

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

ORIOR mit deutlicher Resultatverbesserung; Erweiterung der Plant-based-Produktionskapazitäten gestartet

- Steigerung Nettoerlös um 1.6% auf CHF 291.9 Mio., massgeblich getragen von der starken Performance des Segments Convenience.
- EBITDA steigert sich um 32.3% auf CHF 31.1 Mio., entsprechend einer EBITDA-Marge von 10.6%.
- 1. Halbjahr nach wie vor geprägt von coronabedingten Einflüssen; kontinuierliche schrittweise Erholung des Food Service und der Reisegastronomie seit Juni spürbar.
- Umsetzung der strategischen Investition in die Erweiterung der Produktionskapazitäten für Plant-based-Produkte gestartet.
- ESG: 3. Nachhaltigkeitsbericht, Umstellung auf nachhaltige Wasserkraft, Verhaltenskodex umfassend revidiert, CDP-Teilnahme eingereicht.
- Ausblick auf gutes zweites Halbjahr.
- Max Dreussi, Geschäftsführer von Fredag, wird in die Konzernleitung der ORIOR AG gewählt.

Die international tätige Schweizer Food & Beverage Gruppe ORIOR führt den Verbesserungspfad des zweiten Halbjahrs 2020 fort und präsentiert ein gutes erstes Halbjahr 2021. Die Überperformance des Segments Convenience – wesentlich angetrieben von starkem Wachstum mit Plant-based-Spezialitäten – und generell die Massnahmen entlang der ORIOR New Normal Initiative sind Haupttreiber der Umsatzentwicklung und der relevanten EBITDA-Steigerung. Die teilweise absehbare schwächere Entwicklung des Segments Refinement konnte damit mehr als wettgemacht werden. Wie erwartet, hat die langsame Erholung der Umsätze mit Food-Service-Kunden (Gastronomie, Grosshandel, Take-away, Event-Catering, Kantinen, Schulen und Mittagstisch) sowie in der Reisegastronomie (Casualfood) seit Juni Aufwind bekommen. Mit dieser weiteren schrittweisen Erholung sowie dank anhaltend guter Performance im Segment Convenience dürfte sich auch das zweite Halbjahr gut entwickeln.

Im ersten Halbjahr 2021 erzielte die ORIOR Gruppe einen um 1.6% höheren Nettoerlös von CHF 291.9 Mio. (Vorjahr: CHF 287.4 Mio.). Diese Entwicklung setzt sich zusammen aus einem organischen Wachstum von 0.9% und einem Wechselkurseffekt von 0.7%. Haupttreiber waren das Segment Convenience dank des Wachstums mit Produktspezialitäten in den Trendkategorien Bio, Vegi/Vegan, Frischpasta und Regionalität, Culinor Food Group und seit Juni 2021 Casualfood sowie die Umsätze im Food-Service-Bereich. Diese positiven Treiber waren in Summe stärker als erwartet. Gleichzeitig entwickelte sich das Segment Refinement schwächer als ursprünglich geplant. Gründe dafür sind die anhaltende Volatilität bei den Rohstoffpreisen, die Verfügbarkeiten von hochstehenden Rohstoffen sowie unvorhergesehene Schwierigkeiten in der Umsetzung einer IT-Systemumstellung.

Die Bruttomarge der Gruppe steigerte sich um 84 Basispunkte auf 44.5%, was insbesondere die gute Performance des Segments Convenience mit entsprechend höheren Bruttomargen widerspiegelt. Der EBITDA konnte von CHF 23.5 Mio. in der Vorjahresvergleichsperiode deutlich gesteigert werden auf CHF 31.1 Mio. für das erste Halbjahr 2021. In der Konsequenz liess sich auch die EBITDA-Marge wesentlich von 8.2% auf gute 10.6% steigern. Haupttreiber für diese überdurchschnittliche Verbesserung der Rentabilität sind das Wachstum mit margenstarken Produktsortimenten – allen voran Vegi/Vegan –, die nachhaltige Flexibilisierung der Kosten und Prozesse, die neue finanzielle Grundlage von Casualfood sowie coronabedingte Unterstützungs- und Ausfallleistungen. Diese gute Entwicklung widerspiegelt sich auch im EBIT, welcher

CHF 17.1 Mio. erreicht (H1 2020: CHF 10.0 Mio.) und im Reingewinn, welcher bei CHF 13.5 Mio. resultiert, gegenüber CHF 8.3 Mio. in der Vorjahresvergleichsperiode.

Der Cash Flow aus Betriebstätigkeit erreichte insbesondere dank des bedeutend besseren Resultats und aufgrund von im 1. Halbjahr 2020 verbuchten, aber erst im 2. Halbjahr 2020 erhaltenen Versicherungsleistungen eine deutliche Verbesserung auf CHF 27.0 Mio. (1. Halbjahr 2020: CHF 9.6 Mio.). Entsprechend resultiert auch eine sehr solide Cash Conversion von 86.9%. Diese Entwicklung trug wesentlich dazu bei, die Verschuldungsquote auf 2.44x zu reduzieren und damit wieder auf dem ORIOR Ziel-Niveau von <2.5x zu sein.

ORIOR Segmente

Das ORIOR Segment Convenience mit den Kompetenzzentren Fredag, Le Patron, Pastinella und Biotta erwirtschaftete einen Nettoerlös von CHF 108.1 Mio., was einem überproportional starken organischen Wachstum von 13.5% entspricht und von allen Kompetenzzentren mitgetragen wird. Während der Food-Service-Bereich im ersten Halbjahr 2020 gut gestartet war und dann ab März quasi komplett stillstand, zog sich die schwächere Performance im ersten Halbjahr 2021 über die gesamte Berichtsperiode. In der Folge konnte das Vorjahresniveau in diesem Bereich nicht erreicht werden. Seit Juni 2021 nehmen die Umsätze im Food Service nun wieder spürbar zu. Speziell hervorzuheben sind das ausserordentliche Wachstum mit Plant-based-Spezialitäten sowie erfreuliche Umsatzsteigerungen in den Bereichen Frischpasta, Biotta, Bio und Regionalität generell und bei den Geflügelprodukten. Ausserdem zu erwähnen sind die von Pastinella und Le Patron initiierten Partnerschaften mit Schweizer Starköchen, um mit gebündeltem Know-how die Entwicklung neuer Produkte und Konzepte weiter voranzutreiben.

Das ORIOR Segment Refinement mit den Kompetenzzentren Rapelli, Albert Spiess und Möfag realisierte einen um -5.1% reduzierten Nettoerlös von CHF 125.1 Mio. Hauptgründe für diese Entwicklung sind die starke Vorjahresvergleichsbasis (H120: +3.7%, FY20: +3.3% organisches Wachstum), Rohstoffverfügbarkeiten, Sortimentsänderungen und unvorhergesehene Schwierigkeiten bei der Umsetzung einer IT-Systemumstellung, welche zu vorübergehenden Verlangsamungen der Prozesse und Herausforderungen in der Logistik führte. Der Anteil Food-Service-Umsatz ist im Segment Refinement geringer als im Segment Convenience und hat daher nicht den gleichen Einfluss. Ein Highlight aus dem Segment ist – neben der soliden Entwicklung bei Möfag – der Albert Spiess Onlineshop, welcher auch über das Weihnachts- und Silvestergeschäft hinaus mit innovativen Geschenkkreationen aus Bündner Spezialitäten erfreuliche Umsätze generierte.

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 um 0.1% tieferen Nettoerlös von CHF 74.7 Mio. und erreicht damit trotz anhaltend anspruchsvollen coronabedingten Einflüssen das Niveau des ersten Halbjahrs 2020. Dabei erschweren allerdings die sehr guten ersten drei Monate im Vorjahr, welche den Vor-Corona-Betrieb in der Reisegastronomie reflektieren, die direkte Vergleichbarkeit mit der Vorjahresperiode. Das organische Wachstum resultiert bei -2.9% und der Wechselkurseffekt unterstützt mit +2.7%. Hervorzuheben ist die positive Entwicklung der Culinor Food Group, dank der seit Herbst 2020 erweiterten Kundenbasis, dank anhaltend guter Performance des Home-Delivery-Bereichs und dank leichten Aufschwungs bei den Neulistungen von Frisch-Menü-Konzepten. Auch Gesa und Spiess Europe entwickelten sich in der Berichtsperiode sehr gut. Beide sind in weiterwachsenden Trendkategorien tätig und konnten an diesem Marktwachstum nicht nur partizipieren, sondern dieses klar übertreffen. Die von den coronabedingten Einflüssen stark beeinflusste Casualfood erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2021 nach wie vor auf tiefem Niveau, ab Juni mit langsam anziehender positiver Tendenz. Die Eröffnung des geplanten Smartseller-Stores (im Joint Venture mit Heinemann geführtes Integrativ-Konzept Food & Beverage, Convenience Store und Duty Free) in Ljubljana erfolgte per 1. Juli 2021. Rentabilitätsseitig liessen sich durch die neu geschaffene finanzielle Grundlage nachhaltig Weichen stellen. Ausserdem konnten die von Corona stark beeinträchtigten Monate durch Unterstützungsleistungen des deutschen Staates abgedeckt werden.

Erweiterung der Produktionskapazitäten für Plant-based-Spezialitäten gestartet

Das Handwerk und die Pionierarbeit im Bereich Vegi und Vegan begannen bei ORIOR – namentlich im Kompetenzzentrum Fredag – vor über 25 Jahren mit der wohl ersten schweizweiten Listung eines Fleischersatzproduktes anno 1995. Seither hat Fredag ihre Kompetenzen im Gleichschritt mit der konstant wachsenden Nachfrage laufend erweitert und das Sortiment an Produkten über alle Kanäle hinweg vervielfacht. Bis heute ist Fredag für den Schweizer Markt eine der bedeutendsten Herstellerinnen von vegetarischen und veganen Spezialitäten, sowohl mit eigenen Brands wie Noppa's®, Nature Gourmet® und Happy Vegi Butcher® als auch mit Produkten für Kundenmarken. Ein kleiner, jedoch stark wachsender Anteil wird auch nach Europa exportiert. Um die Lieferbereitschaft für Plant-based-Produkte auch künftig nachhaltig sicherzustellen, investiert ORIOR nun in den Ausbau der Produktionskapazitäten für vegetarische und vegane Spezialitäten in der Schweiz. Die Planungs- und Vorbereitungsarbeiten für die Integration von zusätzlichen komplett ausgestatteten Produktionslinien zur Herstellung von Plant-based-Spezialitäten haben nun begonnen. Ziel ist die schrittweise Inbetriebnahme dieser erweiterten Kapazitäten ab Anfang 2022.

ESG – 3. Nachhaltigkeitsbericht, Klimaziel erreicht, neuer Verhaltenskodex, CDP-Teilnahme

Anfang Mai 2021 publizierte ORIOR ihren dritten GRI-Nachhaltigkeitsbericht. Neben den zahlreichen kleinen und grossen Projekten und Massnahmen innerhalb von ESG/Nachhaltigkeit bei ORIOR, worüber im Nachhaltigkeitsbericht umfassend berichtet wird, verdienen folgende Themenpunkte eine spezielle Erwähnung: Mit dem Entscheid, in sämtlichen Schweizer Kompetenzzentren auf umweltfreundlichen Wasserstrom umzustellen, konnte das Klimaziel frühzeitig erreicht respektive wesentlich übertroffen werden. Die Erarbeitung und Ausgestaltung eines neuen Klimaziels – auch mit Blick auf globale und nationale Klimabestrebungen – wurden aufgenommen. Die Verfeinerung der Vergütungs- und Beteiligungspolitik der ORIOR AG – mit Einführung eines Long Term Incentive Plans für das gesamte Top-Management sowie noch stärkerer Bindung an die langfristigen Unternehmensziele – wurde mit der Statutenänderung und der Präzisierung und Publikation des Organisationsreglements eingeführt und umgesetzt. Die Bedeutung von ESG und der entsprechende Fortschritt wurden damit als Bekenntnis und Ziel festgehalten. Gleichzeitig wurde der Verhaltenskodex umfassend und entlang der sich entwickelnden ESG-Anforderungen revidiert. In diesem Kontext ist ein unabhängiges Beschwerdemanagement für die gesamte Gruppe im Aufbau und wird im Herbst 2021 live gehen. Mit der Teilnahme am CDP-Programm wird dieses Jahr erstmals auch den Investorenaufforderungen bezüglich vertiefter Angaben zum Klimawandel Rechnung getragen. Die Resultate dürften im Spätherbst durch CDP verfügbar gemacht werden.

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – 1. Halbjahr 2021

in TCHF	Jan – Jun 2021	Δ in %	Jan – Jun 2020
Nettoerlös	291 910	+1.6%	287 414
EBITDA	31 067	+32.3%	23 474
<i>EBITDA in % vom Nettoerlös</i>	<i>10.6%</i>		<i>8.2%</i>
EBIT	17 125	+70.7%	10 031
<i>EBIT in % vom Nettoerlös</i>	<i>5.9%</i>		<i>3.5%</i>
Reingewinn	13 484	+62.3%	8 310
<i>Reingewinn in % vom Nettoerlös</i>	<i>4.6%</i>		<i>2.9%</i>
Cash Flow aus Betriebstätigkeit	26 987	+181.1%	9 602
<i>Cash Conversion</i>	<i>86.9%</i>		<i>40.9%</i>
Nettoverschuldung/EBITDA-Quote	2.44x		2.87x
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>18.2%</i>		<i>19.3%</i>
ROCE	13.1%		11.4%
Börsenkapitalisierung am 30.06.	544 863		507 713
Durchschnittlicher Personalbestand (FTE)	1 969		2 050

Ausblick

Aus heutiger Sicht erwarten wir ein gutes zweites Halbjahr 2021. Die Umsätze im Food-Service-Bereich (Gastronomie, Grosshandel, Take-away, Event-Catering, Kantinen, Schulen und Mittagstisch) sowie in der Reisegastronomie (Casualfood) ziehen seit Juni 2021 spürbar an. Das Segment Convenience wird sich dank hoher Nachfrage in den Kernproduktgruppen auch im zweiten Halbjahr gut entwickeln. Auch bei Culinor erwarten wir eine weiterhin positive Performance. Die Umsätze in den Retailkanälen werden sich mit der zunehmenden Erholung des Food-Service-Bereichs etwas abschwächen, und der Einkaufstourismus dürfte wieder etwas zunehmen. Von Letzterem sind die Produktkategorien von ORIOR nicht stark beeinflusst, dennoch dürften diese beiden Effekte im Segment Refinement zusätzlich etwas Druck ausüben. Umsatzseitig sind wir auf geplantem Kurs, entscheidende Treiber des zweiten Halbjahrs sind Casualfood, das Segment Convenience und das Weihnachtsgeschäft; die Guidance von CHF 605 bis 615 Mio. für das Geschäftsjahr 2021 wird bestätigt. Der EBITDA dürfte auch im zweiten Halbjahr 2021 profitieren von der guten Performance im margenstärkeren Segment Convenience, von der neuen finanziellen Grundlage von Casualfood und von der nachhaltigen Flexibilisierung der Kostenstrukturen. Die EBITDA-Guidance wird entlang der Vielzahl an positiven Effekten und des guten Resultats aus dem ersten Halbjahr auf 10.2 bis 10.5% (vorher 9.8 bis 10.2%) für das Gesamtjahr angehoben. Die Erwartungen hinsichtlich Steuerquote sowie CapEx bleiben unverändert.

	Guidance 2021*	2020
Nettoerlös	605 bis 615 Mio.	600.3 Mio.
EBITDA-Marge (NEU)	10.2 bis 10.5%	8.8%
Steuerquote	15 bis 19%	14%
CapEx	19 bis 21 Mio.	14.6 Mio.

* bei gleichbleibenden Wechselkursen

Neuernennung in die Konzernleitung der ORIOR Gruppe

Max Dreussi, Geschäftsführer des ORIOR Kompetenzzentrums Fredag, wird per 1. September 2021 in die Konzernleitung der ORIOR Gruppe gewählt. Gleichzeitig wird er die Funktion als CEO des Segments Convenience übernehmen und sich dabei insbesondere auch auf die Weiterentwicklung von segmentübergreifenden strategischen Wachstumspotenzialen konzentrieren. Ab September 2021 übernimmt er ausserdem nach und nach Schlüsselprojekte im Bereich Business Development und unterstützt damit den Group CEO.

Dank

Ein weiteres von Corona geprägtes Halbjahr liegt hinter uns. Trotz einigen Lockerungen ist die Gesamtsituation nach wie vor und in vielerlei Hinsicht für uns alle anspruchsvoll. Umso wichtiger sind das gemeinsame Voranschreiten und die gegenseitige Unterstützung. Ein grosser Dank geht an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit ihrem Wirken das vorliegende Resultat möglich gemacht haben. Gleichermassen gilt unser Dank den Geschäftspartnern und Lieferanten, auch ohne sie wäre das nicht möglich gewesen. Ein grosser Dank gebührt ausserdem unseren Aktionärinnen und Aktionären für das uns entgegengebrachte Vertrauen und für ihre Treue.

Einladung zur Videokonferenz

Heute Dienstag, 17. August 2021, 10.00 Uhr, führen der CEO Daniel Lutz, der CFO Andreas Lindner und die Head of Corporate Communications & Investor Relations Milena Mathiuet im Rahmen einer Teams-Videokonferenz durch das Halbjahresergebnis 2021.

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

Teilnahme per Telefon: +41 43 430 76 25, Konferenz-ID: 983 761 975#

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 02

Download-Links:

- [>> Halbjahresbericht 2021](#)
- [>> Alternative Performancekennzahlen Halbjahr 2021](#)
- [>> Präsentation Halbjahresergebnis 2021](#)
- [>> GRI Nachhaltigkeitsbericht 2020](#)
- [>> Revidierter Verhaltenskodex der ORIOR AG](#)
- [>> Bildergalerie für Medien](#)

Kontakt

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

Investoren-Agenda

- 2. März 2022: Publikation Jahresergebnis und Geschäftsbericht 2021
- 5. April 2022: 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 2021», welches unter <https://orior.ch/de/finanzberichte> einsehbar ist, definiert diese alternativen Performancekennzahlen.