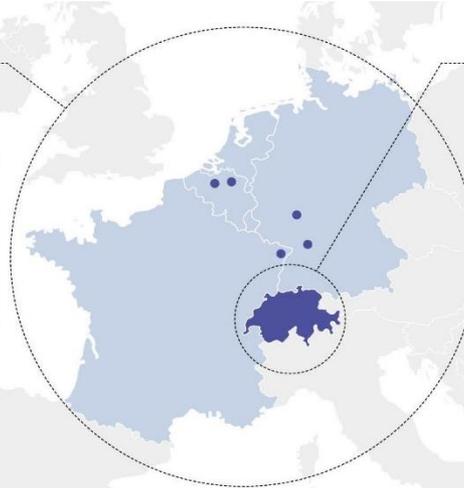
Gesa, Neuenstadt-Stein (DE)
 Biologische Gemüsesäfte für die Getränke- und Lebensmittelindustrie.



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
 Fürstentümer Spezialitäten wie Mostbröckli und Schinkenkreationen.



Biotta, Tägerwilen
 Naturrein belassene biologische Gemüse- und Fruchtsäfte.