

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 28. Februar 2017

ORIOR mit erfolgreicher Akquisition in Belgien und guter Leistung im Heimmarkt

- Nettoerlös um 5.5% auf CHF 527.7 Mio. gesteigert
- Steigerung EBITDA um 5.7% auf CHF 51.5 Mio.
- Steigerung Reingewinn um 11.0% auf CHF 28.4 Mio.
- Antrag einer erneut höheren Dividende von CHF 2.09 je Aktie

Die im Frisch-Convenience und in der Fleischveredelung führende Schweizer Lebensmittelproduzentin ORIOR präsentiert ein strategisch und operativ erfolgreiches 2016. Mit der Akquisition der Culinor Food Group – der führenden Herstellerin von Fertigenmenüs und Menükomponenten für den Detailhandel und die Gastronomie in den Benelux-Staaten – erreichte ORIOR einen weiteren wichtigen Meilenstein im Rahmen ihrer Strategie ORIOR 2020. Damit stärkte und erweiterte sie ihre Kernkompetenz und Marktposition im wachsenden Premium-Frisch-Convenience-Food-Markt über die Schweizer Grenze hinaus nach Europa. Auch operativ hat sich die Gruppe in einem anhaltend anspruchsvollen Marktumfeld gut gehalten und weiter gestärkt; so konnten die operativen Kennzahlen und Margen verbessert werden.

Die ORIOR Gruppe erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2016 einen Nettoerlös von CHF 527.7 Mio. gegenüber CHF 500.1 Mio. im Vorjahr. Dieser Nettoerlöszuwachs von 5.5% ist massgeblich auf die Akquisition der Culinor Food Group per Ende August 2016 und die entsprechende Vollkonsolidierung seit 1. September 2016 zurückzuführen. Der EBITDA steigerte sich um 5.7% auf CHF 51.5 Mio., und die Marge erreichte das Vorjahresniveau von 9.7%. Ermöglicht wurde das durch verstärktes Augenmerk auf das Portfoliomanagement sowie durch das konsequente Arbeiten an zahlreichen Kosteneffizienzprojekten. Der Nettogewinn wuchs gegenüber dem Vorjahr um 11.0% auf CHF 28.4 Mio., was einer Margenverbesserung von 27 Basispunkten auf 5.4% entspricht. Der operative Cash Flow betrug CHF 31.9 Mio., und die Eigenkapitalquote reduzierte sich, im Zusammenhang mit der Übernahme der Culinor Food Group, von 58.6% auf 44.3%.

Der Heimmarkt Schweiz ist sowohl im Detailhandel als auch in der Gastronomie nach wie vor geprägt von Preis- und Wettbewerbsdruck sowie von Minderumsatz in den Grenzregionen. Die positiven Impulse aus den Initiativen und Massnahmen der Strategie ORIOR 2020 vermochten die schwierige Ausgangslage nicht ganz zu kompensieren. In der Folge musste ein Umsatzrückgang im Schweizer Geschäft von –1.5% verzeichnet werden.

Erneut höhere Dividende

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung vom 28. März 2017 für das Geschäftsjahr 2016 eine erneut höhere Dividende von CHF 2.09 auszuzahlen. Damit beantragt er die sechste Dividenden-Erhöhung in Folge seit dem IPO im Jahr 2010.

ORIOR-Segmente

Die Segmentberichterstattung der ORIOR erfolgt neu in den drei Segmenten ORIOR Convenience, ORIOR Refinement und ORIOR International. Das bis anhin geführte Segment Corporate und Export wird aufgeteilt: Der Bereich Corporate wird über alle Segmente verteilt, und Export ist Teil des Segments ORIOR International. Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, wurden die Vorjahreszahlen dem neuen Berichtswesen angepasst.

Das auf Frisch-Convenience-Produkte spezialisierte Segment Convenience mit seinen Kompetenzzentren Fredag, Le Patron und Pastinella konnte im Berichtsjahr nur teilweise überzeugen. Der Umsatz verzeichnete einen Rückgang von 4.2% auf CHF 194.2 Mio. gegenüber CHF 202.7 Mio. im Vorjahr. Der EBITDA verringerte sich um 6.0% auf CHF 25.2 Mio., was einer EBITDA-Marge von 13.0% entspricht. Mitunter waren die Umstellung des Geschäftsmodells für den Export von vegetarischen und veganen Spezialitäten sowie die Rückgänge im Frisch-Pasta-Bereich Treiber dieser Entwicklung. Auch die schwierigen Rahmenbedingungen im Detailhandel und in der Gastronomie sowie die zurückhaltende Konsumentenstimmung haben in einigen Produktgruppen für Rückgänge gesorgt. Die positiven Haupttreiber des Segments Convenience haben sich auch im zweiten Halbjahr bestätigt: Fredag konnte mit innovativen Lösungen bei den vegetarischen Kreationen sowie mit Geflügel- und Seafood-Produkten weiterwachsen, und Le Patron steigerte den Absatz von Snacks und Spezialitäten.

Das auf veredelte Fleischprodukte spezialisierte Segment Refinement mit seinen Kompetenzzentren Rapelli, Albert Spiess und Möfag hat sich im Berichtsjahr sehr gut behauptet. Der Umsatz von CHF 298.8 Mio. entspricht einer Verbesserung von CHF 0.3 Mio. gegenüber dem Vorjahr. Auch die Rentabilität vermochte auf Vorjahresniveau anzuknüpfen; der EBITDA beträgt CHF 22.5 Mio., was einer Marge von 7.5% gleichkommt. Diese Entwicklung wurde getrieben durch die zusätzlichen Investitionen in die Marken «Rapelli» und «Albert Spiess», wodurch die Markenumsätze gesteigert und Marktanteile dazugewonnen werden konnten. Die auf Fürstentümer Spezialitäten ausgerichtete Möfag überzeugte erneut mit Innovationen und breiter Diversifikation der Absatzkanäle.

Das Segment International umfasst alle unsere Aktivitäten ausserhalb der Schweiz und wird massgeblich von der Akquisition der Culinor Food Group in Belgien geprägt. Die Culinor Food Group ist führende Herstellerin von Fertigenmenüs und Menükomponenten in den Benelux-Staaten und wird als eigenständiges Kompetenzzentrum der ORIOR geführt. Neben einem innovativen, qualitativ hochstehenden und breiten Produktportfolio verfügt Culinor über modernste Anlagen und vielfältige Technologien zur Herstellung von Premium-Frisch-Convenience-Produkten. Die seit 1. September 2016 vollkonsolidierte Culinor Food Group hat die Erwartungen in den ersten Monaten vollends erfüllt. Zusammen mit dem Exportgeschäft beträgt der konsolidierte Segmentumsatz CHF 53.2 Mio. Im Export von Bündnerfleisch wurde – aufgrund der schwierigen Markt- und Wettbewerbssituation sowie als Konsequenz eines bewussten Verzichts auf margenschwache Aufträge – ein Rückgang im Absatz in Kauf genommen. Dafür liess sich damit die Rentabilität auf dem verbleibenden Umsatz mit Bündnerfleisch verbessern. Auch die Umstellung für den Export von «Nature Gourmet»-Produkten drückte zwar auf den Umsatz, wirkte sich aber positiv auf die Rentabilität im Exportgeschäft aus. Zusammen mit der Culinor Food Group erreichte das Segment International einen EBITDA von CHF 3.7 Mio., was einer EBITDA-Marge von 7.0% entspricht.

Weitere Ziele der Strategie ORIOR 2020 erreicht

Mit grossem Engagement arbeitete ORIOR während des gesamten Berichtsjahrs an der konsequenten Umsetzung der Strategie ORIOR 2020. Mit der Übernahme der Culinor Food Group ist der strategisch wichtige erste Schritt nach Europa gelungen. Gleichzeitig wurde an unzähligen Initiativen und Massnahmen gearbeitet: Gruppenübergreifend wurden die Betrachtung und die Bearbeitung von Trends sowie die Erarbeitung einer 3-Jahres-Innovations-Pipeline vorangetrieben. Ebenso wurden der Einkauf und der Verkauf über-

prüft, und es gelang, sowohl auf der Kosten- wie auch auf der Organisationsseite deutliche Verbesserungen zu realisieren. Dank zusätzlicher Investitionen ins Marketing, insbesondere in die Marken, konnten «Rapelli» sowie «Albert Spiess» gestärkt werden und wachsen. Und für den Export unserer vegetarischen und veganen Spezialitäten unter der Marke «Nature Gourmet» erfolgte im März 2016 die Umstellung des Geschäftsmodells, um die Profitabilität zu verbessern. Im Schweizer Geschäft wurden in der «Werkentwicklungsplanung» Strukturen und Prozesse überprüft und verbessert. Zudem wurde für Kader- und Schlüsselmitarbeitende der ORIOR-Campus ins Leben gerufen, um die persönliche Entwicklung zu unterstützen und um Verantwortung zu fördern.

Ausblick

Wir rechnen nach wie vor mit anspruchsvollen Rahmenbedingungen. Das wettbewerbsintensive Umfeld wird auch künftig bestimmend sein. Wir werden weiterhin konsequent unsere Strategie ORIOR 2020 umsetzen und mit Fokus auf Produkt- und Konzeptinnovationen, starken Kundenpartnerschaften, Investitionen in unsere Marken und Ausrichtung auf attraktive Nischen unsere starken Positionen weiter vorantreiben. Zudem werden wir unsere operative Leistungsfähigkeit und Effizienz weiter verbessern. So werden wir auch 2017 eine Wertsteigerung für unsere Stakeholder realisieren.

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – Geschäftsjahr 2016

in TCHF	2016	Δ in %	2015
Nettoerlös	527'738	+5.5%	500'128
EBITDA	51'450	+5.7%	48'655
EBITDA in % vom Nettoerlös	9.7%		9.7%
EBIT	35'157	+3.9%	33'848
EBIT in % vom Nettoerlös	6.7%		6.8%
Reingewinn	28'377	+11.0%	25'563
Reingewinn in % vom Nettoerlös	5.4%		5.1%
Dividende je Aktie in CHF	2.09		2.03

Einladung zur Telefonkonferenz

Heute Dienstag, 28. Februar 2017, 11.00 Uhr, erläutert das Management im Rahmen einer Telefonkonferenz das Jahresergebnis 2016. Wir laden Sie herzlich ein, daran teilzunehmen.

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: 075927.

Download Link Geschäftsbericht 2016: <http://investor.orior.ch/Finanzberichte>

Download Link Präsentation Jahresergebnis 2016: <http://investor.orior.ch/Praesentationen>

Kontakt

Milena Mathiuet, Leiterin Corporate Communication & IR

Telefon +41 44 308 65 13, E-Mail: investors@orior.ch

Investoren-Agenda

28. März 2017: Generalversammlung

22. August 2017: Publikation Halbjahresergebnis und Halbjahresbericht 2017

ORIOR – Excellence in Food

ORIOR ist eine international tätige Schweizer Lebensmittelproduzentin, die Handwerkskunst mit Pioniergeist verbindet und auf Unternehmertum und starken Werten aufbaut. Die auf Frisch-Convenience und Fleischveredelung spezialisierte Gruppe hält führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland. Mit Rapelli, Ticinella, Albert Spiess, Fürstentländer Spezialitäten, Fredag, Pastinella, Le Patron, Culinor und Vaco's Kitchen verfügt ORIOR über ein Portfolio von etablierten Unternehmen und bekannten Marken.

Erklärtes Ziel von ORIOR ist die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Die Nähe zum Markt, enge Partnerschaften und die schlanke, agile Gruppenstruktur 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 2016 erzielte die ORIOR Gruppe mit rund 1600 Mitarbeitenden einen Nettoerlös von CHF 527.7 Mio. ORIOR ist an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotiert (ORON, ISIN CH011 1677 362). Weitere Informationen unter www.orior.ch