

Q2 2026: HelloFresh SE setzt Fokus weiterhin auf Profitabilität und Effizienz

- Die HelloFresh-Gruppe erzielte im zweiten Quartal 2026 entsprechend den Erwartungen einen Umsatz von ca. €1,5 Mrd.¹ (Q2 2025: €1,7 Mrd., -7,8 % währungsbereinigt gegenüber dem Vorjahr)
- Das bereinigte EBITDA („AEBITDA“) erreichte im zweiten Quartal 2026 wie erwartet €120,6 Mio. auf Gruppenebene (Q2 2025: €158,5 Mio.)
- Das Segment Kochboxen zeigte im zweiten Quartal 2026 eine starke operative Resilienz mit einer währungsbereinigten AEBITDA-Marge von 15,2 % (Q2 2025: 15,2 %)
- Anhaltender operativer Fokus: Effizienzprogramm auf Kurs, 85 % aller geplanten Maßnahmen bis Ende H1 2026 umgesetzt

Berlin, 13. August 2026 – Die HelloFresh SE („HelloFresh“ oder „Gesellschaft“) hat heute ihre Finanzergebnisse für das zweite Quartal und das erste Halbjahr 2026 veröffentlicht. Die Gesellschaft betonte dabei ihren anhaltenden strategischen Fokus auf Profitabilität und Effizienz und verwies auf positives Momentum bei Bestandskunden durch das „Refresh“-Programm zur Produktverbesserung. In den Ergebnissen spiegelt sich eine gezielte Transformation des Unternehmens wider: Die bewusste Entscheidung, Umsatzqualität und Margen gegenüber kurzfristigem Wachstum zu priorisieren.

Die HelloFresh-Gruppe erzielte im zweiten Quartal 2026 einen Umsatz von ca. €1,5 Mrd. gegenüber €1,7 Mrd. im zweiten Quartal 2025 (-7,8 % währungsbereinigt gegenüber dem Vorjahr). Der Umsatz im Segment Kochboxen ging währungsbereinigt gegenüber dem Vorjahr um -8,9 % zurück, der Umsatz im Segment Fertiggerichte („Ready-to-Eat“, „RTE“) um -8,4 % – beide Entwicklungen liegen im Rahmen der Erwartungen der Gesellschaft. Der Umsatz im Segment Sonstige, das in erster Linie die neueren Unternehmungen in den Bereichen Premium-Fleisch, -Fisch und -Meeresfrüchte sowie Tiernahrung umfasst, stieg währungsbereinigt gegenüber dem Vorjahr um 36,1 %. Das AEBITDA betrug im zweiten Quartal 2026 wie erwartet €120,6 Mio. (Q2 2025: €158,5 Mio.) auf Gruppenebene, wobei das Segment Kochboxen eine währungsbereinigte AEBITDA-Marge von 15,2 % erzielte (Q2 2025: 15,2 %). Die HelloFresh-Gruppe erreichte im ersten Halbjahr 2026 eine währungsbereinigte AEBITDA-Marge von 4,5 % (H1 2025: 6,0 %). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahreszeitraum lässt sich primär auf folgende Faktoren zurückführen: einmalige Auswirkungen durch Winterstürme von ca. €25 Mio. im ersten Quartal 2026, vorab geleistete Investitionen in das „Refresh“-Programm zur Produktverbesserung sowie ein geringeres Geschäftsvolumen. Die HelloFresh-Gruppe erzielte im ersten Halbjahr 2026 einen positiven Free Cashflow von €49,4 Mio. (H1 2025: €156,4 Mio.).

¹ Alle Kennzahlen sind in der Berichtswährung angegeben, sofern nicht anders ausgewiesen.

HELLOFRESH

GROUP

Pressemitteilung

Strategischer Fokus auf Profitabilität und Effizienz bleibt unverändert

Die Gesellschaft setzt ihre auf Profitabilität und Effizienz ausgerichtete Strategie weiterhin konsequent um. Dazu gehören klare Zielvorgaben bezüglich der Marketing-Rendite, die Fokussierung auf qualitativ hochwertigere Kunden, und Produktverbesserungen, die an den Präferenzen dieser Kunden ausgerichtet sind. Infolgedessen lieferte die HelloFresh-Gruppe im zweiten Quartal 2026 21,8 Millionen Bestellungen aus, gegenüber 25,3 Millionen im zweiten Quartal 2025 (-13,7 % gegenüber dem Vorjahr), wobei sie die Marketingausgaben bewusst reduziert hat – ein strategischer Trade-off, der sich voraussichtlich auch in den kommenden Quartalen fortsetzen wird. Die Marketingausgaben sanken im zweiten Quartal 2026 um €45,2 Mio. auf 14,9 % des Umsatzes (Q2 2025: 16,3 %).

Das geringere Bestellvolumen wurde teilweise durch einen höheren durchschnittlichen Bestellwert („Average Order Value“; „AOV“) ausgeglichen, der währungsbereinigt um 6,5 % gegenüber dem Vorjahr auf €71,0 anstieg (Q2 2025: €66,7). Der höhere AOV ist vor allem auf Produktverbesserungen, mehr Add-on-Bestellungen sowie einen höheren Anteil an Premium-Rezepten zurückzuführen.

Außerdem bleibt das Effizienzprogramm der Gruppe auf Kurs: Ca. 85 % aller geplanten Maßnahmen wurden bis Ende des ersten Halbjahres 2026 umgesetzt.

Bestandskunden reagieren positiv auf die Produktverbesserungen im Rahmen des „Refresh“-Programms, was sich bei dieser Kundenkohorte in steigendem AOV und höheren Bestellraten in den beiden wichtigsten Produktkategorien äußert. In Märkten wie den USA und Skandinavien, in denen Produktverbesserungen als erstes eingeführt wurden, ist der positive Effekt auf das Verhalten von Stammkunden noch stärker ausgeprägt. Die Ergebnisse bestärken das Unternehmen bezüglich des weiteren Verlaufs des „Refresh“-Programms in anderen Märkten. Der positive Effekt von Produktverbesserungen auf die Kundenakquise ist weniger stark ausgeprägt, da die Akquise-Raten weiterhin durch die allgemeinen makroökonomischen Bedingungen und die Verbraucherstimmung beeinflusst werden.

Dominik Richter, CEO und Mitgründer von HelloFresh, sagte: „Unsere Produktverbesserungen stoßen bei den Kunden, die uns am besten kennen, auf eine spürbar positive Resonanz: Bestellraten und Warenkorbgrößen unserer Stammkundenbasis entwickeln sich in die richtige Richtung. Bei der Neukundenakquise verfolgen wir im aktuellen Konsumklima einen bedachten, strategischen und datengestützten Ansatz. Die strukturelle und finanzielle Stärke unseres Geschäfts stimmt uns dabei zuversichtlich. Unsere Margen sind im gesamten ersten Halbjahr robust geblieben: Unser Kochboxengeschäft erzielt weiterhin branchenführende Profitabilität im FMCG-Sektor und die Ready-to-Eat-Margen verbesserten sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2025.“

Prognose für 2026

Die Gesellschaft bestätigt ihre AEBITDA-Prognose für die HelloFresh Gruppe für das Gesamtjahr 2026 von währungsbereinigt €375-425 Mio. Der erwartete Umsatz auf Gruppenebene entwickelt sich in Richtung des unteren Endes der bereits veröffentlichten Prognose von währungsbereinigt -3 % bis

HELLOFRESH

GROUP

Pressemitteilung

-6 % für das Gesamtjahr 2026. Weitere Erkenntnisse zur Entwicklung im verbleibenden Jahresverlauf werden nach der Back-to-School-Kampagne erwartet, einem wichtigen Saisonhöhepunkt für die Neukundenakquise.

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

Kennzahlen

Konzern

	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	21,84	25,32	(13,7%)	46,78	53,53	(12,6%)
Mahlzeiten (in Mio.) ^{1, 2}	183,6	214,6	(14,5%)	395,0	455,1	(13,2%)
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR) (ohne Einzelhandel)	70,2	66,7	5,2%	68,3	67,4	1,3%
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR) (ohne Einzelhandel)	71,0	66,7	6,5%	71,0	67,4	5,4%

Kochboxen

	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	16,59	19,52	(15,0%)	35,87	41,57	(13,7%)
Mahlzeiten (in Mio.) ^{1, 2}	139,8	165,4	(15,5%)	304,1	353,2	(13,9%)
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR) (ohne Einzelhandel)	63,9	60,2	6,2%	62,2	60,7	2,5%
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR) (ohne Einzelhandel)	64,5	60,2	7,1%	64,2	60,7	5,7%

Fertiggerichte

	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	4,98	5,55	(10,4%)	10,38	11,49	(9,6%)
Mahlzeiten (in Mio.) ^{1, 2}	39,5	45,2	(12,6%)	82,8	93,9	(11,8%)
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR) (ohne Einzelhandel)	85,4	86,2	(0,9%)	84,5	88,4	(4,5%)
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR) (ohne Einzelhandel)	87,1	86,2	1,1%	89,5	88,4	1,2%

Sonstige

	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	0,28	0,24	13,9%	0,52	0,47	10,6%

¹ Ohne The Pets Table und Nahrungsergänzungsmittel von Factor US.

² Enthält Produkte der Marke GoodChop, die dem Segment Sonstige mit 4,3 Mio. Mahlzeiten für den 3-Monatszeitraum zum 30. Juni 2026 (Q2 2025: 4,1 Mio.) und 8,0 Mio. für den 6-Monatszeitraum zum 30. Juni 2026 (H1 2025: 8,0 Mio.) zugeordnet sind.

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

Operative Kennzahlen

Konzern

(in EUR Mio.)	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Umsatzerlöse ¹	1.549,9	1.699,6	(8,8%)	3.225,0	3.630,3	(11,2%)
Umsatzerlöse ¹ auf Basis konstanter Wechselkurse	1.567,5	1.699,6	(7,8%)	3.349,9	3.630,3	(7,7%)
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	390,6	464,8	(16,0%)	820,0	986,3	(16,9%)
in % der Umsatzerlöse	25,2%	27,3%	(2,1pp)	25,4%	27,2%	(1,7pp)
AEBITDA	120,6	158,5	(23,9%)	144,2	216,5	(33,4%)
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	121,1	158,5	(23,6%)	145,1	216,5	(33,0%)
in % der Umsatzerlöse	7,8%	9,3%	(1,5pp)	4,5%	6,0%	(1,5pp)
AEBIT (ohne Wertminderungen)	58,1	101,4	(42,7%)	20,4	97,7	(79,1%)

¹ Externe Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kundinnen und Kunden. Darin enthalten sind außerdem EUR 0,7 Mio. und EUR 1,7 Mio., die der Holding für den am 30. Juni 2026 endenden 3-Monats- bzw. 6-Monatszeitraum zugewiesen wurden.

Kochboxen

(in EUR Mio.)	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Umsatzerlöse ¹	1.059,9	1.174,2	(9,7%)	2.231,9	2.521,3	(11,5%)
Umsatzerlöse ¹ auf Basis konstanter Wechselkurse	1.069,6	1.174,2	(8,9%)	2.301,4	2.521,3	(8,7%)
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	313,0	346,6	(9,7%)	650,4	748,3	(13,1%)
in % der Umsatzerlöse	28,2%	28,4%	(0,2pp)	28,0%	28,6%	(0,7pp)
AEBITDA	167,0	184,8	(9,7%)	271,1	334,6	(19,0%)
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	168,4	184,8	(8,9%)	275,8	334,6	(17,6%)
in % der Umsatzerlöse	15,2%	15,2%	0,0pp	11,9%	12,8%	(0,9pp)
AEBIT (ohne Wertminderungen)	131,4	150,5	(12,7%)	200,6	262,7	(23,6%)

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

Fertiggerichte

(in EUR Mio.)	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Umsatzerlöse ¹	440,4	489,1	(10,0%)	905,7	1.036,7	(12,6%)
Umsatzerlöse ¹ auf Basis konstanter Wechselkurse	448,0	489,1	(8,4%)	957,3	1.036,7	(7,7%)
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	95,3	131,1	(27,3%)	203,8	267,1	(23,7%)
in % der Umsatzerlöse	21,6%	26,8%	(5,2pp)	22,5%	25,7%	(3,3pp)
AEBITDA	13,1	17,0	(23,2%)	(13,6)	(26,4)	(48,3%)
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	13,5	17,0	(20,6%)	(17,9)	(26,4)	(32,0%)
in % der Umsatzerlöse	3,1%	3,5%	(0,4pp)	(2,0%)	(2,5%)	0,6pp
AEBIT (ohne Wertminderungen)	3,0	8,0	(62,6%)	(32,9)	(45,4)	(27,5%)

Sonstige

(in EUR Mio.)	Q2 2026	Q2 2025	YoY	HY 2026	HY 2025	YoY
Umsatzerlöse ¹	48,6	35,9	35,3%	85,6	71,3	20,0%
Umsatzerlöse ¹ auf Basis konstanter Wechselkurse	48,8	35,9	36,1%	89,6	71,3	25,6%
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	12,0	12,3	(2,4%)	22,6	24,2	(6,8%)
in % der Umsatzerlöse	20,2%	25,6%	(5,4pp)	21,2%	25,3%	(4,1pp)
AEBITDA	(5,8)	(3,7)	55,8%	(11,7)	(8,7)	35,0%
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	(5,9)	(3,7)	60,2%	(12,6)	(8,7)	45,3%
in % der Umsatzerlöse	(10,0%)	(7,7%)	(2,3pp)	(11,8%)	(9,0%)	(2,8pp)
AEBIT (ohne Wertminderungen)	(5,9)	(3,8)	53,4%	(11,9)	(8,9)	33,6%

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

Über HelloFresh

Die HelloFresh Gruppe ist ein globales, digital ausgerichtetes FMCG-Unternehmen und der weltweit führende Anbieter von Kochboxen. Die HelloFresh Gruppe bietet ihre Produkte unter acht verschiedenen Marken an und versorgt ihre Kundinnen und Kunden mit passenden, hochwertigen Lebensmitteln und Rezepten für unterschiedliche Anlässe. HelloFresh wurde im November 2011 in Berlin gegründet und ist in den USA, dem Vereinigten Königreich, Deutschland, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Australien, Österreich, der Schweiz, Kanada, Neuseeland, Schweden, Frankreich, Dänemark, Norwegen und Irland tätig. HelloFresh SE ging im November 2017 an die Frankfurter Wertpapierbörse und wird derzeit im SDAX gehandelt. Die HelloFresh Gruppe hat Büros in Berlin, Saarbrücken, New York, Chicago, Boulder, London, Amsterdam, Sydney, Toronto, Auckland, Paris, Kopenhagen, Dublin, Breslau und Warschau.

Pressekontakt

Martin Becker
Corporate Communications Lead
HelloFresh Gruppe

+49 (0) 176 1568 1127
mbec@hellofresh.com
www.hellofreshgroup.com

Investor Relations-Kontakt

Daniel Álvarez
Head of Investor Relations
HelloFresh Gruppe

+31 643 554 932
daniel.alvarez@hellofresh.com
www.hellofreshgroup.com

DISCLAIMER:

Diese Pressemitteilung kann bestimmte zukunftsgerichtete Aussagen, Schätzungen, Ansichten und Prognosen in Bezug auf die künftige Geschäftslage, Ertragslage und Ergebnisse der HelloFresh SE enthalten („zukunftsgerichtete Aussagen“). Zukunftsgerichtete Aussagen sind an Begriffen wie „glauben“, „schätzen“, „antizipieren“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „werden“ oder „sollen“ sowie ihrer Negierung und ähnlichen Varianten oder vergleichbarer Terminologie zu erkennen. Zukunftsgerichtete Aussagen umfassen sämtliche Sachverhalte, die nicht auf historischen Fakten basieren. Zukunftsgerichtete Aussagen basieren auf den gegenwärtigen Meinungen, Prognosen und Annahmen des Vorstands der HelloFresh SE und beinhalten erhebliche bekannte und unbekannte Risiken sowie Ungewissheiten, weshalb die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen und Ereignisse wesentlich von den in zukunftsgerichteten Aussagen ausgedrückten oder implizierten Ergebnissen, Leistungen und Ereignissen abweichen können. Hierin enthaltene zukunftsgerichtete Aussagen sollten nicht als Garantien für zukünftige Leistungen und Ergebnisse verstanden werden und sind nicht notwendigerweise zuverlässige Indikatoren dafür, ob solche Ergebnisse erzielt werden oder nicht. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen besitzen nur am Tag dieser Veröffentlichung Gültigkeit. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen, zukunftsgerichteten Aussagen oder Schlussfolgerungen unter Berücksichtigung späterer Ereignisse und Umstände zu aktualisieren oder spätere Ereignisse oder Umstände zu reflektieren oder Ungenauigkeiten, die sich nach der Veröffentlichung dieser Pressemitteilung aufgrund neuer Informationen, künftiger Entwicklungen oder aufgrund sonstiger Umstände ergeben, zu korrigieren. Die Gesellschaft übernimmt keine Verantwortung in irgendeiner Weise dafür, dass die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder Vermutungen eintreten werden.