

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

ORIOR mit Gewinnsteigerung im Geschäftsjahr 2014

- Nettoerlös wächst um 0.3% auf CHF 521.6 Mio.;
in der Schweiz beträgt der Zuwachs 1.4%
- EBITDA-Marge steigt auf 9.2%
- Reingewinn erhöht sich um 5.1% auf CHF 26.5 Mio.
- Convenience-Geschäft baut Marktstellung erneut aus
- Ergebnis im Segment Refinement (Fleischveredelung) wird durch hohe Rohstoffpreise gebremst
- Erneut höhere Dividende von CHF 2.00 je Aktie wird beantragt

Zürich, 26. Februar 2015

Die im Frisch-Convenience-Food und in der Fleischveredelung führende Schweizer Lebensmittelgruppe ORIOR kann auf ein gutes Jahr 2014 zurückblicken. Bei einem leicht höheren Umsatz konnten die Margen auf Gruppenebene gesteigert werden. Wachstumstreiber war das Convenience-Geschäft; ausschlaggebend waren dabei insbesondere die vegetarischen Spezialitäten, die Geflügelprodukte sowie die gluten- und laktosefreien Produkte. Gestützt auf die führende Stellung in ihren Märkten und die hohe Innovationskraft, blickt die ORIOR Gruppe zuversichtlich in die Zukunft.

Die ORIOR Gruppe erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014 einen Nettoerlös von CHF 521.6 Mio. und übertraf damit das Vorjahr, trotz bedeutend weniger Exportumsatz. Im Hauptmarkt Schweiz konnte ein Wachstum von 1.4% erzielt werden. Der EBITDA stieg dank dem starken zweiten Halbjahr um 2.2% auf CHF 48.0 Mio. Das entspricht einer Marge von 9.2%, gegenüber 9.0% im Vorjahr. Der Reingewinn erreichte mit CHF 26.5 Mio. eine Verbesserung um 5.1% gegenüber dem Vorjahr. Dies kommt einem Gewinn von CHF 4.48 je Aktie gleich (Vorjahr CHF 4.26 je Aktie).

Der operative Cash Flow sank wie erwartet von CHF 40.5 Mio. im Vorjahr auf CHF 28.6 Mio. Hauptgründe dafür waren geänderte Zahlungsmodalitäten sowie die Bezahlung von Steuern aus Vorjahren. Mit 53.5% wurde die Eigenkapitalquote erneut gesteigert.

Erneut leicht höhere Dividende

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung vom 26. März 2015, erneut eine leicht höhere Dividende von CHF 2.00 je Aktie auszuzahlen. Das ergibt eine Ausschüttungsquote von 44.6% des Reingewinns und entspricht der Dividendenpolitik von ORIOR. Die Auszahlung erfolgt aus Kapitaleinlagereserven und somit ohne Abzug der Verrechnungssteuer.

Segmente auf gutem Niveau

Das auf Frisch-Convenience-Produkte spezialisierte Segment Convenience mit seinen Kompetenzzentren Fredag, Pastinella und Le Patron weist für das Geschäftsjahr 2014 eine Umsatzzunahme und eine Marge auf Vorjahresniveau aus. Der Nettoerlös wurde von CHF 199.1 Mio. im Vorjahr auf CHF 207.0 Mio. gesteigert. Besonders erfreulich haben sich wiederum die Ultra-Frisch-Menüs, die Geflügelprodukte und die vegetarischen Spezialitäten entwickelt – letztere auch aufgrund der Arrondierungsakquisition des auf Bio-Tofu spezialisierten Unternehmens Noppa AG. Die EBITDA-Marge blieb mit 14.3% unverändert gegenüber dem Vorjahr.

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Das Segment Refinement mit den Kompetenzzentren Rapelli, Albert Spiess und Möfag liegt mit einem Nettoerlös von CHF 316.3 Mio. knapp unter Vorjahresniveau. Die hohen Rohstoffpreise wirkten auch in diesem Jahr negativ auf die Bruttomarge, wodurch sich die EBITDA-Marge von 7.4% im Vorjahr auf 7.1% reduzierte. Zwar vermochte das Segment aufgrund des guten Produktemixes im Berichtsjahr volumenmässig zuzulegen, mit einem EBIT von CHF 14.5 Mio. konnte das Vorjahresergebnis jedoch nicht erreicht werden (2013: CHF 15.8 Mio.). Wachstumstreiber waren, wie bereits zum Halbjahr, die Kompetenzzentren Rapelli und Möfag, wobei Möfag erneut einen Rekordumsatz erzielt hat. Das Kompetenzzentrum Albert Spiess konnte die zum Halbjahr leicht unter den Erwartungen gelegenen Ergebnisse in der zweiten Jahreshälfte nicht vollständig kompensieren.

Das Segment Corporate und Export wurde im Berichtsjahr neu organisiert. ORIOR hat das Logistikunternehmen Lineafresca an einen langjährigen Transportpartner verkauft und mit diesem eine strategische Allianz gebildet. Das Exportgeschäft konnte im Jahr 2014 die Erwartungen nicht erfüllen. Der Nettoerlös reduzierte sich von CHF 22.3 Mio. im Vorjahr auf CHF 19.5 Mio. Verantwortlich dafür war der Hauptmarkt Frankreich, in dem sich das wirtschaftliche Umfeld nach wie vor schwierig präsentierte. Hinzu kam der Konkurs eines für ORIOR wichtigen Distributors. Erfreulich war das Wachstum bei den vegetarischen und veganen Produkten der Marke «Nature Gourmet». Insbesondere in Deutschland legten die Umsätze weiter zu.

Ausblick

Das Segment Convenience dürfte sich im laufenden Jahr weiterhin gut entwickeln. Frisch-Convenience und Ultra-Frisch-Convenience bleiben auch künftig Wachstumsmärkte. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten haben das Bedürfnis nach schnell zubereiteten, qualitativ hochstehenden, gesunden und abwechslungsreichen Mahlzeiten. Ebenfalls überproportional zulegen wird auch der Markt für vegetarische und vegane Produkte. Die Arrondierungsakquisition Noppa AG liefert zusätzliche Impulse für die Weiterentwicklung des Produktportfolios in diesem Bereich. Hinzu kommt das Bedürfnis der Konsumenten nach einem erweiterten Angebot an Produkten, die spezielle Ernährungsformen wie beispielsweise Diäten oder Intoleranzen berücksichtigen. Gestützt auf ihre führende Stellung, wird ORIOR an diesem Wachstum teilhaben.

Das Segment Refinement erwartet für das Geschäftsjahr 2015 ebenfalls ein leichtes Wachstum. Die tieferen Schweinefleischpreise dürften sich in den ersten Monaten des Jahres positiv auf die Rentabilität auswirken. Im Frühling ist dann allerdings mit Preisanpassungen zu rechnen. Für gereifte Produkte, wie etwa Rohschinken, verschiebt sich der positive Preiseffekt um die jeweilige Reifezeit, das heisst um bis zu 18 Monate. Der Rinderbestand in der Schweiz dürfte im laufenden Jahr weiterhin gering bleiben, was die Rindfleischpreise entsprechend hoch hält.

Im Exportgeschäft rechnet ORIOR im laufenden Jahr mit einem leicht rückläufigen bis gleichbleibenden Absatz. Hier fällt vor allem der starke Franken negativ ins Gewicht, wobei der überschaubare Exportumsatz sich nur gering auf die Rentabilität der gesamten Gruppe auswirken wird.

Aus heutiger Sicht wird aufgrund des starken Schweizer Frankens kein wesentlicher Einfluss erwartet. Zweifelsohne werden Grenzregionen und der Tourismus Umsatzrückgänge verzeichnen müssen. Dies kann auch ORIOR partiell treffen. Die Reaktionen des Marktes und der Akteure auf den starken Schweizer Franken könnten den Wettbewerb, zum Beispiel durch verstärkte Importe, erhöhen. Die Kerngeschäfte von ORIOR sind optimal ausgerichtet – zusammen mit einer starken Innovationskultur und Fokus auf Qualität und Frische ist das Produkt- und Markenportfolio von ORIOR bestens positioniert.

ORIOR GRUPPE MEDIENMITTEILUNG

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – Geschäftsjahr 2014

in TCHF	2014	Δ in %	2013 <i>Restated¹</i>
Nettoerlös	521'630	+0.3%	520'033
EBITDA	48'032	+2.2%	46'979
in % vom Nettoerlös	9.2%		9.0%
EBIT	32'508	+3.5%	31'423
in % vom Nettoerlös	6.2%		6.0%
Reingewinn	26'495	+5.1%	25'202
in % vom Nettoerlös	5.1%		4.8%
Nettoverschuldung Dritte	69'959	-6.5%	74'854
Eigenkapital	226'657	+8.0%	209'940
Eigenkapitalquote	53.5%		50.3%

¹ Siehe Anmerkung 2 im Finanzbericht

Einladung zur Telefonkonferenz

Heute Donnerstag, 26. Februar 2015, 8.00 Uhr, erläutert das Management im Rahmen einer Telefonkonferenz das Jahresergebnis 2014. 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: 144197

Download Links:

Geschäftsbericht 2014: <http://investor.orior.ch/Finanzberichte>

Präsentation zum Jahresergebnis: <http://investor.orior.ch/Praesentationen>

Kontakt

Milena Mathiuet

Leiterin IR und M&A

Telefon +41 44 308 65 13

E-Mail: investors@orior.ch

Investoren-Agenda

26. März 2015: Generalversammlung

20. August 2015: Publikation Halbjahresergebnis 2015

20. August 2015: Publikation Halbjahresbericht 2015

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», «Albert Spiess», «Fürstenländer Spezialitäten», «Fredag», «Pastinella», «Le Patron» 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 2014 erzielte die ORIOR Gruppe mit rund 1260 Mitarbeitenden einen Nettoerlös von CHF 521.6 Mio. ORIOR ist an der SIX Swiss Exchange kotiert (ORON, ISIN CH011 1677 362). Weitere Informationen unter www.orior.ch