

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

ORIOR behauptet sich in anspruchsvollem Umfeld

- **Steigerung des Reingewinns auf CHF 28.2 Mio.; EBITDA-Marge auf 10.8% verbessert**
- **Leicht reduzierter Umsatz aufgrund von Preisnachlässen im Detailhandel**
- **Marktanteile bei strategisch wichtigen Produkten gewonnen**
- **Wachstumssprung im Exportgeschäft um fast 50% (in CHF)**
- **Höhere Dividende von CHF 1.93 je Aktie beantragt**
- **Start ins Jahr 2012 mit wichtiger Arrondierungsakquisition**

Zürich, 23. Februar 2012

Die in den Bereichen Frisch-Convenience Food und Fleischveredelung führende Schweizer Lebensmittelgruppe ORIOR hat sich 2011 in einem anspruchsvollen Marktumfeld gut behauptet. Zwar ging der Nettoerlös als Folge des Preisdrucks auf dem Sortiment leicht zurück. Der EBITDA konnte hingegen auf Vorjahresniveau gehalten werden und der Reingewinn stieg auf CHF 28.2 Mio. ORIOR hat bei wichtigen Produkten Marktanteile gewonnen. Strategiekonform wurden kleinere Unternehmen akquiriert, welche das Sortiment ergänzen und deren Vertrieb mehrheitlich schon bisher über ORIOR abgewickelt wurde. Gestützt auf das weiter gestärkte Kerngeschäft, die hohe Innovationskraft und das erneuerte Führungsteam ist ORIOR für die Zukunft gut aufgestellt.

2011 standen die Absatzmärkte der ORIOR im Zeichen der Frankenstärke. Die Umsätze im Detailhandel wurden durch den Preisdruck auf den Sortimenten und den Einkaufstourismus in den Grenzregionen belastet. Auch die Gastronomie in den Tourismusgebieten litt unter den Auswirkungen des starken Frankens. Vor diesem Hintergrund hat sich die ORIOR Gruppe im Geschäftsjahr 2011 gut behauptet. Zwar ging der Nettoerlös als Folge der Minusteuerung auf dem Sortiment um 1.8% auf CHF 496.6 Mio. geringfügig zurück. Der EBITDA konnte hingegen mit CHF 53.9 Mio. auf Vorjahresniveau gehalten werden, was einer Verbesserung der EBITDA-Marge von 10.7% auf 10.8% entspricht. Der Reingewinn stieg auf CHF 28.2 Mio. Das entspricht einem Zuwachs von 4.5% gegenüber dem Vorjahr. Mit einer Eigenkapitalquote per 31. Dezember 2011 von 47.3% (31.12.2010: 43.8%) verfügt die ORIOR Gruppe über eine solide Basis für die künftige Entwicklung.

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Dividendenerhöhung beantragt

Gestützt auf das gute Ergebnis und die solide Bilanz beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 27. März 2012, eine Dividende von CHF 1.93 je Aktie auszuzahlen, gegenüber CHF 1.90 im Vorjahr. Das ergibt eine Ausschüttungsquote von 40.5% des Reingewinns, was der Dividendenpolitik von ORIOR entspricht. Die Auszahlung wird aus der Reserve von Kapitaleinlagen vorgenommen und erfolgt somit ohne Abzug der Verrechnungssteuer.

Marktposition ausgebaut, Boom im Exportgeschäft

Besonders erfreulich verlief die Entwicklung im Geschäftsjahr 2011 bei ORIOR Refinement. Der auf Fleischveredelung spezialisierte Konzernbereich gewann mit seinen Flaggschiff-Marken Rapelli, Ticinella und Spiess weitere Marktanteile. Das Absatzvolumen stieg markant. Nach Berücksichtigung der Minusteuerung als Folge der preisgünstigeren Rohstoffe resultierte für 2011 immer noch eine Steigerung des Nettoerlöses um 0.6% auf CHF 302.3 Mio. Die EBITDA-Marge konnte erneut verbessert werden, von 8.5% im Vorjahr auf 9.4%. Der auf Frisch-Convenience-Produkte spezialisierte Konzernbereich ORIOR Convenience weist für das Berichtsjahr einen Nettoerlös von CHF 189.8 Mio. aus. Das entspricht einem Minus von 6.2% gegenüber dem Vorjahr. Die EBITDA-Marge reduzierte sich von 15.6% im Vorjahr auf 15.3%. Verantwortlich für die Abschwächung waren ein im ersten Halbjahr auslaufender Liefervertrag, der in der zweiten Jahreshälfte nicht vollständig kompensiert werden konnte, sowie die stark verminderte Aktionstätigkeit von Grosskunden.

Das Exportgeschäft entwickelte sich sehr erfolgreich und steigerte den Nettoerlös in Franken um 49.8% gegenüber Vorjahr. Zwar haben sich die Margen als Folge der Wechselkursproblematik reduziert, ORIOR konnte jedoch die Präsenz ihrer strategischen Produktlinien – insbesondere Bündnerfleisch und vegetarische Convenience-Produkte – im französischen und auch im deutschen Markt markant stärken.

Kleinakquisitionen zur Arrondierung des Produktportfolios

In Einklang mit der Strategie, das Kerngeschäft durch qualitativ hochwertige Produkte in ausgewählten Marktnischen zu verstärken, hat ORIOR im Berichtsjahr zwei kleine Akquisitionen getätigt. Im Januar 2011 hat das Kompetenzzentrum Rapelli das Kleinunternehmen Keller mit der Marke Val Mara übernommen und so die Palette von authentischen, traditionell hergestellten Tessiner Spezialitäten erweitert. Um die Marktführerschaft im vegetarischen Bereich des Fleischersatzes zu sichern, wurde im April 2011 der führende Tofu-Produzent Bernatur übernommen und in das Kompetenzzentrum Fredag integriert. Der Produktvertrieb wurde schon bisher mehrheitlich über ORIOR abgewickelt, so dass die Übernahmen weitgehend umsatzneutral sind.

Übernahme von Möfag – Mösli Fleischwaren AG auf den 1. März 2012

Die jüngste Akquisition betrifft das Unternehmen Möfag, einen profilierten Hersteller von Fürstentümer Fleischspezialitäten wie Mostbröckli und Schinken. Das familiengeführte Unternehmen mit 55 Mitarbeitenden ist in der Region Ostschweiz gut verankert und bedient sowohl Gastronomie-Handel als auch Detailhandel. Mit seiner Produktpalette, der sympathischen Marke sowie der starken Stellung im Discountbereich ist Möfag eine ideale Ergänzung des Konzernbereichs Refinement. Möfag wird ab 1. März 2012 unter der Leitung des bisherigen Inhabers und mit dem bisherigen Führungsteam als eigenständige Unit in die ORIOR Gruppe integriert.

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Fokus auf Innovation und Effizienzsteigerung

ORIOR hat ihre hohe Innovationskadenz auch im Berichtsjahr aufrechterhalten. In allen Konzernbereichen wurden zahlreiche neue, auf die Wünsche der Konsumenten ausgerichtete Produkte lanciert. Dazu gehören unter anderem ein auf der Alp Piora im Tessin gereifter, hochwertiger Rohschinken von Ticinella, in Barolo eingelegtes Bündnerfleisch von Spiess oder von der Fredag exklusiv in der Schweiz angebotene Black Tiger Crevetten, die mit der Bioknospe zertifiziert sind.

Nicht zuletzt konnte ORIOR im Berichtsjahr auch mehrere Effizienzsteigerungsinitiativen abschliessen wie die automatische Mehlzufuhr in der Pasta-Produktion oder die Optimierung der internen Logistik bei Fredag. Diese Initiativen verbessern die Kostenpositionen der ORIOR Gruppe.

Kontinuität an der Unternehmensspitze

Im Geschäftsjahr 2011 wurden innerhalb der ORIOR Gruppe verschiedene Führungspositionen neu besetzt. Remo Hansen, bisher Leiter der Kompetenzzentren Fredag und Pastinella und Mitglied des Management Board, wurde per 1. Mai 2011 zum CEO der ORIOR Gruppe ernannt. Mit Blick auf die Kontinuität an der Führungsspitze übernahm der langjährige CEO und Delegierte, Rolf U. Sutter, das Präsidium des Verwaltungsrats.

Weitere Neuberufungen betreffen Stefan H. Jost, der Mitte Jahr die Verantwortung für den Export, die Logistik und die Unternehmensentwicklung übernommen hat, sowie die Ernennung des langjährigen Rapelli Geschäftsführers, Bruno de Gennaro, zum Leiter des Konzernbereichs Convenience sowie des Kompetenzzentrums Fredag per Anfang 2012. Rapelli wird neu vom Tessiner Glauco Martinetti geleitet, der bisher für Marketing und Verkauf verantwortlich war. Die Leitung des Kompetenzzentrums Pastinella hat der langjährige Leiter Marketing und Verkauf, Michel Nick, übernommen.

Albert Spiess, der seit rund 40 Jahren die Spiess AG führt, wird per Mitte 2012 in den Ruhestand treten. Mit Bruno Bürki, der vom Migros-Genossenschafts-Bund zur ORIOR stösst, konnte ein kompetenter Fleischfachmann mit fundierter Detailhandelserfahrung als Nachfolger gewonnen werden.

Ausblick: stetige Weiterentwicklung des Unternehmens

Die Konjunktur in den für ORIOR relevanten Märkten dürfte sich im laufenden Jahr weiter abkühlen, während die Problematik des Einkaufstourismus beim gegenwärtigen Frankenkurs bestehen bleibt. Dennoch ist ORIOR für 2012 optimistisch. Die Gruppe ist mit ihren Produkten und Marken für Detailhandel und Gastronomie bestens positioniert. ORIOR bekräftigt die Zielsetzung eines mittel- bis langfristigen organischen Wachstums von 1% bis 2%. Auch im laufenden Jahr wird ORIOR die Produktinnovationen mit hoher Kadenz vorantreiben und in den Konzernbereichen Refinement und Convenience zahlreiche Neuprodukte lancieren. Zudem konnten mit der neusten Akquisition gewisse Absatzkanäle gestärkt werden. Beim Exportgeschäft steht nach dem Wachstumssprung im Berichtsjahr eine Konsolidierung an. Nicht zuletzt wird ORIOR die Effizienzsteigerungsinitiativen fortsetzen, um ihre Kostenstrukturen wettbewerbsfähig zu halten.

CEO Remo Hansen hält dazu fest: „2012 wird für uns einige Herausforderungen bereithalten. ORIOR hat sich aber gerade in anspruchsvollen Zeiten immer gut entwickelt. Wir decken mit unserem Sortiment ein breites Spektrum von Produkten ab, wir beliefern den gesamten Detailhandel und den Food-Service-Kanal. Zudem sind wir wieder mit zahlreichen Innovationen unterwegs. Ich bin überzeugt, dass ORIOR ihre Stellung auch im laufenden Jahr ausbauen wird.“

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Kontakt

ORIOR AG

Remo Hansen

CEO

Telefon +41 44 308 65 00

Email: info@orior.ch

ORIOR AG

Karin Dietrich

Investor Relations

Telefon +41 44 308 65 13

Email: investors@orior.ch

Der Geschäftsbericht 2011 kann unter folgendem Link heruntergeladen werden:

<http://investor.orior.ch/Finanzberichte>

Die anlässlich der heutigen Medien- und Analystenkonferenz verwendete Präsentation zum Jahresergebnis steht unter folgendem Link zur Verfügung:

<http://investor.orior.ch/Praesentationen>

Investoren-Agenda

27. März 2012: Generalversammlung, Lake Side Casino Zürichhorn, Zürich

23. August 2012: Publikation Halbjahresergebnis 2012

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – Geschäftsjahr 2011

in TCHF	2011	Δ in %	2010
Nettoerlös	496 626	-1.8%	505 525
EBITDA in % vom Nettoerlös	53 872 10.8%	-0.6%	54 188 10.7%
EBIT in % vom Nettoerlös	39 215 7.9%	-3.1%	40 479 8.0%
Reingewinn in % vom Nettoerlös	28 161 5.7%	+4.5%	26 936 5.3%
Nettoverschuldung Dritte Nettoverschuldung / EBITDA Quote	73 124 1.36x	+2.0%	71 689 1.32x
Eigenkapital Eigenkapitalquote	186 980 47.3%	+9.8%	170 307 43.8%
Bilanzsumme	395 419		389 182
Reingewinn je Aktie*	CHF 4.76		CHF 4.99
Ausschüttung je Aktie	CHF 1.93		CHF 1.90
Durchschnittlicher Personalbestand	1 257		1 273

*Reingewinn / gewichtete Ø Anzahl Aktien im Umlauf



ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

ORIOR – Excellence in Food

ORIOR ist eine traditionsreiche Schweizer Lebensmittelgruppe, spezialisiert auf Frisch-Convenience Food und Fleischveredelung. Sie hält mit ihren innovativen Produkten und den Marken Rapelli, Ticinella, Spiess, Le Patron, Pastinella, Fredag und Natur Gourmet führende Positionen in rasch wachsenden Nischenmärkten im Schweizer Detailhandel und in der Gastronomie sowie in ausgewählten Absatzkanälen im benachbarten Ausland. Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die ORIOR Gruppe mit rund 1 250 Mitarbeitenden einen Umsatz von rund CHF 500 Mio. ORIOR ist an der SIX Swiss Exchange kotiert (ORON, ISIN CH0111677362). Weitere Informationen unter www.orior.ch

Forward-looking statement

Information in this release may involve guidance, expectations, beliefs, plans, intentions or strategies regarding the future. These forward-looking statements involve risks and uncertainties. All forward-looking statements included in this release are based on information available to ORIOR AG as of the date of this release, and we assume no duty to update any such forward-looking statements. The forward-looking statements in this release are not guarantees of future performance and actual results could differ materially from our current expectations. Numerous factors could cause or contribute to such differences. Factors that could affect the Company's forward-looking statements include, among other things: national and global GDP trends; changes in regulation relevant to the food business; intense competition in the markets in which the Company operates; integration of acquired companies; changes in the Company's ability to attract and retain qualified internal and external personnel or clients; the potential impact of disruptions related to IT; any adverse developments in existing commercial relationships, disputes or legal and tax proceedings.