HELLOFRESH
GROUP

Pressemitteilung

Q3 2026: HelloFresh SE verbessert Profitabilität über Produktsegmente hinweg

- **Die HelloFresh-Gruppe erzielte im dritten Quartal 2026 einen währungsbereinigten Umsatz von ca. €1,4 Mrd. (Q3 2025: €1,6 Mrd., -11,3 % gegenüber dem Vorjahr)**
- **Der durchschnittliche Bestellwert („Average Order Value", „AOV") stieg im dritten Quartal 2026 gegenüber dem Vorjahreszeitraum währungsbereinigt um 7,5 % auf €70,5 (Q3 2025: €65,6), was auf selektive Preiserhöhungen, eine höhere Add-on-Nutzung und einen höheren Anteil an Premium-Rezepten zurückzuführen ist**
- **Fertiggerichte erreichten beim bereinigten EBITDA („AEBITDA") währungsbereinigt die Gewinnschwelle (Q3 2025: -€21,6 Mio.), während die währungsbereinigte AEBITDA-Marge für Kochboxen auf 10,7 % stieg (Q3 2025: 9,4 %) – damit werden die Profitabilitätsziele für das Gesamtjahr 2026 gestützt**
- **Das AEBITDA der Gruppe belief sich im dritten Quartal 2026 auf währungsbereinigt €50,9 Mio. (Q3 2025: €40,3 Mio., +26,3 % gegenüber dem Vorjahr), was auf disziplinierte Marketingausgaben zurückzuführen ist**

Berlin, 5. November 2026 – Die HelloFresh SE („HelloFresh" oder „Gesellschaft") hat heute ihre Finanzergebnisse für das dritte Quartal 2026 veröffentlicht. Die Profitabilität verbesserte sich sowohl bei Kochboxen als auch bei Fertiggerichten („Ready-to-Eat", „RTE") – die Ergebnisse spiegeln zudem eine anhaltende Fokussierung auf Marketingeffizienz statt Neukundenwachstum wider.

Die HelloFresh-Gruppe erzielte im dritten Quartal 2026 einen währungsbereinigten Umsatz von ca. €1,4 Mrd. gegenüber €1,6 Mrd. im dritten Quartal 2025 (-11,3 % gegenüber dem Vorjahr). Die Neukundengewinnung in der Back-to-School-Saison fiel geringer aus als erwartet, weshalb der Umsatz im Segment Kochboxen währungsbereinigt um 13,1 % und im Segment RTE um 11,1 % zurückging. Diese Entwicklung ist überwiegend auf gegenüber dem Vorjahr reduzierte Marketingausgaben des dritten Quartals 2026 zurückzuführen, deren Senkung stärker ausfiel als im ersten Halbjahr 2026. Im Segment „Sonstige", das vor allem die neueren Geschäftsfelder Premium-Fleisch und -Meeresfrüchte sowie Tiernahrung umfasst, stieg der Umsatz währungsbereinigt um 36,0 % gegenüber dem Vorjahr.

Das AEBITDA im dritten Quartal 2026 betrug währungsbereinigt €50,9 Mio. (Q3 2025: €40,3 Mio., +26,3 % gegenüber dem Vorjahr). Die AEBITDA-Marge im Segment Kochboxen verbesserte sich währungsbereinigt auf 10,7 % (Q3 2025: 9,4 %), während das RTE-Segment währungsbereinigt die AEBITDA-Gewinnschwelle erreichte (Q3 2025: -€21,6 Mio.). Das AEBITDA profitierte von niedrigeren Marketingaufwendungen, den anhaltenden Effekten des Effizienzprogramms und einem höheren AOV. Belastend wirkten hingegen negative Skaleneffekte aufgrund geringerer Volumina, vorübergehende Ineffizienzen in Einkauf, Kochen und Fulfillment infolge der raschen Ausweitung der Menüs sowie der Ausbau des RTE-Geschäfts außerhalb der USA.

Der Free Cash Flow der HelloFresh-Gruppe belief sich im dritten Quartal 2026 auf -€5,7 Mio. (Q3 2025: -€80,7 Mio.). Dies ist vor allem auf das im Jahresvergleich höhere AEBITDA, geringere Leasingrückzahlungen und Investitionen sowie zeitliche Verschiebungen im Working Capital zurückzuführen.

Fokus auf operative Disziplin und Marketingeffizienz

Im dritten Quartal 2026 widmete sich die Gesellschaft vor der Neukundengewinnung vorrangig der Behebung operativer Ineffizienzen, die aufgrund jüngster Menüerweiterungen entstanden waren. Daher wurden die Marketingausgaben weiter gesenkt und reduzierten sich gegenüber dem Vorjahr um 24,1 % in absoluten Zahlen bzw. um 3,2 Prozentpunkte als Anteil am Umsatz. Infolgedessen lieferte die Gruppe im dritten Quartal 2026 19,6 Mio. Bestellungen aus, gegenüber 23,9 Mio. im dritten Quartal 2025 (-17,9 % gegenüber dem Vorjahr). Der Umsatzeffekt des geringeren Bestellvolumens wurde teilweise durch einen höheren AOV ausgeglichen, der währungsbereinigt um 7,5 % gegenüber dem Vorjahr auf €70,5 stieg (Q3 2025: €65,6). Das AOV-Wachstum wurde durch selektive Preiserhöhungen, eine höhere Add-on-Nutzung und einen höheren Anteil an Premium-Rezepten getrieben. Bestehende Kunden zeigten weiterhin über alle Produktkategorien hinweg ein robustes Kaufverhalten.

Dominik Richter, CEO und Mitgründer von HelloFresh, sagte: „Für das Geschäftsjahr 2026 ist unser primäres Ziel, eine zweistellige Marge für Kochboxen zu halten und bei den Fertiggerichten wieder AEBITDA-profitabel zu werden. Das Ergebnis des dritten Quartals unterstützt dieses Ziel, das wir im Laufe des Jahres wiederholt angekündigt haben. Unsere Kunden haben im Laufe des Jahres eine groß angelegte Innovationsagenda erlebt, die von umfangreicheren Menüs und hochwertigeren Zutaten bis hin zur Neugestaltung des gesamten digitalen Erlebnisses reicht. Sowohl das Kundenfeedback als auch die ersten Kennzahlen sind ermutigend. Bevor wir jedoch verfrüht wieder in Wachstum investieren, müssen wir zunächst einige der vorübergehenden operativen Ineffizienzen angehen, auf die wir gestoßen sind."

Im September wurden Factor-Fertiggerichte in Target-Filialen in den gesamten USA eingeführt. Im Anschluss an ein regionales Pilotprojekt geht die Gesellschaft damit den nächsten Schritt in Factors Einzelhandelsstrategie, die das Direktgeschäft mit Endkunden ergänzt. Physische Verkaufsstellen schaffen einen zusätzlichen Touchpoint für Produktentdeckung und Flexibilität im Rahmen bestehender Einkaufsgewohnheiten, wie die Youfoodz-Marke der Gesellschaft in Australien bereits erfolgreich gezeigt hat.

Prognose für 2026

Wie am 24. September 2026 angekündigt, erwartet die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2026 einen währungsbereinigten Umsatzrückgang der HelloFresh-Gruppe um 9 % bis 11 % sowie ein währungsbereinigtes AEBITDA der HelloFresh-Gruppe zwischen €350 Mio. und €370 Mio.

Die Initiativen der Gruppe zur Optimierung ihrer Kapitalstruktur liegen weiterhin im Plan. Im August 2026 hat die Gesellschaft eine Tranche ihres Laufzeitdarlehens in Höhe von €72,8 Mio. mit Fälligkeit im Juni 2027 erfolgreich zurückgezahlt. Im Oktober 2026 hat die Gesellschaft ihre bestehende revolvierende Kreditfazilität angepasst und verlängert. Die Fazilität beläuft sich nun auf €375 Mio. und läuft im Oktober 2030 aus.

Kennzahlen

Konzern

	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	19,63	23,93	(17,9 %)
Mahlzeiten[1, 2] (in Mio.)	165,9	202,6	(18,1 %)
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR)	71,6	65,6	9,2 %
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR)	70,5	65,6	7,5 %

Kochboxen

	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	14,67	18,22	(19,4 %)
Mahlzeiten (in Mio.)	123,7	153,9	(19,6 %)
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR)	64,7	59,1	9,4 %
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR)	63,8	59,1	7,8 %

Fertiggerichte

	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	4,62	5,45	(15,3 %)
Mahlzeiten (in Mio.)	36,9	44,4	(17,0 %)
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR)	87,3	85,4	2,2 %
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR)	85,8	85,4	0,5 %

Sonstige

	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	0,34	0,26	32,3 %

[1] Ohne The Pets Table (dem Segment Sonstige zugeordnet) und die Nahrungsergänzungsmittel (VMS) von Factor US (dem Segment Fertiggerichte zugeordnet).
[2] Enthält Mahlzeiten der Marke GoodChop, die dem Segment Sonstige zugeordnet sind: 5,33 Mio. für den am 30. September 2026 endenden Dreimonatszeitraum (Q3 2025: 4,3 Mio.).

Ertragslage

Konzern

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Umsatzerlöse[1]	1.426,1	1.581,5	(9,8 %)
Umsatzerlöse[1] auf Basis konstanter Wechselkurse	1.402,8	1.581,5	(11,3 %)
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	331,6	387,9	(14,5 %)
in % der Umsatzerlöse	23,3 %	24,5 %	(1,3 pp)
AEBITDA	54,4	40,3	35,1 %
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	50,9	40,3	26,3 %
in % der Umsatzerlöse	3,6 %	2,5 %	1,1 pp
AEBIT (ohne Wertminderungen)	(4,7)	(20,1)	(76,6 %)

[1] Enthält externe Umsatzerlöse von 0,7 Mio. EUR, die der Holding zugeordnet sind, für den am 30. September 2026 endenden Dreimonatszeitraum (Q3 2025: 0,4 Mio. EUR).

Kochboxen

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Externe Umsatzerlöse	949,3	1.076,8	(11,8 %)
Externe Umsatzerlöse auf Basis konstanter Wechselkurse	935,5	1.076,8	(13,1 %)
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	265,3	296,7	(10,6 %)
in % der Umsatzerlöse	26,6 %	26,5 %	0,1 pp
AEBITDA	107,5	105,5	2,0 %
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	105,3	105,5	(0,1 %)
in % der Umsatzerlöse	10,7 %	9,4 %	1,3 pp
AEBIT (ohne Wertminderungen)	76,3	71,0	7,4 %

Fertiggerichte

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Externe Umsatzerlöse	422,3	465,8	(9,3 %)
Externe Umsatzerlöse auf Basis konstanter Wechselkurse	414,1	465,8	(11,1 %)
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	83,4	102,9	(19,0 %)
in % der Umsatzerlöse	19,7 %	22,1 %	(2,3 pp)
AEBITDA	0,2	(21,6)	n.a.
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	0,0	(21,6)	n.a.
in % der Umsatzerlöse	0,0 %	(4,6 %)	n.a.
AEBIT (ohne Wertminderungen)	(10,5)	(30,9)	(66,1 %)

Sonstige

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	YoY
Externe Umsatzerlöse	53,8	38,6	39,4 %
Externe Umsatzerlöse auf Basis konstanter Wechselkurse	52,5	38,6	36,0 %
Deckungsbeitrag (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Wertminderungen)	13,7	12,6	8,3 %
in % der Umsatzerlöse	21,4 %	25,2 %	(3,8 pp)
AEBITDA	(4,8)	(4,1)	16,3 %
AEBITDA auf Basis konstanter Wechselkurse	(4,7)	(4,1)	15,1 %
in % der Umsatzerlöse	(7,7 %)	(8,2 %)	0,5 pp
AEBIT (ohne Wertminderungen)	(4,9)	(4,2)	15,3 %

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	+49 (0) 176 1568 1127
Corporate Communications Lead	mbec@hellofresh.com
HelloFresh-Gruppe	www.hellofreshgroup.com

Investor-Relations-Kontakt

Daniel Álvarez	+31 643 554 932
Head of Investor Relations	daniel.alvarez@hellofresh.com
HelloFresh-Gruppe	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 oder der HelloFresh-Gruppe („zukunftsgerichtete Aussagen“) enthalten. 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.