

# ORIOR

EXCELLENCE IN FOOD



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

# Agenda

## Geschäftsjahr 2020

- 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 Blick auf die Rahmenbedingungen zufriedenstellend, sehr gutes zweites Halbjahr 2020*

**Nettoerlös** > Steigerung Nettoerlös um 0.7% auf CHF 600.3 Mio.

- *Organisch: -0.9%, Akquisitionseffekt 2.5% (Vollkonsolidierung Casualfood seit September 2019), Wechselkurseffekt -0.9%.*
- *Positive Haupttreiber: generell guter Heimmarkt Schweiz, starke Performance Retailgeschäft, sehr guter Dezember.*
- *Negative Haupttreiber: Einbruch Food Service, faktischer Stillstand Casualfood.*

**Rentabilität** > EBITDA Reduktion um 13.5% auf 52.8 Mio. (EBITDA-Marge 8.8%)

- *Starke Verbesserung der EBITDA-Marge von 8.2% im 1. Halbjahr auf 9.4% im 2. Halbjahr 2020.*
- *Nachhaltige Flexibilisierung der Kosten und Prozesse; Casualfood ausgenommen, ist die Gruppe im 2. Halbjahr zurück auf Vorjahresniveau.*
- *Finanzielle Rahmenbedingungen von Casualfood flexibilisiert und auf neue Grundlage gestellt (insb. Mietverträge und Strukturkosten).*

### Coronabedingte Haupteinflüsse

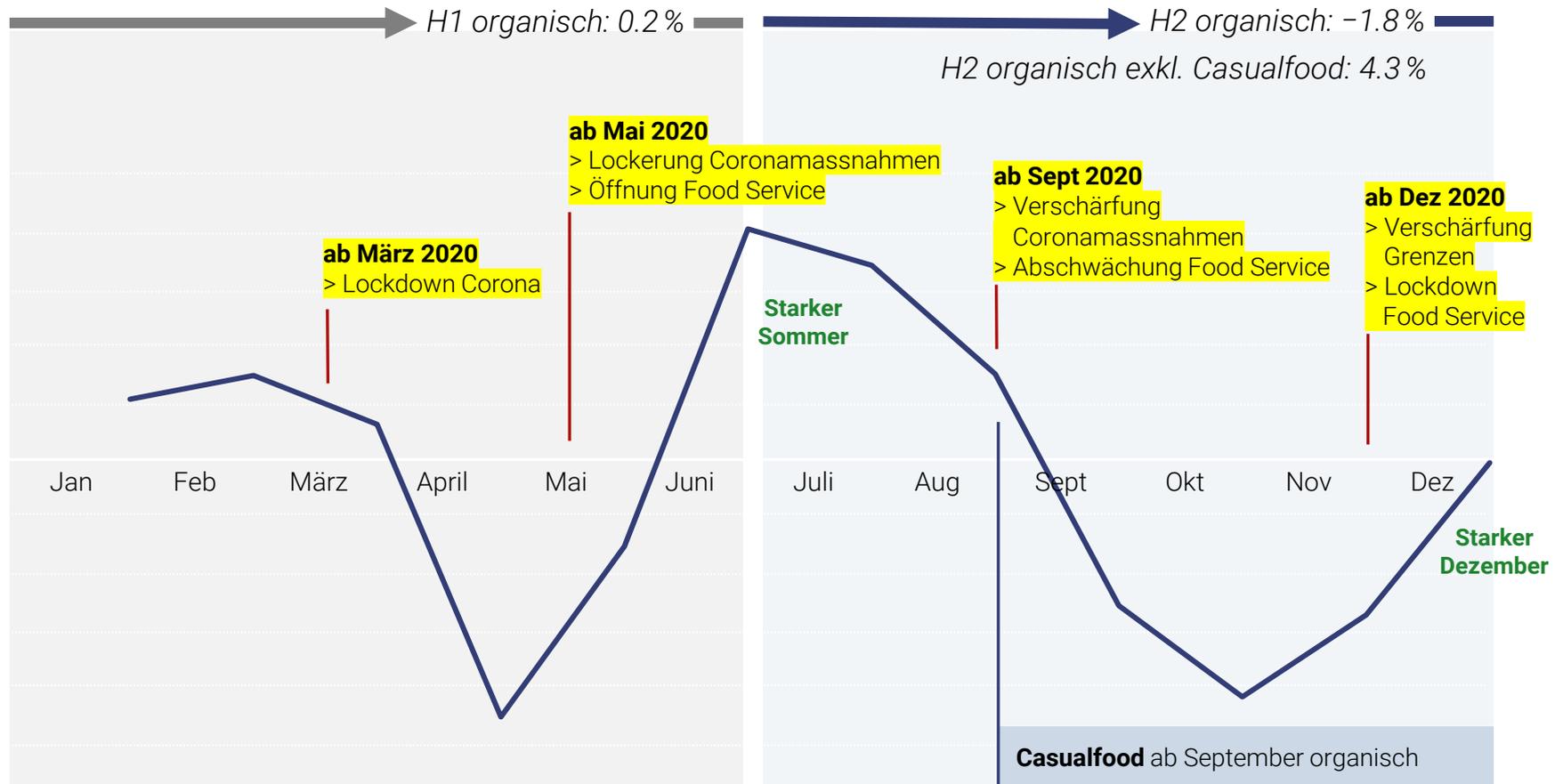
- *Umsetzung der behördlichen Massnahmen zum Schutz der Mitarbeitenden (Abstände, Schutzvorrichtungen usw.).*
- *Starke Performance Retail; Einbruch Reisegastronomie und Food Service > Verschiebungen im Produkt- und Kanalmix.*
- *Behördliche Einschränkung der Bewegungs- und Reisefreiheit > Verändertes Konsumverhalten.*

### Wichtige Gruppeninitiativen

- *«ORIOR New Normal»: z. B. Flexibilisierung der Kosten und Prozesse.*
- *Strategie ORIOR 2025 > Umsetzung gestartet.*
- *Die ORIOR Verantwortung / ESG > Breite und noch stärkere Verknüpfung der ESG-Ziele mit der Vergütung.*

# CEO-Statement

Organisches Wachstum der Gruppe geprägt von Corona und Casualfood



# Strategisch dezentrales Geschäftsmodell

Getragen von starken, autonomen Kompetenzzentren mit diversifizierten Produktwelten

- Kompetenzzentren-Philosophie ermöglicht starke Identifikation, Schnelligkeit und Agilität dank gelebter Individualität, starker regionaler Verankerung und Nähe zum Markt.
- Gruppenweite Initiativen wie z. B. ORIOR New Normal, das intradisziplinäre Champion-Modell oder die übergreifenden ORIOR Brückenschläge steigern Effizienz, optimieren Kosten und eröffnen neue Umsatzpotenziale.
- Breite Aufstellung macht uns einzigartig und widerstandsfähig, auch in der Krise.

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

- Dritte Tranche an Casualfood planmässig übernommen:
  - Vollkonsolidierung als eigenständiges Kompetenzzentrum im Segment International seit September 2019.
  - September 2020: Erhöhung der Beteiligung um 19 auf 89%; entlang vorgängig festgelegter Parameter.
  - Nächste und letzte Tranche von 11% für Herbst 2022 vorgesehen.

# Widerstandsfähigkeit dank breiter Aufstellung, auch in der Krise

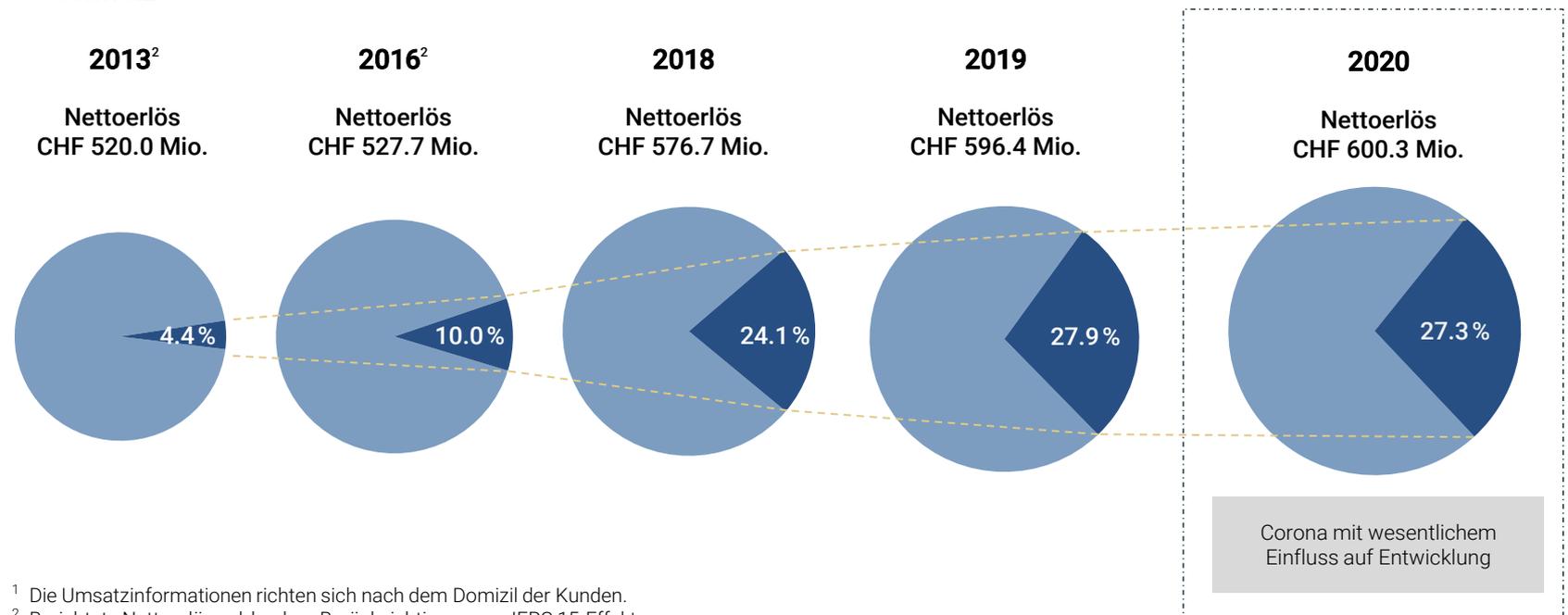
*Diversifikation der Kategorien, Kanäle, Kunden sowie der geografischen Marktabdeckung stärkt das Gruppenprofil*

**Diversifiziert in den Kategorien:** führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten und verschiedenen Produktsortimenten.

**Diversifiziert in den Kanälen:** vom traditionellen Detailhandel über Discounter bis Food Service und Reisegastronomie.

**Diversifiziertes Kundenportfolio sowie diversifizierte geografische Marktabdeckung:** breites Portfolio von kleinen, mittelgrossen und grossen, lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Kunden.

■ Schweiz<sup>1</sup> ■ Ausland<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Die Umsatzinformationen richten sich nach dem Domizil der Kunden.

<sup>2</sup> Berichtete Nettoerlöse, d. h. ohne Berücksichtigung von IFRS 15-Effekten.

# Wichtige Gruppeninitiativen

*Coronapandemie mit Impulsen auf schnelle Umsetzung*

**«ORIOR New Normal»** > *Phasenmodell mit dem Ziel Wachstumsdynamik*

- *Im April eingeführte, neue Initiative zur systematischen und auf Prioritäten ausgerichteten Vorgehensweise:*
  1. *Bewältigung der Krise und Resultatsicherung.*
  2. *Schaffung der neuen Basis (z. B. Flexibilisierung der Kosten und Prozesse, Werksentwicklung, Digitalisierung).*
  3. *Neue Horizonte: Erkennen von neuen Wachstumsmöglichkeiten und schnelle Umsetzung.*

**ORIOR Strategie 2025** > *Erarbeitung und Lancierung der ORIOR Strategie 2025, Umsetzung gestartet*

- *Interaktiver Prozess: Verwaltungsrat, Erweiterte Konzernleitung, Management Committees und Kernteams.*
- *Übergeordnete Ziele in klar definierte und quantifizierte Ambitionen (Zielwerte) übersetzt.*
- *Erfolgsentscheidende Elemente: strategische Eckpfeiler und Schlüsselinitiativen:*
  - > *Innovationshaus, Marken erleben!, Starkes Fundament und operative Agilität, Die ORIOR Verantwortung, Wir sind ORIOR.*
  - > *ORIOR New Normal, ORIOR Champion Modell, ORIOR Brückenschläge.*

**Nachhaltigkeit / ESG** > *2. GRI-Nachhaltigkeitsbericht, neu inkl. dem Beitrag von ORIOR an die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (SDG).*

- **Environmental:** *Erweiterung Bio-Sortiment und klimaneutrale Produkte, Wasserverbrauch erneut reduziert, erste Teilnahme und Orientierung am CDP (Carbon Disclosure Project).*
- **Social (Mitarbeitende und Produkt):** *Schutz und Gesundheit (auch ICAS), SAP SuccessFactors, 100 % Freilandeier bei Pastinella, Schweine Plus-Programm, Demeter Saft, Sortiment Bio und/oder mit nachhaltigem Label erweitert.*
- **Governance:** *Verfeinerung Vergütungs- und Beteiligungspolitik, kontinuierliche Erhöhung der Transparenz im Reporting.*

## Segment Convenience

Vorjahresniveau knapp erreicht, trotz bedeutender Verschiebungen im Produkt- und Kanalmix

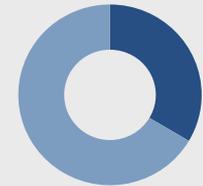
### Nettoerlös

Rückgang Nettoerlös um  $-0.1\%$  auf CHF 201.8 Mio.

- Akquisitorisch:  $0.0\%$
- Organisch:  $-0.1\%$
- FX-Effekt:  $0.0\%$

### Gruppenanteil

Segment Convenience  
in % von der ORIOR  
Gruppe:  $33.3\%$



- Starke Performance im Detailhandel; starker Einbruch im Produktsortiment für Food-Service-Kunden > Veränderungen Produkt- und Kanalmix.
- Segment Convenience mit bedeutendem Umsatzanteil mit Food-Service-Kunden (neben klassischer Gastronomie auch Kantinen, Event-Catering und Schulen), entsprechend rückläufig.
- Behördliche Einschränkungen > Veränderung des Konsumverhaltens.
- Flexibilisierung der Prozesse greift im zweiten Halbjahr > bedeutende Verbesserung der Rentabilität.



## Segment Convenience

Vorjahresniveau knapp erreicht, trotz bedeutender Verschiebungen im Produkt- und Kanalmix

### Kompetenzzentren

- *Pastinella mit sehr guter Entwicklung in allen Produktsortimenten.*
- *Fredag und Le Patron stark betroffen vom Einbruch des Food Service-Geschäfts.*
- *Biotta mit stabiler Entwicklung; Kernsortiment profitiert, To-Go-Bereich und Frischsäfte unter Druck.*

### Produkte-Highlights

- *Erfreuliches Wachstum mit Frischpasta; erneut ausgezeichnet von Monde Selection und International Taste Award.*
- *Starke Entwicklung mit vegetarischen und veganen Spezialitäten, insb. mit Happy Vegi Butcher und Kundenmarken*
- *Erhöhte Nachfrage nach regionalen und biologischen Produkten:*
  - > *Biotta Säfte mit guter Sortimentsentwicklung sowie regionale Sortimente wie z.B. «Us Ämmitaler Güggle» von Fredag.*
- *Gute Performance im Dezember, insbesondere mit Pasteten und Terrinen.*

### Markt- und Rohstoffsituation

- *Coronabedingte Veränderungen im Produkt- und Kanalmix sowie bei Konsumbedürfnissen.*
- *Verfügbarkeit hiesige Rohstoffe insb. für Bio knapp.*
- *Geflügel Schweiz aufgrund knapper Verfügbarkeit teuer.*



## Segment Refinement

Starkes Wachstum, geprägt von Produkt- und Kanalmixverschiebungen

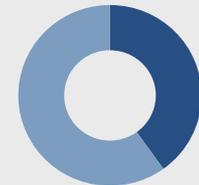
### Nettoerlös

Steigerung Nettoerlös um +3.3% auf CHF 266.7 Mio.

- Akquisitorisch: 0.0%
- Organisch: +3.3%
- FX-Effekt: 0.0%

### Gruppenanteil

Segment Refinement  
in % von der ORIOR  
Gruppe: 41.1%



- Starke Performance im Detailhandel; Einbrüche im Produktsortiment für Food-Service-Kunden.
- Veränderungen Produkt- und Kanalmix mit tendenziell positivem Einfluss auf Umsatz.
- Gute Entwicklung, insb. in den Sommermonaten und Ende Jahr, unterstützt auch von Grenzschiessungen.
- Fleischpreise anhaltend hoch, insb. für hiesige Rohstoffe; positiver Effekt auf Umsatz.



# Segment Refinement

*Starkes Wachstum, geprägt von Produkt- und Kanalmixverschiebungen*

## Kompetenzzentren

- *Rapelli und Möfag mit sehr guter Entwicklung im Detailhandel und Discountkanal.*
- *Albert Spiess mit solider Performance auf starker Vorjahresvergleichsbasis.*
- *Online-Shop von Albert Spiess mit Go-Live im November übertrifft Erwartungen.*

## Produkte-Highlights

- *Ausserordentliche Entwicklung mit Markenprodukten, insb. Rapelli, Ticinella, Albert Spiess und myEnergy.*
- *Kernproduktsortimente mit erhöhter Nachfrage; Bio, Terroir und Regionalität generell sehr gefragt.*
- *Herzhafte Schinken- und Speckkreationen mit gutem Wachstum.*
- *Fleisch- und Protein-Snacks in verschiedenen Kleinpackungen und Verkaufskanälen mit erfreulichem Wachstum.*

## Markt- und Rohstoffsituation

- *Fleischpreise verharren während des gesamten Jahrs auf sehr hohem Niveau, auch aufgrund erhöhter Nachfrage nach Bio und regionalen Rohstoffen.*
- *Verfügbarkeit hiesiger Rohstoffe im Gesamtkontext der Coronapandemie nicht wie erwartet entspannt.*



## Segment International

Rückgang Nettoerlös aufgrund stark von der Coronakrise betroffener Casualfood

### Nettoerlös

Rückgang Nettoerlös um –3.0% auf CHF 154.8 Mio.

- Akquisitorisch: +9.2%
- Organisch: –8.7%
- FX-Effekt: –3.5%

### Gruppenanteil

Segment International  
 in % von der ORIOR  
 Gruppe: 25.6%



- Culinor Food Group mit gutem Wachstum im Home-Delivery-Bereich sowie Erweiterung Kundenbasis im zweiten Halbjahr 2020.
- Veränderungen Produkt- und Kanalmix in Belgien vergleichbar mit Schweiz; starke Performance Detailhandel, Einbruch Food Service.
- Flugverkehr mit coronabedingt massiven Einbrüchen > in der Konsequenz negativer Einfluss auf Casualfood.
- Casualfood seit September 2019 vollkonsolidiert; ab September 2020 organisch.
- Finanzielle Rahmenbedingungen von Casualfood flexibilisiert und auf neue Grundlage gestellt (insb. Mietverträge und Strukturkosten).
- Casualfood ausgenommen, bedeutend besseres zweites Halbjahr.



## Segment International

Rückgang Nettoerlös aufgrund stark von der Coronakrise betroffener Casualfood

### Kompetenzzentren

- *Casualfood stark betroffen von Coronakrise > Belastung der ganzen Gruppe.*
- *Culinor Food Group mit coronabedingt durchzogener Leistung aufgrund Produkt- und Kanalmixveränderungen.*
- *Biotta Schwestergesellschaft Gesa und Vertriebsplattform Spiess Europe mit gutem Wachstum.*

### Produkte-Highlights

- *Home-Delivery-Bereich von Culinor entwickelte sich über den Erwartungen mit gutem Wachstum.*
- *Culinor erweitert im vierten Quartal Kundenbasis im Frisch-Menü-Konzept-Bereich > Potenzial 2021.*
- *Biologische Gemüsesäfte von Gesa mit sehr guter Entwicklung im B2B-Geschäft > Trend Bio spürbar.*

### Casualfood

- *Fast kompletter Stillstand > finanzielle Rahmenbedingungen auf neue Grundlage gestellt:*
  - *Mietverträge, Strukturkosten, Flächenausnutzung und Angebotskonzeption.*
  - *Operative Rentabilität wird als Folge bedeutend schneller auf Vor-Corona-Zeit ansteigen, auch bei sich langsam entwickelnden Passagierfrequenzen.*
  - *Eröffnung Flughafen BER > Upside-Potenzial mit Erholung Coronakrise.*



## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2020	2019	Δ in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>600.3</b>	<b>596.4</b>	+0.7%
Warenaufwand / Bestandesänderung	-339.9	-328.8	
<b>Bruttogewinn</b>	<b>260.4</b>	<b>267.6</b>	-2.7%
in % vom Nettoerlös	43.4%	44.9%	-149 Bps
<b>EBITDA</b>	<b>52.8</b>	<b>61.0</b>	-13.5%
in % vom Nettoerlös	8.8%	10.2%	-144 Bps
Abschreibungen und Amortisationen	-27.0	-23.7	
<b>EBIT</b>	<b>25.8</b>	<b>37.3</b>	-30.8%
in % vom Nettoerlös	4.3%	6.3%	-196 Bps

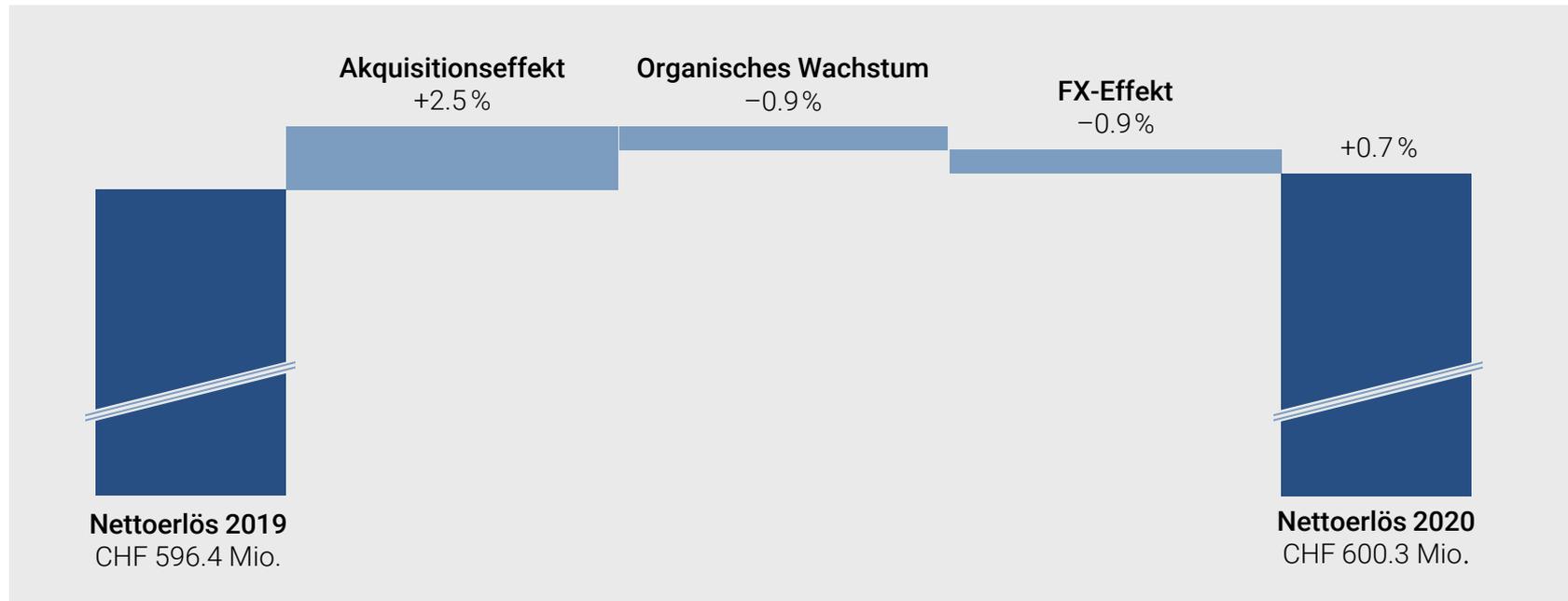
- Rückgang Bruttogewinn, getrieben durch Segment International, Marge beeinträchtigt von coronabedingten Produkt- und Kanalmixverschiebungen, hohen Fleischpreisen sowie Lagerabbau (gutes Dezembergeschäft).
- EBITDA-Marge von 8.2 % im ersten Halbjahr 2020, im zweiten Halbjahr auf 9.4 % gesteigert; exkl. Casualfood Marge der Gruppe im zweiten Halbjahr auf Vorjahresniveau.
- EBIT-Veränderung, getrieben von 12 Monaten Casualfood Abschreibungen / Amortisationen (2019: 4 Monate).

## Konsolidierte Erfolgsrechnung | EBIT – Reingewinn

in Mio. CHF	2020	2019	Δ in %
<b>EBIT</b> in % vom Nettoerlös	<b>25.8</b> 4.3%	<b>37.3</b> 6.3%	-30.8% -196 Bps
<b>Finanzertrag/Finanzaufwand</b>	<b>-2.8</b>	<b>-2.6</b>	
<b>Gewinn vor Steuern</b> in % vom Nettoerlös	<b>23.0</b> 3.8%	<b>34.7</b> 5.8%	-33.8%
<b>Ertragssteuern</b>	<b>-3.3</b>	<b>-2.9</b>	
Minderheitsanteile	+2.1	-0.3	
<b>Reingewinn</b> in % vom Nettoerlös	<b>21.8</b> 3.6%	<b>31.5</b> 5.3%	-30.8%

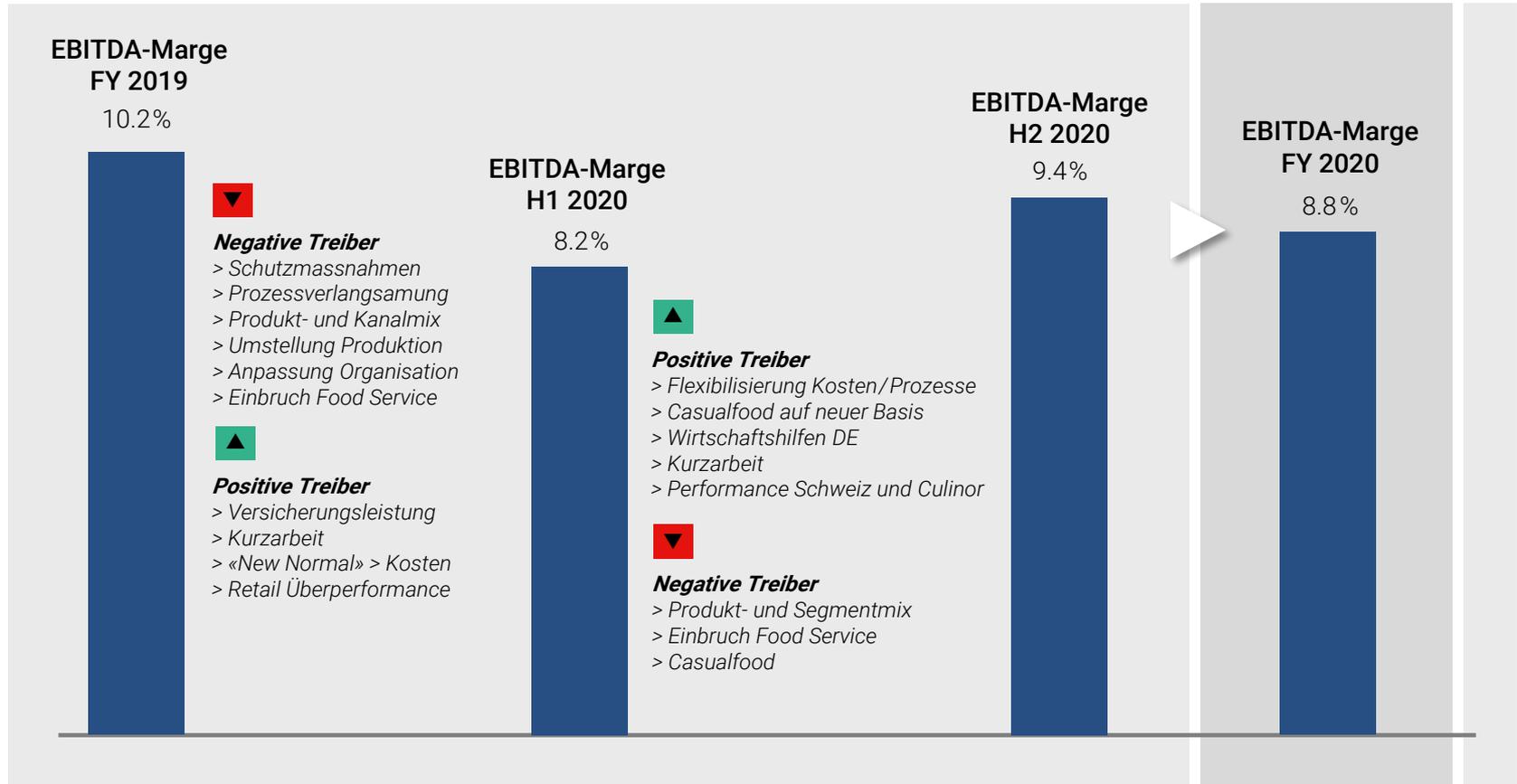
- Finanzergebnis: Wegfall Nettogewinnbeitrag Casualfood, mehr Darlehenszinsaufwand.
- Höherer Steueraufwand aufgrund von Einmaleffekten aus dem Vorjahr (STAF, Verlustvorträge):
  - 2020 Steuerquote 14.1% (Vorjahr: 8.4%).
- Minderheitsanteile: den Minderheiten zuzuordnender Casualfood Verlust (bis August 2020: 30 %, ab September 2020: 11%).

## Gruppenwachstum von 0.7%, geprägt von Coroneinflüssen



- Positiver Akquisitionseffekt aus Übernahme Casualfood (Jan – Aug 2020), ab September 2020 organisch.
- Organisches Wachstum von –0.9%
  - Gute Entwicklung im Heimmarkt Schweiz, trotz wesentlicher Produkt- und Kanalmixverschiebungen.
  - Zweites Halbjahr generell gut; Dezember über den Erwartungen – auch getrieben von Grenzschiessungen.
  - Organisches Wachstum stark beeinträchtigt von Casualfood (Sept-Dez 2020).
- Negativeinfluss aus starkem Schweizer Franken führt zu Wechselkurseffekt von –0.9%.

# Haupteinflüsse EBITDA



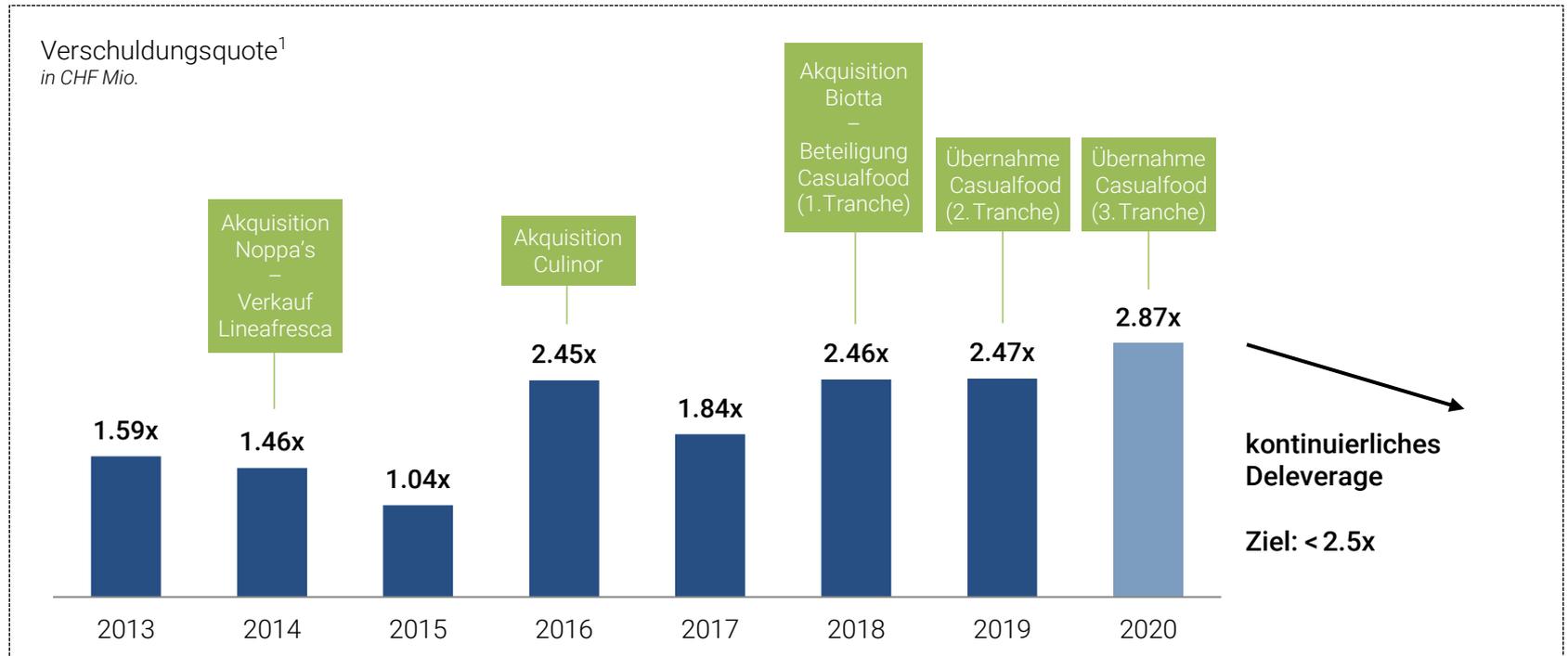
## Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	31.12.2020		31.12.2019	
Umlaufvermögen	178.4	47.0%	190.8	47.2%
Sachanlagen	126.1		133.0	
Immaterielle Anlagen	72.6		78.9	
Finanzanlagen	2.3		1.6	
<b>Total Aktiven</b>	<b>379.4</b>	100.0%	<b>404.3</b>	100.0%

in Mio. CHF	31.12.2020		31.12.2019	
Fremdkapital	310.9	81.9%	317.8	78.6%
Eigenkapital	68.5	18.1%	86.5	21.4%
<b>Total Passiven</b>	<b>379.4</b>	100.0%	<b>404.3</b>	100.0%

- Rückgang der immateriellen Anlagen aufgrund regulärer Abschreibungen.
- Rückgang Fremdkapital aufgrund tieferer stichtagsbezogener Verbindlichkeiten L&L.
- Eigenkapitalrückgang in Zusammenhang mit Übernahme der dritten Tranche an Casualfood (Verrechnung Goodwill, Rückgang Minderheiten).
- Eigenkapitalquote kurzfristig bei tiefen 18.1%; gemäss Schattenrechnung (inklusive Goodwill) bei 37.2 %.

## Verschuldungsquote



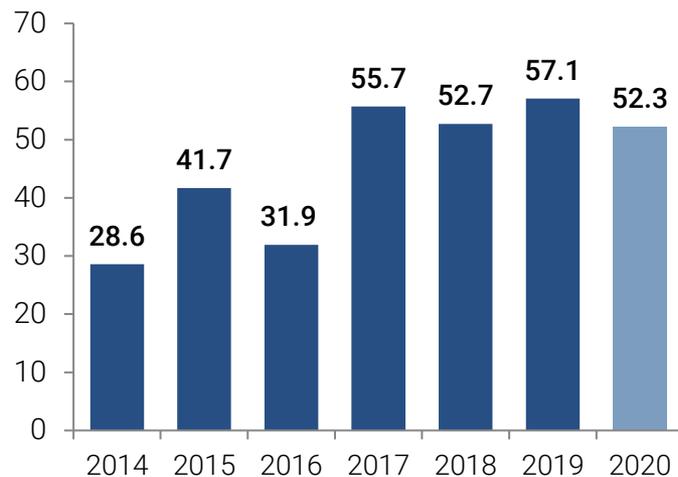
- Kurzfristig höhere Verschuldungsquote, bedingt durch Coronaeffekte und Übernahme dritte Tranche an Casualfood (19%); Übernahme vierte und letzte Tranche an Casualfood (11 %) vorgesehen für September 2022.
- Deleverage-Politik wird weiterhin konsequent fortgesetzt mit klarem Ziel von < 2.5x.

<sup>1</sup> 2013–2016 auf Basis IFRS.

# Operativer Cash Flow und Dividende

## Operativer Cash Flow

Operativer Cash Flow<sup>1</sup>  
in CHF Mio.



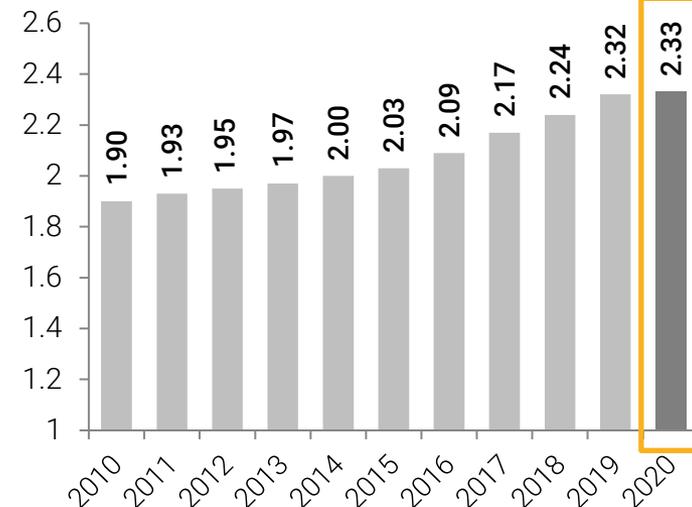
<sup>1</sup> 2013-2016 auf Basis IFRS.

- Trotz coronabedingter Einflüsse guter operativer Cash Flow, unterstützt von fokussiertem Net Working Capital Management (insb. Debitoren- und Lagerabbau).

## Dividende

in CHF

Antrag an die GV  
vom 26. April 2021



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

# Ausblick ORIOR Gruppe – CEO-Statement

**Generelle Einschätzung** > leichte Erholung ab Sommer 2021

- *Vorjahresvergleichsbasis: Ausbruch Coronakrise Mitte März 2020.*
- *Annahme, dass Corona-Gesamtsituation weitere Monate anhalten und sich ab Sommer 2021 langsam abschwächen wird.*

**Umsatz und EBITDA-Marge** > Deutliche Steigerung der Rentabilität und organisches Umsatzwachstum von 0.8 – 2.4%

- *Wachstum aus dem Segment Convenience und ab Mitte Jahr auch aus dem Segment International:*
  - *Culinor Food Group, dank erfreulicher Neulistungen und Erweiterung der Kundenbasis.*
  - *Fredag und Biotta, dank erhöhter Nachfrage in den Produktbereichen Vegi, Vegan, Bio und Regionalität.*
  - *Casualfood ab zweitem Halbjahr, aufgrund schrittweiser Erholung der Flugindustrie und tiefer Vorjahresvergleichsbasis.*
- *Deutliche, kontinuierliche Rentabilitätssteigerung:*
  - *Flexibilisierung der Kosten und Prozesse.*
  - *Wachstum mit margenstärkeren Produktsortimenten, jedoch Druck von Rohstoffpreisen.*
  - *Neue finanzielle Grundlage Casualfood (insb. Mietverträge und Strukturkosten).*

**Nachhaltigkeit / ESG** > Integrativansatz zur weiteren Verankerung der Nachhaltigkeit

- *Generell: Nachhaltigkeits-Dashboard, Integration NH-Ziele in Performance-Cockpit und Rolling Forecast, Stärkung Ziele, Intensivierung Austausch und Management Rating-Inputs (Fokus derzeit auf MSCI, ISS, Inrate).*
- **Environmental:** *Ausarbeitung nachhaltiger Strommix, United Against Foodwaste-Programm, Pilot Scope 3-Emissionen.*
- **Social (Mitarbeitende und Produkt):** *Revision Verhaltenskodex, ORIOR Campus, neues Mitarbeiter-Aktienbeteiligungsprogramm, Lieferkettenmanagement (vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette).*
- **Governance:** *Einführung Mindestaktienbesitz, Einführung LTIP inkl. ESG-Ziele, Stärkung Aktionärsrechte.*

# Ausblick ORIOR Gruppe

Organisches Wachstum und deutliche Steigerung der operativen Rentabilität (EBITDA-Marge)

in Mio. CHF	Guidance FY 2021	FY 2020
<b>Umsatz ORIOR Gruppe</b>	<b>605 bis 615<sup>1</sup></b>	<b>600.3</b>

- Organisches Wachstum von 0.8 – 2.4 %
- Wachstum aus den Segmenten International und Convenience:
  - Culinor Food Group, auch dank erfreulicher Neulistungen und Erweiterung der Kundenbasis.
  - Fredag und Biotta in der Schweiz, auch dank anhaltend wachsender Trends Bio, Vegi, Vegan und Regionalität.
  - Ab Sommer auch mit Casualfood, dank langsamer Zunahme Flugverkehr, Upside auch mit BER und Smartseller.

	Guidance FY 2021	FY 2020
<b>EBITDA-Marge Gruppe</b>	<b>9.8 bis 10.2%</b>	<b>8.8%</b>

- Nachhaltige Flexibilisierung der Kosten und Prozesse mit kontinuierlich positivem Einfluss auf die Rentabilität.
- Neue finanzielle Grundlage Casualfood, mittelfristig mit bedeutend schnellerer Rückkehr der Rentabilität auf Vor-Corona-Niveau.
- Wachstum mit tendenziell margenstärkeren Produktsegmenten (Vegetarisch / Vegan, Bio, Markenprodukte, Frisch-Convenience).

<sup>1</sup> Bei gleichbleibenden Wechselkursen (Euro-Durchschnittskurs FY20: 1.0703).

# Ausblick ORIOR Gruppe

Organisches Wachstum und deutliche Steigerung der operativen Rentabilität (EBITDA-Marge)

	Guidance FY 2021	FY 2020
<b>Steuerquote</b>	<b>15 bis 19 %</b>	<b>14 %</b>

- Normalisierung der Steuerquote (Wegfall von positiven Einmaleffekten aus Vorjahren).

In Mio. CHF	Guidance FY 2021	FY 2020
<b>CapEx</b>	<b>19 bis 21</b>	<b>14.5</b>

- CAPEX 2021 beinhaltet neben ordentlichen / operativen auch strategische Investitionen (Werksentwicklung).

## Weitere Gruppen-Kernthemen

- «ORIOR New Normal»: Werksentwicklung, Flexibilisierung Kosten und Prozesse, Neue Horizonte.
- ORIOR Strategie 2025: Umsetzung gestartet > Überführung in Planung, Budgetprozess, Strategieupdates usw.
- ESG: starkes Commitment > Verankerung und Verknüpfung im Business entlang konkreter Ziel- und Massnahmenplanung weiter vorantreiben.

# Ausblick Segment Convenience

Kontinuierlich gutes Wachstum während des ganzen Jahres erwartet

## Positive Treiber:

- Innovationen / Neulistungen (auch Kundenentwicklung) und generell Wachstum mit Vegi / Vegan und Poulet.
- Biotta Säfte neu auch in 1 Liter PET im Retail; Bio Energy, neue Wellness-Woche und «Mein Safttag».
- Weiterhin starke Performance mit Frisch-Pasta, auch dank neuer Kreationen (z. B. Ultrafrisch, Vegan).
- Schrittweise Erholung Food Service-Kanäle; Upside-Potenzial insb. bei Le Patron, Fredag und Biotta.
- Go-Live Webshop Happy Vegi Butcher.

## Herausforderungen:

- Food Service-Kanäle mit weiterhin reduzierter Leistung:
  - > Event- und Catering-Bereich,
  - > Kantinen (Homeoffice), Heime (Einschränkungen),
  - > Konsolidierungen.
- Verändertes Konsumverhalten aufgrund behördlicher Coronamassnahmen mit anhaltenden Produkt- und Kanalmixverschiebungen.
- Rohstoffverfügbarkeiten (v. a. Schweiz, Bio, Geflügel, Erbsenprotein).



# Ausblick Segment Refinement

Leicht rückläufige bis stabile Entwicklung, aufgrund starken Vorjahrs und erwarteter Rohstoffpreisentwicklung

## Positive Treiber:

- Detailhandel mit weiterhin leicht erhöhter Nachfrage.
- Kernproduktgruppen und Heritage-Marken mit starker Nachfrage, unabhängig von der Coronasituation:  
 > Bio und Regionalität.
- Innovation im Snacking- und Kleinformat-Bereich von Albert Spiess und Rapelli.
- Öffnung / Erholung Food-Service-Kanäle:  
 > klassische Gastronomie in Städten,  
 > Tourismus Schweiz, insb. Tessin und Graubünden.

## Herausforderungen:

- Food-Service-Kanäle mit weiterhin reduzierter Leistung.
- Hohe Vorjahresvergleichsbasis 2020 mit gutem Wachstum von 3.3%.
- Rohstoffpreise und -verfügbarkeiten, (v. a. Bio und Schweiz).



# Ausblick Segment International

Generell gutes Wachstum erwartet, insbesondere ab Sommer mit Casualfood

## Positive Treiber:

- Neulistungen und Weiterentwicklung der Absatzkanäle mit Frischmenüs in den Beneluxstaaten und in Frankreich.
- Home-Delivery-Bereich weiterhin steigend.
- Gesa mit weiterhin guter Entwicklung, getragen vom Trend Bio sowie Ausbau myEnergy in Europa.
- Flexibilisierung der finanziellen Grundlage von Casualfood und schrittweise Erholung Flugindustrie ab Sommer.

## Herausforderungen:

- Nur langsame Erholung der Flugindustrie:
  - > Coronasituation, inkl. Unsicherheit der Mutationen,
  - > Massnahmen der unterschiedlichen Regierungen.
- Coronabedingte Einflüsse:
  - > Behördliche Massnahmen,
  - > Konsumverhalten und Homeoffice,
  - > Produkt- und Kanalmixverschiebungen,
  - > Schulen und Systemgastronomie.



# ORIOR



EXCELLENCE IN FOOD

# Aktieninformationen

<b>Kotierung</b>	SIX Swiss Exchange
<b>Valorennummer</b>	11167736
<b>ISIN-Code</b>	CH011 1677 362
<b>Ticker-Symbol</b>	ORON
<b>LEI</b>	50670020I84ZA17K9522
<b>UID</b>	CHE-113.034.902

**Aktienkurs per 05.03.2021** CHF 75.80

<b>Dividende</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Dividende pro Aktie in CHF	2.33 <sup>1</sup>	2.32	2.24	2.17	2.09	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93
Dividendenerhöhung ggü. Vorjahr in %	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.

<b>Aktienkennzahlen</b>		<b>31.12.20</b>	<b>31.12.19</b>
Kurs der Aktie am 31.12.	in CHF	75.40	89.50
Jahreshöchst (Juli – Juni)	in CHF	94.70	92.00
Jahrestiefst (Juli – Juni)	in CHF	65.70	74.00
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	491.4	583.3
Reingewinn pro Aktie	in CHF	3.35	4.84
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	8.03	8.78
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	10.52	13.29

## **Bedeutende Aktionäre (Stand 05.03.2021)<sup>2</sup>**

UBS Fund Management AG (CH)	10.06 %
Swisscanto Fondsleitung (CH)	5.43 %
Credit Suisse Funds AG (CH)	5.31 %
Schroders Plc (GB)	4.88 %

## **Unternehmenskalender**

26.04.21	Generalversammlung
17.08.21	Publikation Halbjahresresultat / Halbjahresbericht 2021

<sup>1</sup> Antrag an die Generalversammlung vom 26. April 2021.

<sup>2</sup> Detaillierte Informationen zu den bedeutenden Aktionären finden sich auf S. 16 f. im Geschäftsbericht 2020.

# Standorte ORIOR

## ORIOR International



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



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



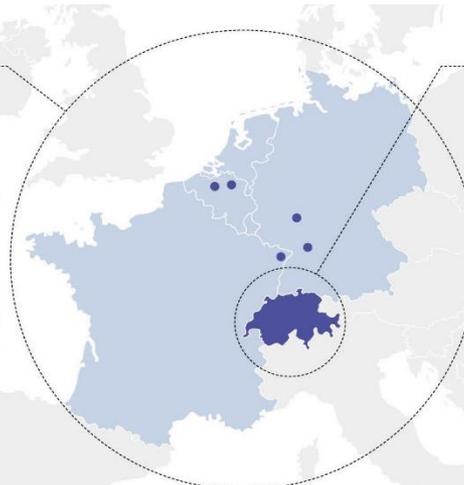
**Gesa, Neuenstadt-Stein (DE)**  
 Biologische Gemüsesäfte für die Getränke- und Lebensmittelindustrie.



**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



- Traditionshandwerk
- Modernität mit einer Prise Geschichte
- Mastri Salumieri
- Tessiner Spezialitäten
- Höchste Markenbekanntheit in der Schweiz
- Seit 1929

## Albert Spiess



- Edelstes Rohmaterial
- Bündnerfleisch = GGA-geschützter Markenartikel
- Höchstgelegene Fleisch-trocknerei 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

