

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Solides Ergebnis der ORIOR Gruppe im Jahr 2012

- **Nettoerlös auf CHF 501.5 Mio. gesteigert, EBITDA und Reingewinn knapp unter Vorjahr**
- **Marktstellung in allen Segmenten gehalten oder ausgebaut**
- **Hohe Innovationskadenz sorgt für Wachstumsimpulse**
- **Erfolgreicher Export von Bündnerfleisch und vegetarischen Produkten**
- **Erneut höhere Dividende von CHF 1.95 je Aktie beantragt**

Zürich, 28. Februar 2013

Die in den Bereichen Frisch-Convenience-Food und Fleischveredelung führende Schweizer Lebensmittelgruppe ORIOR hat 2012 in einem anspruchsvollen Umfeld ein solides Ergebnis erzielt. Der Nettoerlös wurde dank der Akquisition des Fleischverarbeiters Möfag und guter Verkaufsleistung im Convenience auf CHF 501.5 Mio. gesteigert. EBITDA und Reingewinn liegen knapp unter Vorjahr. Gestützt auf die starke Stellung in ihren Märkten, die gute Akzeptanz der eingeführten Produkte und die volle Innovationspipeline ist ORIOR für die Zukunft gut aufgestellt.

Die ORIOR Gruppe war im Geschäftsjahr 2012 mit einem anspruchsvollen Umfeld konfrontiert. Der Einkaufstourismus in den Grenzgebieten, Preissenkungen im Detailhandel und die schwache Nachfrage in der Gastronomie, insbesondere in den Tourismusregionen, haben sich belastend ausgewirkt. Positiv zu vermerken sind der operativ erfreuliche Herbst sowie das starke Weihnachtsgeschäft. Insgesamt hat es das Marktumfeld jedoch nicht zugelassen, das sehr gute Vorjahresergebnis zu wiederholen.

Für 2012 weist die ORIOR Gruppe einen Nettoerlös von CHF 501.5 Mio. aus. Grund für den Zuwachs um 1.0% ist die Akquisition der Firma Möfag, welche die Minusteuerung im Markt mehr als ausgeglichen hat. Der EBITDA sank leicht um 2.9% auf CHF 52.3 Mio. Dies entspricht einer Marge von 10.4%, gegenüber 10.8% im Vorjahr. Der Reingewinn erreichte mit CHF 27.9 Mio. den vorjährigen Rekordwert von CHF 28.2 Mio. nicht ganz. Sonderinflüsse beeinflussten das Resultat geringfügig. Die Eigenkapitalquote nahm erneut zu und liegt nun bei 49.7%, was die solide finanzielle Basis des Unternehmens unterstreicht.

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Dividendenerhöhung beantragt

Gestützt auf das gute Ergebnis und die solide Bilanz beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 11. April 2013, eine leicht höhere Dividende von CHF 1.95 je Aktie ausbezahlen, gegenüber CHF 1.93 im Vorjahr. Das ergibt eine Ausschüttungsquote von 41.4% des Reingewinns, was der Dividendenpolitik von ORIOR entspricht. Die Auszahlung erfolgt aus der Reserve von Kapitaleinlagen und somit ohne Abzug der Verrechnungssteuer.

Segmente legen zu

Die drei ORIOR Segmente Refinement, Convenience sowie Corporate, Export und Logistik konnten ihre starke Stellung in den jeweiligen Märkten halten oder ausbauen. Vor allem ORIOR Refinement mit seinen Kompetenzzentren Rapelli, Spiess und Möfag hat sich dank der Möfag-Akquisition im Markenbereich der Fleischveredelung nochmals verstärkt. Der Zukauf hat den durch die anhaltend tiefen Schweinefleischpreise bedingten Umsatzrückgang kompensiert, wodurch eine Steigerung des Nettoerlöses um 2.7% auf CHF 310.3 Mio. resultierte. Die EBITDA-Marge ist mit 9.1% leicht tiefer als im Vorjahr mit 9.4%.

Das auf Frisch-Convenience-Produkte spezialisierte Segment ORIOR Convenience mit seinen Kompetenzzentren Fredag, Pastinella und Le Patron erhöhte den Nettoerlös von CHF 189.8 Mio. im Vorjahr auf CHF 190.6 Mio. Wachstumsimpulse lieferten unter anderem die vegetarischen Produkte, die im Herbst eingeführten Ultra-Frisch-Menüs sowie der Bereich Seafood. Die EBITDA-Marge schwächte sich leicht ab auf 14.6%, nach 15.3% im Vorjahr.

Im ORIOR Segment Corporate, Export und Logistik fand nach dem Umsatzschub im Vorjahr die angekündigte Konsolidierung statt. Die Nettoerlöse gingen um 4.9% auf CHF 36.1 Mio. zurück. ORIOR hat den Marktanteil im Bündnerfleisch-Export auf knapp 50% ausgebaut, trotz schwierigem Umfeld, besonders in Frankreich. Stark zulegen konnten die vegetarischen Produkte, deren Absatz sich in der Berichtsperiode mehr als verdoppelt hat.

Fokus auf Innovation und Effizienzsteigerung

ORIOR hat die Produktinnovation auch im Berichtsjahr mit hoher Kadenz vorangetrieben und zahlreiche neue, auf die Wünsche der Konsumenten ausgerichtete Produkte lanciert. Herauszuheben ist zum Beispiel das unter der Marke «Rapelli» eingeführte Frischtartar. ORIOR ist als einzige Firma in der Lage, dem Schweizer Detailhandel ein Frischtartar anzubieten – die kurze Haltbarkeit dieses Produkts setzt eine bis ins Detail abgestimmte Logistik voraus, was dank dem ausgeklügelten Verteilsystem der Lineafresca möglich ist.

Sehr gut angekommen sind auch die Ultra-Frisch-Menüs von Le Patron mit einem hohen Gemüseanteil, die auf Bestellung frisch hergestellt werden. Die neuen regionalen Spezialitäten, das vegane Sortiment oder die Mittagstisch-Konzepte für Kinder sind weitere Beispiele.

Rund CHF 18 Mio. wurden in neue Infrastruktur investiert: Unter anderem hat Rapelli eine neue Kochschinkenanlage in Betrieb genommen, Le Patron startete mit dem Programm «Move 100» eine Gesamtoptimierung ihrer Abläufe und Spiess hat ihre Salzereien vollständig in Schiers konzentriert sowie die Unternehmenssoftware SAP eingeführt.

Neue Köpfe im Führungsteam

Im Geschäftsjahr 2012 wurden innerhalb der ORIOR Gruppe verschiedene Führungspositionen neu besetzt. Die Leitung von Rapelli übernahm Glauco Martinetti, der zuvor als Leiter Marketing und Sales Rapelli tätig war. Der bisherige Leiter Bruno de Gennaro hat die Führung des ORIOR Segments Convenience übernommen. Bei der Albert Spiess AG übergab Albert Spiess, der die Firma 40 Jahre geleitet hatte, die Führung in die Hände von Bruno Bürki, einem erfahrenen Fleischfachmann mit fundierter Detailhandelserfahrung.

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Zuversichtlicher Ausblick

Die Konjunktur in den für ORIOR relevanten Märkten dürfte sich im laufenden Jahr geringfügig verbessern. Die Rohstoffpreise werden tendenziell steigen. Verhalten optimistisch stimmen die Erholung im Detailhandel und seit Neuestem auch in der Gastronomie im Bündnerland und im Tessin. Insgesamt bleibt das Marktumfeld anspruchsvoll, worauf ORIOR angesichts der guten Akzeptanz der eingeführten Produkte und der vollen Innovationspipeline gut vorbereitet ist.

Die ORIOR Gruppe bestätigt das Ziel eines mittel- bis langfristigen organischen Wachstums von 1 bis 2%. Sie wird auch im laufenden Jahr die Produktinnovationen vorantreiben und in den Konzernbereichen Refinement und Convenience mehrere Neuprodukte lancieren. Das Exportgeschäft dürfte sich weiterhin gut entwickeln. Mit Blick auf eine optimierte Kostenstruktur wird ORIOR ihre Effizienzsteigerungsinitiativen fortsetzen.

CEO Remo Hansen hält dazu fest: «Die ORIOR Gruppe will 2013 wachsen. Wir werden innovative Produkte lancieren, die Trends setzen und Mehrwert bringen. Und wir wollen wiederum in neue Anlagen und Abläufe investieren, um die Produktivität zu steigern. Insgesamt soll ORIOR eine der ersten Adressen unter den Nahrungsmittelfirmen in der Schweiz bleiben.»

Kontakt

ORIOR AG	ORIOR AG
Remo Hansen	Milena Mathiuet
CEO ORIOR Group	Investor Relations
Telefon +41 44 308 65 00	Telefon +41 44 308 65 13
E-Mail: info@orior.ch	E-Mail: investors@orior.ch

Der Geschäftsbericht 2012 kann unter folgendem Link heruntergeladen werden:

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

Einladung zu einer Telefonkonferenz

Heute Donnerstag, 28. Februar 2013, 10.00 Uhr, erläutern Remo Hansen (CEO) und Héléne Weber-Dubi (CFO) das Jahresergebnis 2012 im Rahmen einer Telefonkonferenz.

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

Nennen Sie Ihren Namen und Ihr Unternehmen und geben Sie den PIN-Code **111884** ein.

Wir bitten Sie, sich 5 bis 10 Minuten vor Beginn der Präsentation einzuwählen.

Die Präsentation zum Jahresergebnis kann unter folgendem Link heruntergeladen werden:

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

Die Aufzeichnung der Telefon-Präsentation steht im Anschluss für 48 Stunden als Audio-Datei unter <http://investor.orior.ch/Praesentationen> zur Verfügung.

Investoren-Agenda

11. April 2013: Generalversammlung, Maag Halle, Zürich

22. August 2013: Publikation Halbjahresergebnis 2013

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – Geschäftsjahr 2012

in TCHF	2012	Δ in %	2011
Nettoerlös	501 493	+1.0%	496 626
EBITDA	52 335	-2.9%	53 872
in % vom Nettoerlös	10.4%		10.8%
EBIT	36 085	-8.0%	39 215
in % vom Nettoerlös	7.2%		7.9%
Reingewinn	27 850	-1.1%	28 161
in % vom Nettoerlös	5.6%		5.7%
Nettoverschuldung Dritte	85 559	+17.0%	73 124
Nettoverschuldung / EBITDA-Quote	1.63x		1.36x
Eigenkapital	203 502	+8.8%	186 980
Eigenkapitalquote	49.7%		47.3%
Bilanzsumme	409 369		395 419
Reingewinn je Aktie*	CHF 4.71		CHF 4.76
Ausschüttung je Aktie	CHF 1.95		CHF 1.93
Durchschnittlicher Personalbestand	1 273	+1.3%	1 257

*Reingewinn / gewichtete Ø Anzahl Aktien im Umlauf

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, Fürstenländer Spezialitäten, Le Patron, Pastinella, Fredag und Nature Gourmet führende Positionen in rasch wachsenden Nischenmärkten im Schweizer Detailhandel und in der Gastronomie sowie in ausgewählten Absatzkanälen im benachbarten Ausland. Im Geschäftsjahr 2012 erzielte die ORIOR Gruppe mit 1273 Mitarbeitenden einen Umsatz von CHF 501.5 Mio. ORIOR ist an der SIX Swiss Exchange kotiert (ORON, ISIN CH011 1677 362). 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.