

## Q3 2021: HelloFresh verzeichnet ein weiteres starkes Quartal

- Der währungsbereinigte Umsatz der Gruppe steigt im dritten Quartal 2021 auf 1,41 Mrd. Euro und verzeichnet damit ein 45-prozentiges währungsbereinigtes Wachstum im Vergleich zum Vorjahr (Q3 2020: 970,2 Mio. Euro)
- Die Gruppe verzeichnete weiterhin ein hohes Bestellvolumen mit 27,59 Mio. Bestellungen im dritten Quartal 2021, was einem Anstieg um 41,6% Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht (Q3 2020: 19,49 Mio.)
- Das bereinigte EBITDA der Gruppe beträgt 79,8 Mio. Euro, woraus sich eine bereinigte EBITDA-Marge von 5,6 Prozent ergibt (Q3 2020: 114,7 Mio., bereinigte EBITDA-Marge 11,8 Prozent)
- Mit dem Start der Geschäftstätigkeit in Italien, der Erweiterung der Produktionskapazitäten und dem erfolgreichen Abschluss der Akquisition von Youfoodz investiert die Gruppe weiter in zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten

**Berlin, 1. November 2021** - HelloFresh SE („HelloFresh“) gab heute seine Geschäftsergebnisse für das dritte Quartal 2021 bekannt. Nachdem sich - wie erwartet - die Sommersaisonalität in diesem Jahr im Vergleich zu Q3 2020 wieder größtenteils normalisiert hat, verzeichnet das Unternehmen im dritten Quartal 2021 ein anhaltend starkes währungsbereinigtes Umsatzwachstum auf Gruppenebene von 45 Prozent im Vorjahresvergleich. Dieses starke Umsatzwachstum ist vor allem auf einen deutlichen Anstieg der aktiven Kund:innen (38,8 Prozent) und eine gute Kund:innenbindung zurückzuführen. Dies zeigt sich vor allem in einem hohen Bestellvolumen und einem Anstieg des durchschnittlichen Bestellwerts. Die Deckungsbeitragsmarge der Gruppe erreichte im dritten Quartal 2021 22,5 Prozent. Das ist in erster Linie auf den laufenden Ausbau der Produktionskapazitäten, der Rückkehr zu einer „normaleren“ Sommersaisonalität sowie zu einem geringeren Maße auf eine gewisse Preissteigerung bezüglich bestimmter Kostenpositionen zurückzuführen. Die bereinigte EBITDA-Marge des dritten Quartals 2021 belief sich auf 5,6 Prozent.

„Im dritten Quartal 2021 haben wir weiter erheblich in unsere Produkte und in unser Service Level investiert. Dadurch haben wir das Angebot für unsere Kund:innen deutlich verbessert. Um die richtige Basis für starkes, langfristiges Wachstum zu schaffen, haben wir uns weiter auf den laufenden Ausbau unserer Produktionskapazitäten fokussiert. Mit den erfolgreichen Markteinführungen von HelloFresh in Norwegen im Juli und in Italien im Oktober dieses Jahres haben wir zudem unseren adressierbaren Gesamtmarkt weiter ausbauen können. All diese Investitionen helfen uns dabei, unser mittelfristiges Umsatzziel von 10 Mrd. Euro zu erreichen und zum weltweit führenden Anbieter von Food Solutions zu werden“, sagt Dominik Richter, Mitgründer und CEO von HelloFresh.

### **HelloFresh investiert weiter in Wachstumsmöglichkeiten und den Ausbau des adressierbaren Gesamtmarkts**

Mit dem Markteintritt von HelloFresh in Italien und dem erfolgreichen Abschluss der Akquisition von Youfoodz, Australiens führendem Unternehmen im Bereich der Ready-to-Eat-Mahlzeiten, investiert die HelloFresh-Gruppe weiter in die Expansion ihres adressierbaren Gesamtmarkts sowie in die Erhöhung der Durchdringung ihrer bereits bestehenden Märkte. Zudem hat das Unternehmen erst

kürzlich verkündet, einen rund 10-prozentigen Anteil an Russlands führendem Anbieter von Kochboxen, Chefmarket, im Rahmen einer Barkapitalerhöhung erworben zu haben. Diese Investition war für HelloFresh ein strategischer Schritt, um einen ersten Schritt in einen aufkommenden Markt mit einem signifikanten Wachstumspotenzial zu machen.

### **HelloFresh feiert seinen 10. Geburtstag**

Mit dem Ziel, die Art und Weise, wie Menschen essen, grundlegend zu verändern, wurde HelloFresh im November 2011 gegründet. Zehn Jahre später ist aus dem Unternehmen eine erfolgreiche weltweit agierende Firmengruppe geworden, die allein in diesem Jahr mehr als 900 Millionen Mahlzeiten an seine Kund:innen ausliefern wird. Seit seiner Gründung hat HelloFresh ein einzigartiges datengetriebenes Geschäftsmodell entwickelt. Dieses basiert auf maßgeschneiderten, eigens entwickelten Softwarelösungen, die die gesamte Wertschöpfungskette abdecken. Zum Ende des vergangenen Jahres hatte HelloFresh seine Vision formuliert, zum weltweit führenden Anbieter von Food Solutions zu werden. Wie auf dem Capital Markets Day 2020 angekündigt, umfasst die Wachstumsstrategie von HelloFresh (i) die weitere Durchdringung des adressierbaren Gesamtmarktes in den bestehenden Märkten, (ii) den Eintritt in neue geografische Märkte, (iii) die Erweiterung des Markenportfolios in den bestehenden Märkten, (iv) die Skalierung und weitere Internationalisierung des Ready-to-Eat-Angebots und (v) die Etablierung des HelloFresh Marketplace mit einem attraktiven Sortiment von diversen Mahlzeiten.

### **Aktualisierte Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2021**

Aufgrund des starken Umsatzwachstums der HelloFresh-Gruppe im laufenden Geschäftsjahr bis einschließlich Oktober, das auf ein im Jahresvergleich starkes Kund:innenwachstum, eine weiterhin hohe Bestellrate und hohe durchschnittliche Bestellwerte zurückzuführen ist, hat der Vorstand der Gesellschaft heute entschieden, die Prognose der Gesellschaft bezüglich des Umsatzwachstums der HelloFresh-Gruppe für das Geschäftsjahr 2021 auf währungsbereinigter Basis von bislang zwischen 45% und 55% auf nunmehr zwischen 57% und 62% zu erhöhen. Auf Grundlage aktueller Wechselkurse würde das Umsatzwachstum der HelloFresh-Gruppe in der Euro-Berichtswährung um ungefähr zwei bis drei Prozentpunkte geringer ausfallen als auf währungsbereinigter Basis. Die erhöhte Umsatzprognose enthält einen Wachstumsbeitrag in Höhe von ungefähr 0,4%, der auf die Akquisition von Youfoodz zurückzuführen ist, die am 27. Oktober 2021 abgeschlossen wurde und aufgrund derer die Umsätze von Youfoodz der Monate November und Dezember 2021 in den Konzernabschluss der HelloFresh-Gruppe aufgenommen werden.

Die Gesellschaft passt ihre Prognose bezüglich der bereinigten EBITDA („AEBITDA“)-Marge nicht an, da sie weiterhin für das Geschäftsjahr 2021 eine Konzern-AEBITDA-Marge zwischen 8,25% und 10,25% erwartet.

**Ausgewählte Leistungskennzahlen**

**HelloFresh-Gruppe**

	<b>Q3 2021</b>	<b>Q3 2020</b>	<b>Y-o-Y</b>
<b>Aktive Kund:innen in Mio.</b>	6,94	5,00	38,8%
<b>Anzahl Bestellungen in Mio.</b>	27,59	19,49	41,6%
<b>Gelieferte Mahlzeiten in Mio.</b>	227,3	162,0	40,3%

**USA**

	<b>Q3 2021</b>	<b>Q3 2020</b>	<b>Y-o-Y</b>
<b>Aktive Kund:innen in Mio.</b>	3,48	2,49	39,8%
<b>Anzahl Bestellungen in Mio.</b>	14,12	9,97	41,6%
<b>Gelieferte Mahlzeiten in Mio.</b>	108,1	72,7	48,7%

**International**

	<b>Q3 2021</b>	<b>Q3 2020</b>	<b>Y-o-Y</b>
<b>Aktive Kund:innen in Mio.</b>	3,46	2,51	37,8%
<b>Anzahl Bestellungen in Mio.</b>	13,47	9,52	41,5%
<b>Gelieferte Mahlzeiten in Mio.</b>	119,2	89,3	33,5%

## Operative Kennzahlen

## HelloFresh-Gruppe

	Q3 2021	Q3 2020	Y-o-Y
Umsatz in Mio. Euro	1.415,5	970,2	45,9%
Währungsbereinigtes Umsatzwachstum	1.405,6	970,2	44,9%
Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*	318,0	259,3	22,6%
Deckungsbeitragsmarge in % des Umsatzes	22,5%	26,7%	(4,2) Pp
Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro	79,8	114,7	(30,4)%
Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes	5,6%	11,8%	(6,2) Pp

## USA

	Q3 2021	Q3 2020	Y-o-Y
Umsatz in Mio. Euro	789,3	526,3	50,0%
Währungsbereinigtes Umsatzwachstum	794,5	526,3	51,0%
Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*	178,9	127,9	39,9%
Deckungsbeitragsmarge in % des Umsatzes	22,6%	24,2%	(1,6) Pp
Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro	48,7	57,6	(15,5)%
Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes	6,2%	10,9%	(4,7) Pp

## International

	Q3 2021	Q3 2020	Y-o-Y
Umsatz in Mio. Euro	626,1	443,8	41,1%
Währungsbereinigtes Umsatzwachstum	611,1	443,8	37,7%
Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*	144,0	134,5	7,1%
Deckungsbeitragsmarge in % des Umsatzes	22,9%	30,2%	(7,3) Pp
Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro	52,3	69,9	(25,2)%
Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes	8,3%	15,7%	(7,4) Pp

\* Abzüglich der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen

**Über HelloFresh**

HelloFresh SE ist eine globale Food Solutions Gruppe und der weltweit führende Anbieter von Kochboxen. Die HelloFresh-Gruppe bietet ihre Produkte unter sechs verschiedenen Marken an und versorgt ihre Kund:innen mit passenden, hochwertigen Lebensmitteln und Rezepten für unterschiedliche Anlässe. Das Unternehmen 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 Italien tätig. HelloFresh lieferte im dritten Quartal 2021 227 Millionen Mahlzeiten aus und erreichte 6,94 Millionen aktive Kund:innen. HelloFresh ging im November 2017 an die Frankfurter Wertpapierbörse und wird seit September 2021 im DAX (Deutscher Aktienindex) gehandelt. HelloFresh hat Büros in New York, Berlin, London, Amsterdam, Sydney, Toronto, Auckland, Paris, Kopenhagen und Mailand.

<b>Pressekontakt</b>	
Saskia Leisewitz	+49 (0) 174 72 35 961
Global Lead Corporate Communications	sl@hellofresh.com
HelloFresh Group	<a href="http://www.hellofreshgroup.com">www.hellofreshgroup.com</a>