

## **ORIOR erfüllt Erwartungen und beweist Stabilität dank breiterer Aufstellung**

- Steigerung Nettoerlös um 3.4% auf CHF 596.4 Mio.
- Steigerung der Bruttomarge von 44.0% auf 44.9%
- Steigerung des absoluten EBITDA auf CHF 61.0 Mio.;  
Marge auf gleichbleibend gutem Niveau von 10.2%
- Steigerung des absoluten und prozentualen EBIT auf CHF 37.3 Mio.,  
entsprechend einer Marge von 6.3%
- Leichter Rückgang des Reingewinns um 1.0% auf CHF 31.5 Mio.,  
getrieben durch Wechselkurs- und Steuereffekte
- Übernahme der zweiten Tranche von Casualfood; Mehrheitsbeteiligung von 70%  
und damit Integration als eigenständiges ORIOR Kompetenzzentrum;  
die Erwartungen wurden leicht übertroffen
- Erneute Dividendenerhöhung auf CHF 2.32 je Aktie beantragt
- Positiver Ausblick auf ein gutes Geschäftsjahr 2020

### **Die international tätige Schweizer Food & Beverage Gruppe ORIOR bestätigt ihre Resilienz aufgrund der breiter aufgestellten Gruppe und präsentiert ein im Rahmen der Erwartungen gutes Geschäftsjahr 2019. Haupttreiber sind die Übernahme der zweiten Tranche an Casualfood im September 2019, erfolgreiche Innovationen, die Stärkung der Marken und der konsequente Fokus auf Kosteneffizienz.**

Im Geschäftsjahr 2019 erzielte die ORIOR Gruppe einen Nettoerlös von CHF 596.4 Mio., was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 3.4% entspricht. Das organische Wachstum lag mit -1.9% im unteren Bereich der erwarteten und kommunizierten Bandbreite. Hauptgrund ist der bewusste Verzicht auf einen unrentablen Convenience-Auftrag in Höhe von rund CHF 8.2 Mio. Gleichzeitig verzeichnete ORIOR Schweiz ein gegenüber dem starken Vorjahr schwächeres Oster- und Weihnachtsgeschäft. Das Segment Refinement konnte dank Innovationen, einer wiederum starken Markenperformance sowie aufgrund von Preiserhöhungen organisch wachsen. Auch das Segment International konnte aufgrund guter Innovationen leicht wachsen. In Summe vermochten diese den Umsatzrückgang aus dem Segment Convenience sowie die starke Vorjahresvergleichsbasis jedoch nicht zu kompensieren. Positiv hervorzuheben sind eine gute Performance im belgischen Markt, die erfreuliche Entwicklung von Albert Spiess - mit bedeutender Intensivierung von Verkaufs- und Marketingaktivitäten, Lancierung des neuen Markenauftritts und hoher Kadenz an Innovationen - sowie die solide Leistung von Möfag. Erfreulich ist zudem die gute Kundenentwicklung, unter anderem im Food-Service-Bereich. Der Akquisitionseffekt betrug 6.2% und reflektiert die Übernahme von Biotta im Mai 2018 sowie die Übernahme der zweiten Tranche an Casualfood und damit die Vollkonsolidierung als eigenständiges Kompetenzzentrum innerhalb des Segments International seit September 2019. Wie bereits im Halbjahr 2019 überzeugte Casualfood mit unkomplizierter, frischer und agiler Dynamik - die Erwartungen wurden leicht übertroffen. Der Wechselkurseffekt betrug -0.9% und belastet den Nettoumsatz mit CHF 5.0 Mio.

Die breitere Aufstellung mit neuen Geschäftsfeldern festigt die Bruttomarge der Gruppe. Sie steigerte sich trotz negativem Effekt der höheren Fleischpreise um 82 Basispunkte auf 44.9%, entsprechend CHF 267.6 Mio. (Vorjahr CHF 254.0 Mio.). Diese Steigerung wird auf Stufe EBITDA durch den höheren Personaleinsatz

der neuen Geschäftsfelder teilweise reduziert. Dank Kostendisziplin, konsequenter Umsetzung von Verbesserungsinitiativen unter anderem innerhalb des intradisziplinären Champion-Modells sowie weiteren Portfoliomanagements konnte ein EBITDA auf gleichbleibend gutem Niveau von 10.2%, entsprechend CHF 61.0 Mio. (Vorjahr CHF 58.6 Mio.), realisiert werden. Der EBIT steigerte sich um 4.9% auf CHF 37.3 Mio. Aufgrund der negativen Wechselkurs- und Steuereffekte respektive der positiven Einmaleffekte im Vorjahr konnte der Reingewinn mit CHF 31.5 Mio. das Vorjahresniveau knapp nicht erreichen (Vorjahr CHF 31.8 Mio.).

Der operative Cash Flow erreichte in der Berichtsperiode CHF 57.1 Mio. gegenüber CHF 52.7 Mio. im Vorjahr. Hauptgründe für die wesentliche Steigerung sind die neuen Geschäftsfelder sowie die Optimierung des Netto-Umlaufvermögens. Die Cash Conversion erreichte überdurchschnittlich hohe 93.5%.

#### **ORIOR Segment Convenience**

Das ORIOR Segment Convenience mit den Kompetenzzentren Fredag, Le Patron, Pastinella und Biotta erreichte einen um 1.8% tieferen Nettoerlös von CHF 202.0 Mio. (Vorjahr CHF 205.7 Mio.) und liegt damit unter den Erwartungen. Die Veränderung setzt sich zusammen aus einem akquisitorischen Effekt der Übernahme von Biotta per Mitte Mai 2018 von 4.7% und einem negativen organischen Wachstum von -6.5%. Hauptgründe für diese Entwicklung sind der bewusste Verzicht auf den erwähnten und voravisierten CHF 8.2 Mio.-Convenience-Auftrag, eine starke Vorjahresvergleichsperiode mit einem ausserordentlichen organischen Wachstum von 5.6%, insbesondere die im Vergleich zum Vorjahr schwächeren Oster- und Weihnachtsumsätze sowie Aktionstätigkeiten. Biotta entwickelte sich gut: Das intensive Arbeiten an Abläufen und Prozessen, die Modernisierung des Markenauftritts sowie die personelle Verstärkung im Marketing und im Betrieb wurden kraftvoll vorangetrieben und resultierten in einem wesentlichen Ergebnisbeitrag. Zudem konnte mit der Inbetriebnahme der Holzschnitzelheizung ein schweizweites Pionierprojekt realisiert und die auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensphilosophie von Biotta zusätzlich gestärkt werden. Ebenfalls hervorzuheben ist die erfolgreiche Lancierung der neuen, im Herzen der Schweiz bei Fredag produzierten veganen Spezialitäten wie Vegi-Nuggets oder Burger unter der Marke «Happy Vegi Butcher».

Rohstoffseitig sind – wie bereits zum Halbjahr 2019 – insbesondere die hohen Geflügelfleischpreise sowie die inländischen Verfügbarkeiten von Rohstoffen anspruchsvoll. Der Wettbewerb und die Rahmenbedingungen bleiben hart. Unter anderem erfolgten im Retail Sortimentsbereinigungen und Anpassungen in den Aktionstätigkeiten.

#### **ORIOR Segment Refinement**

Das ORIOR Segment Refinement mit den Kompetenzzentren Rapelli, Albert Spiess und Möfag präsentiert ein im Rahmen der hohen Fleischpreise gutes Geschäftsjahr mit einem organischen Umsatzwachstum von 1.3% auf CHF 258.2 Mio. Getragen wird dieses Wachstum insbesondere durch weitere überzeugende Innovationen, starke Markenperformance, gute Umsatzentwicklung bei mehreren Kunden sowie Preisanpassungen aufgrund der hohen Fleischpreise. Überzeugen konnte das Kompetenzzentrum Albert Spiess dank weiterer Intensivierung der Verkaufs- und Marketingaktivitäten und agil umgesetzter, innovativer Neulancierungen, dank des neuen, umfassenden Markenauftritts mit starkem Bezug zur regionalen Verankerung und dank guten Arbeitens entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Möfag lieferte tolle Erfolge in allen Kernsortimenten, getragen neben überzeugenden Angeboten auch von der positiven Wachstumsentwicklung der Hauptkanäle. Dank der etablierten und schweizweit bekannten Marken «Rapelli» und «Ticinella» sowie der guten Aktivitäten und überzeugenden Innovationen ist es auch Rapelli gelungen, ein solides Geschäftsjahr zu realisieren.

Die bestenfalls erwartete Erholung der Fleischpreise für Herbst 2019 hatte sich nicht bewahrheitet – die Preise blieben sowohl für Schweine- wie auch für Rindfleisch unverändert hoch. Begründet insbesondere durch die Verfügbarkeiten von hiesigen Angeboten.

### **ORIOR Segment International**

Das ORIOR Segment International mit den Kompetenzzentren Culinor und Casualfood, mit der zur Biotta gehörenden Schwestergesellschaft Gesa sowie mit der Kommissionierungs- und Vertriebsplattform Spiess Europe erwirtschaftete im Berichtsjahr eine Umsatzsteigerung von 15.9% auf CHF 159.6 Mio. Dieses Wachstum setzt sich zusammen aus dem Akquisitionseffekt von 19.4% durch die Übernahme der zweiten Tranche von Casualfood und entsprechender Vollkonsolidierung ab September 2019 sowie der seit Mitte Mai 2018 zur Gruppe hinzugekommenen deutschen Biotta Schwestergesellschaft Gesa, einem negativen Wechselkurseffekt von -3.7% und einem organischen Wachstum von 0.2%. Positiv hervorzuheben ist der konsequente Fokus auf gesundes Wachstum und damit verbunden ein überdurchschnittlicher Beitrag aus dem Segment International an die Gruppenrentabilität. Culinor überzeugte insbesondere mit der genannten guten Performance auf dem Heimmarkt Belgien und trug – bereinigt um Einmaleffekte – wie bereits im ersten Halbjahr auch im Gesamtjahr wesentlich zur Gruppenrentabilität bei. Zudem entwickelte sich die Plattform Spiess Europe erfreulich. Die seit September 2019 neu zur Gruppe gehörende Casualfood konnte die Erwartungen mit ihrer guten Performance leicht übertreffen.

Rohstoffseitig verzeichnete das Segment International einen minim positiven Einfluss aus der leichten Normalisierung der Ernten gegenüber dem Vorjahr. In Summe gleichen sich die Effekte plus minus aus. Im Segment International haben sich insbesondere der belgische Markt, die Gastronomie und der To-Go-Bereich gut entwickelt; der holländische Markt sieht sich einigen Konsolidierungen und entsprechend kurzzeitigen Herausforderungen gegenüber.

### **Swiss GAAP FER Plus**

Wie voravisiert, publiziert ORIOR mit der Publikation des Geschäftsergebnisses 2019 ein Set an zusätzlichen Informationen zur verbesserten Möglichkeit für Investoren und Analysten, ORIOR und ihre Entwicklung einzuschätzen. Es sind dies die FTE, die Umsatzzahlen nach Ländergruppen sowie der Umsatz der fünf grössten Kunden. Zu finden sind diese zusätzlichen Informationen im Geschäftsbericht 2019. Speziell zu erwähnen in diesem Zusammenhang ist die veränderte Struktur der grössten Kunden, begründet durch die breitere Aufstellung und entsprechende Diversifikation der ORIOR Gruppe. Damit setzt sich der Trend einer breiteren Kundensegmentierung fort.

### **Strategie ORIOR 2025**

Das Management der ORIOR Gruppe ist zusammen mit dem Verwaltungsrat in den Strategieprozess 2025 eingetreten. Wie bereits für die Strategie ORIOR 2020 wird die neue Strategie in interaktiven Prozessen mit dem Verwaltungsrat sowie mit Schlüsselpersonen des ORIOR Top-Kaders erarbeitet und ausformuliert. Zur Aufbereitung der strategischen Eckpfeiler wurden die gruppenweiten Spezialisten der jeweiligen Themen ebenfalls ins Kernteam Strategie ernannt. Präsentiert wird die Strategie ORIOR 2025 im Juni 2020.

### **1. Nachhaltigkeitsbericht publiziert**

Zusammen mit dem Halbjahresresultat publizierte ORIOR erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht gemäss der international anerkannten Global Reporting Initiative GRI. Darin enthalten sind auch die umfassende Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Ziele bis 2025. Bereits im Herbst 2019 wurden die ersten Massnahmen und Initiativen zur stärkeren Verankerung im Unternehmen aufgenommen und mit zusätzlichen Ressourcen für eine kraftvolle Umsetzung unterstützt. Der nächste Nachhaltigkeitsbericht erscheint – auch mit Blick auf die bevorstehende Publikation der Strategie ORIOR 2025 sowie auf in diesem Zusammenhang allfällige Fein Anpassungen in der Nachhaltigkeitsstrategie – erneut mit dem Halbjahresergebnis im August 2020. Ab 2021 ist vorgesehen, die jährliche Publikation des Nachhaltigkeitsberichts ins erste Semester vorzulegen.

### Erneut höhere Dividende

ORIOR bekennt sich zu einer konstanten und verlässlichen Entwicklung der Dividende; seit dem IPO im Jahr 2010 wurde die Dividende kontinuierlich erhöht. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung vom 31. März 2020, wiederum eine höhere Dividende von CHF 2.32 je Aktie auszus zahlen. Die Auszahlung erfolgt zu 50% aus den gesetzlichen Kapitaleinlagereserven und zu 50% aus den Gewinnreserven. Die Aufteilung begründet sich durch beschränkte Möglichkeiten der Ausschüttung aus gesetzlichen Kapitaleinlagereserven aus der seit 1. Januar 2020 in Kraft stehenden Steuerreform und AHV-Finanzierung (STAF).

### Kennzahlen der ORIOR Gruppe – Geschäftsjahr 2019

in TCHF	2019	Δ in %	2018
<b>Nettoerlös</b>	<b>596 350</b>	+3.4%	<b>576 650</b>
<b>EBITDA</b>	<b>61 031</b>	+4.2%	<b>58 573</b>
<i>EBITDA in % vom Nettoerlös</i>	<i>10.2%</i>		<i>10.2%</i>
<b>EBIT</b>	<b>37 322</b>	+4.9%	<b>35 578</b>
<i>EBIT in % vom Nettoerlös</i>	<i>6.3%</i>		<i>6.2%</i>
<b>Reingewinn</b>	<b>31 494</b>	-1.0%	<b>31 819</b>
<i>Reingewinn in % vom Nettoerlös</i>	<i>5.3%</i>		<i>5.5%</i>
<b>Operativer Cash Flow</b>	<b>57 093</b>	+8.3%	<b>52 717</b>
<i>Cash Conversion in %</i>	<i>93.5%</i>		<i>90.0%</i>
<b>Nettoverschuldung/ EBITDA-Quote</b>	<b>2.47</b>		<b>2.46</b>
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>21.4%</i>		<i>22.5%</i>
<b>Dividende je Aktie in CHF</b>	<b>2.32</b>		<b>2.24</b>
Börsenkapitalisierung	583.3		519.4
<b>Durchschnittlicher Personalbestand</b>	<b>2 295</b>		<b>1 630</b>

### Ernennung Vizepräsident

Der Verwaltungsrat der ORIOR AG ernennt Dr. iur. Markus R. Neuhaus zum Vizepräsidenten des Verwaltungsrats. Dr. iur. Markus R. Neuhaus wurde an der Generalversammlung vom 11. April 2019 erstmals in den Verwaltungsrat der ORIOR AG gewählt und an der anschliessenden konstituierenden Verwaltungsratssitzung zum Vorsitzenden des Audit Committee ernannt.

### Ausblick

Wir erwarten ein gutes Geschäftsjahr 2020 mit einem organischen Wachstum, getragen von allen Segmenten. Die breitere Aufstellung wird unsere Stabilität und Resilienz weiter stärken. Die Rahmenbedingungen bleiben anspruchsvoll. Unsere Pipeline ist voll mit starken Argumenten für unsere Produkte, Konzepte und Dienstleistungen. Gleichzeitig arbeiten wir unter anderem im Rahmen des Champion Modells permanent an der Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden sowie an gemeinsamen Mehrwerten und Effizienzen. Mit den gesetzten Zielen im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie werden wir gleichzeitig neue Umsatzpotenziale realisieren können und/oder auch Kosten einsparen. Zudem werden wir im Juni 2020 unsere Strategie ORIOR 2025 präsentieren.

Für Herbst 2020 ist die Übernahme der dritten Tranche an Casualfood vorgesehen. Das Anfang 2020 kommunizierte Joint Venture «Smartseller» wird, wie angekündigt, an zwei bis drei Standorten realisiert und ausgereift. Zudem wird die neu lancierte Marke «Happy Vegi Butcher» im ersten Quartal schweizweit im Detailhandel gelistet. In Summe gehen wir von einer operativen Rentabilität (EBITDA-Marge) auf gleichbleibend gesundem Niveau aus. Wir sind zuversichtlich. Es wird ein gutes ORIOR Jahr.

Die zum Halbjahr 2019 voravisierte quantitative und qualitative Guidance für das laufende Jahr findet sich in der Medien- und Analystenpräsentation zum Geschäftsjahr 2019.

### **Einladung zur Telefonkonferenz**

Heute Mittwoch, 26. Februar 2020, 10.00 Uhr, erläutern der CEO Daniel Lutz und der CFO Andreas Lindner im Rahmen einer Telefonkonferenz das Jahresergebnis 2019.

Bitte wählen Sie sich dazu wie folgt ein: Telefon: +41 58 262 07 11.

Nennen Sie bitte Ihren Namen und Ihr Unternehmen. Der PIN-Code lautet: 441576.

### **Download-Links:**

[Geschäftsbericht 2019](#)

[Alternative Performance Kennzahlen Geschäftsjahr 2019](#)

[Präsentation Jahresergebnis 2019](#)

[Bildergalerie für Medien](#)

### **Kontakt**

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

### **Investoren-Agenda**

23. März 2020: Schliessung des Aktienregisters (Buchschluss)

31. März 2020: Generalversammlung

2. April 2020: Ex-Date

6. April 2020: Pay-Date

19. August 2020: Publikation Halbjahresergebnis und Halbjahresbericht 2020

## **ORIOR – Excellence in Food**

*ORIOR ist eine international tätige Schweizer Food & Beverage Gruppe, die Handwerkskunst mit Pioniergeist verbindet und auf Unternehmertum und starken Werten aufbaut. Die Genusswelt von ORIOR umfasst etablierte Unternehmen und bekannte Marken mit führenden Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland.*

*Erklärtes Ziel von ORIOR ist die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Die Nähe zum Kunden, enge Partnerschaften, eine schlanke und agile Gruppenstruktur sowie das intradisziplinäre ORIOR Champion-Modell bilden die Grundlage, um mit innovativen Produkten, Konzepten und Services den Markt an vorderster Front zu gestalten. Motivierte Mitarbeitende, die Freude haben an ihrem täglichen Tun und für sich und ihre Arbeit Verantwortung übernehmen, sind der Schlüssel, um Ausserordentliches zu erreichen.*

*Mit unermüdlichem Engagement streben wir nach Einzigartigkeit und bester Qualität, um Konsumentinnen und Konsumenten immer wieder mit genussvollen Erlebnissen zu überraschen. Dafür steht unser Anspruch: **Excellence in Food.***

*Im Geschäftsjahr 2019 erzielte die ORIOR Gruppe mit rund 2300 Mitarbeitenden einen Nettoerlös von CHF 596.4 Mio. 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](http://www.orior.ch).*

---

### **Hinweis zu den Performancekennzahlen**

*ORIOR verwendet in vorliegender 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 2019», welches unter <https://orior.ch/de/finanzberichte> einsehbar ist, definiert diese alternativen Performancekennzahlen.*