ORIOR GRUPPE
MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 20. August 2015

ORIOR steigert operatives Ergebnis in anspruchsvollem Umfeld

- **Operative Ergebniskennzahlen und Margen verbessert**
- **Volumen in rückläufigem Gesamtmarkt weitgehend gehalten und Marktanteile teilweise ausgebaut**
- **Nettoerlös unter Vorjahresperiode als Folge der Frankenstärke und der Minusteuerung**
- **Starke Steigerung des operativen Cash Flow**
- **Neues Führungsteam erfolgreich gestartet**

Die in den Bereichen Frisch-Convenience und Fleischveredelung führende Schweizer Lebensmittelgruppe ORIOR hat sich im ersten Halbjahr 2015 in einem anspruchsvollen Umfeld gut behauptet und das operative Ergebnis (EBIT) um 6.9% auf CHF 15.0 Mio. und die Marge um 66 Basispunkte auf 6.2% gesteigert. Der wechselkursbereinigte Reingewinn steigerte sich um 6.4% auf CHF 11.5 Mio. Dank starken Partnerschaften und hoher Innovationskadenz konnte die Gruppe im rückläufigen Gesamtmarkt ihre Volumen weitgehend halten und teilweise Marktanteile ausbauen. Das vom starken Schweizer Franken geprägte Umfeld spiegelt sich im Nettoerlös, welcher mit CHF 241.5 Mio. 4.6% unter dem Vergleichswert der Vorjahresperiode liegt. Günstige Beschaffungsbedingungen und Fokus auf operative Effizienz ermöglichten eine Verbesserung der EBITDA-Marge um 48 Basispunkte auf 9.3%. Ebenfalls gelang es dank erhöhtem Fokus auf das Working Capital, den operativen Cash Flow von CHF 2.3 Mio. auf CHF 13.9 Mio. stark zu steigern.

Die ersten sechs Monate 2015 standen im Zeichen des starken Schweizer Frankens. Sowohl der Detailhandel als auch die Gastronomie haben dies zu spüren bekommen, insbesondere in den Tourismus- und Grenzregionen. Die Frankenstärke und damit verbundene Preisnachlässe, Minusteuerung aufgrund der derzeit eher tieferen Rohstoffpreise sowie tiefere nominale Exportumsätze wirkten sich negativ auf den Nettoerlös von ORIOR aus. Die Volumen konnten dank starken Marktpositionen und hoher Innovationskraft weitgehend gehalten werden.

ORIOR Segmente auf Kurs

Das Segment Convenience entwickelte sich erneut besser als der Markt. Haupttreiber waren vegetarische und vegane Produkte sowie Frischmenus. Einzig der Bereich Frisch-Pasta stand erwartungsgemäss weiter unter dem Druck ausländischer Anbieter. Als Konsequenz konnte der Nettoerlös nicht ganz gehalten werden; es resultierte ein leichter Rückgang um 1.5% auf CHF 97.6 Mio. Bedingt durch höhere Investitionen in Marketing und Verkauf sowie höhere Produktionskosten aufgrund eines breiteren und tieferen Sortiments konnte der EBIT mit CHF 11.1 Mio. nicht ganz auf Vorjahresniveau gehalten werden (–4.4%). Die hohe Innovationskadenz und die Flexibilität, auf Trends und neue Bedürfnisse schnell reagieren zu können, blieben in diesem Segment erfolgsentscheidend.

Das Segment Refinement konnte die starken Marktpositionen weiter ausbauen und die Rentabilität deutlich steigern. Rapelli und Möfag bleiben dank starken Markt- und Markenstellungen Wachstumstreiber des Segments. Im ersten Halbjahr 2015 erreichte das Segment Refinement einen Nettoerlös von CHF 144.8 Mio. Der EBIT wurde um 34.1% gesteigert und die EBIT-Marge um 147 Basispunkte von 3.4% auf 4.9% erhöht. Die tiefen Rohstoffpreise und entsprechend gesenkte Verkaufspreise im Detailhandel wirkten sich zwar negativ auf den Nettoerlös, aber positiv auf die EBIT-Marge aus.

Erfreulicherweise konnten die Exportumsätze volumenmässig leicht zulegen. Währungsbedingt liegen diese allerdings nominal unter Vorjahr. Das hat zusammen mit dem Verkauf der Lineafresca zu einem Rückgang des Umsatzes von CHF 14.3 Mio. auf CHF 10.0 Mio. geführt.

Konsequenter Fokus auf Innovation

Mit hoher Innovationskraft, Handwerkskunst, und konsequentem Fokus auf Frische und Qualität unterstreicht ORIOR ihre führende Stellung in attraktiven Nischen und gestaltet die Märkte als Pionierin an vorderster Front. Im Trendmarkt für ultrafrische Menüs hat ORIOR neue Rezepturen kreiert und das vegetarische und vegane Sortiment wurde erneut erweitert; in beiden Bereichen konnten wiederum Marktanteile dazugewonnen werden. Auch das Segment Refinement entwickelte und lancierte neue Konzepte. Mit regionalen Spezialitäten wie der Limited Edition von Rapelli und Ticinella, den beliebten Fleisch-Chips von Möfag oder den Bündner Spezialitäten von Albert Spiess konnten die starken Marktpositionen ausgebaut werden. Das Segment pflegt seit jeher stark verwurzelte Traditionen und Handwerkskunst und entspricht damit dem Trend hin zu authentischen regionalen Produkten, der sich noch weiter akzentuieren dürfte.

Wachstumsinitiativen und Strategie ORIOR 2020 vorangetrieben

Das neue Führungsteam hat in verschiedenen Bereichen unmittelbar wirksame Wachstumsinitiativen und Massnahmen zur Rentabilitätsverbesserung lanciert. Dazu zählen unter anderem die Schärfung der Marken «Ticinella» und «Albert Spiess», die Straffung der Produktportfolios, die breit angelegte Werksentwicklungsplanung über alle Kompetenzzentren und Standorte hinweg sowie der gruppenübergreifende Einkauf von Rohstoffen. Unter dem Titel «ORIOR 2020» hat das neue Management im Mai 2015 einen Strategieprozess eingeleitet, in den neben dem Verwaltungsrat, dem Management Board und der erweiterten Geschäftsleitung insbesondere auch Kader- und weitere Schlüsselmitarbeitende eingebunden sind. Die Strategie 2020 wird die Grundlage bilden, um die Erfolgsgeschichte von ORIOR weiterzuschreiben.

Zuversichtlicher Ausblick

Für das zweite Halbjahr 2015 erwartet ORIOR einerseits weiterhin anspruchsvolle Rahmenbedingungen, wodurch auch die Umsätze unter Druck bleiben dürften. Andererseits ist mit guten Bedingungen für die Rohstoffbeschaffung zu rechnen, was positiv wirken dürfte.

ORIOR investiert weiter in ihre Innovationskraft und in ihre Marken, um ihre führenden Marktstellungen in ausgewählten Nischen auszubauen. Gleichzeitig wird das Produktportfolio geschärft und noch konsequenter auf nachhaltiges profitables Wachstum ausgerichtet. Im Fokus bleibt das permanente Arbeiten an der Kostenstruktur, der Effizienz und Agilität. In der Summe blickt ORIOR zuversichtlich auf das zweite Halbjahr.

ORIOR GRUPPE
MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 20. August 2015

Kennzahlen der ORIOR Gruppe – Erstes Halbjahr 2015

in TCHF	Jan – Jun 2015	Δ in %	Jan – Jun 2014
Nettoerlös	**241'546**	– 4.6%	**253'070**
EBITDA	**22'426**	+0.7%	**22'278**
in % vom Nettoerlös	9.3%		8.8%
EBIT	**15'011**	+6.9%	**14'043**
in % vom Nettoerlös	6.2%		5.5%
Reingewinn	**10'331**	– 2.7%	**10'623**
in % vom Nettoerlös	4.3%		4.2%
Um Wechselkurs bereinigter Reingewinn	**11'474**	+6.4%	**10'785**
in % vom Nettoerlös	4.8%		4.3%
Operativer Cash Flow	**13'873**		**2'276**
Nettoverschuldung Dritte	73'430	– 17.1%	88'597
Eigenkapital	223'089		207'710
Eigenkapitalquote	54.7%		50.1%

Kontakt ORIOR AG

Milena Mathiuet, Leiterin IR und M&A, Tel.: +41 44 308 65 13, E-Mail: investors@orior.ch

Einladung zur Telefonkonferenz

Heute Donnerstag, 20. August 2015, 9.00 Uhr, erläutern Daniel Lutz (CEO) und Ricarda Demarmels (CFO) die Halbjahresresultate 2015 im Rahmen einer Telefonkonferenz. Wir laden Sie herzlich ein, daran teilzunehmen. Einwahl unter: Telefon +41 58 262 07 11. Nennen Sie bitte Ihren Namen und Ihr Unternehmen und geben Sie den Pin Code 965751 ein.

Downloads

Präsentation zum Halbjahresergebnis 2015: http://investor.orior.ch/Praesentationen
Halbjahresbericht 2015: http://investor.orior.ch/Finanzberichte

Investoren-Agenda

30. September 2015: Investora 2015
10. November 2015: ORIOR Investoren-Lunch
24. Februar 2016: Publikation Jahresergebnis und Geschäftsbericht 2015
12. April 2016: Generalversammlung der ORIOR AG

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