

HelloFresh nach starkem dritten Quartal weiter auf Wachstumskurs

- **Das Unternehmen verzeichnet ein anhaltend starkes Umsatzwachstum von 31,4 % im Jahresvergleich auf rund 1,86 Milliarden Euro (Q3 2021: 1,42 Milliarden Euro, 17,9 % währungsbereinigtes Wachstum)**
- **Aktive Kund:innenbasis wächst um 8,2 % im Jahresvergleich auf 7,5 Millionen (Q3 2021: 6,9 Millionen)**
- **Starke Entwicklung der Deckungsbeitragsmarge, mit einem Anstieg um 2 Prozentpunkte auf 24,5 % im Jahresvergleich – trotz inflationsbedingter Herausforderungen**
- **Solide Profitabilität: Bereinigtes EBITDA erreicht 71,8 Millionen Euro (Q3 2021: 79,8 Millionen Euro) in einem saisonbedingt margenschwächeren Quartal**
- **Ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis und eine steigende Auswahl an Mahlzeiten machen das Angebot von HelloFresh für die Kund:innen noch attraktiver**

Berlin, 27. Oktober 2022 – Die HelloFresh SE („HelloFresh“) gab heute das Geschäftsergebnis für das dritte Quartal 2022 bekannt. Das Unternehmen meldete ein anhaltendes Umsatzwachstum von 31,4 % im Jahresvergleich und erreichte damit einen Quartalsumsatz von 1,86 Milliarden Euro (17,9 % währungsbereinigtes Wachstum). Die HelloFresh-Gruppe verzeichnete außerdem ein Wachstum der aktiven Kund:innenbasis von 8,2 % im Jahresvergleich und erreichte im dritten Quartal 2022 insgesamt 7,5 Millionen aktive Kund:innen. Der durchschnittliche Bestellwert auf Gruppenebene stieg währungsbereinigt im Jahresvergleich um 11,5 %. Darüber hinaus erhöhte sich die Deckungsbeitragsmarge auf Gruppenebene im Jahresvergleich deutlich auf 24,5 %, trotz inflationsbedingter Herausforderungen. Infolgedessen bleibt das Profitabilitätsniveau von HelloFresh mit einem bereinigten EBITDA von 71,8 Millionen Euro und einer Marge von 3,9 % solide, obwohl das dritte Quartal in der Regel noch durch die Sommersaisonalität beeinflusst wird.

„In den vergangenen Jahren ist es uns gelungen, ein sehr widerstandsfähiges Geschäftsmodell aufzubauen. Während die Kosten für Lebensmittel weltweit von der Inflation beeinflusst werden, ist es HelloFresh gelungen, weiterhin preiswert zu bleiben. Wir waren sogar in der Lage, das Preis-Leistungs-Verhältnis weiter zu verbessern und Inflationseffekte zu reduzieren. Damit konnten wir verhindern, dass jede Preiserhöhung in vollem Umfang an die Kund:innen weitergegeben wurde. Gleichzeitig blieb die Marge im Einkauf stabil“, sagt Dominik Richter, CEO und Mitgründer von HelloFresh.

HELLOFRESH

GROUP

Pressemitteilung

Weiter erklärt Richter: „Während wir in der Lage sind, jede Woche für jedes Gericht einen zuverlässigen Preis anzubieten, können die Preise im Supermarkt von Woche zu Woche erheblich schwanken. In Zeiten, in denen die Verbraucher:innen verstärkt darüber nachdenken, wie sie bei Lebensmitteln Geld sparen können und weniger auswärts essen, sind selbstgekochte Mahlzeiten mit HelloFresh nicht nur praktischer, sondern auch preiswerter als eine Bestellung oder ein Restaurantbesuch.“

Fortlaufende Verbesserungen des Produktangebots

HelloFresh konzentriert sich weiterhin darauf, das wöchentliche Menü so interessant und abwechslungsreich wie möglich zu gestalten. Das Unternehmen ist dabei, die wöchentliche Auswahl der Mahlzeiten um rund 30 % im Vorjahresvergleich auszuweiten. Darüber hinaus wurde der sogenannte “HelloFresh Market” in zwei weiteren Regionen eingeführt. In einem Großteil der 18 Märkte, die HelloFresh derzeit bedient, wurden außerdem neue kulinarische Konzepte eingeführt. Produktinnovationen werden auch im Jahr 2023 ein wichtiger Schwerpunkt bleiben, da HelloFresh nach dem erfolgreichen Ausbau seiner Netzwerkinfrastruktur mit keinen Kapazitätsengpässen mehr konfrontiert ist.

Die höhere Produktivität der Produktionsstätten, insbesondere derjenigen, die in den letzten Quartalen neu eingerichtet wurden, haben trotz des Inflationsdrucks zu einer Steigerung des Deckungsbeitrags geführt.

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

Ausgewählte Leistungskennzahlen

HelloFresh Gruppe

	Q3 2022	Q3 2021	Y-o-Y
Aktive Kund:innen (in Mio.)	7,51	6,94	8,2%
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	29,03	27,59	5,2%
Ausgelieferte Mahlzeiten (in Mio.)	243,3	227,3	7,0%

USA

	Q3 2022	Q3 2021	Y-o-Y
Aktive Kund:innen (in Mio.)	3,67	3,48	5,5%
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	15,06	14,12	6,7%
Ausgelieferte Mahlzeiten (in Mio.)	118,2	108,1	9,4%

International

	Q3 2022	Q3 2021	Y-o-Y
Aktive Kund:innen (in Mio.)	3,84	3,46	11,0%
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	13,97	13,47	3,7%
Ausgelieferte Mahlzeiten (in Mio.)	125,0	119,2	4,9%

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

Operative Kennzahlen

HelloFresh-Gruppe

	Q3 2022	Q3 2021	Y-o-Y
Umsatz in Mio. Euro	1.860,2	1.415,5	31,4%
Umsatz in Mio. Euro währungsbereinigt	1.669,0	1.415,5	17,9%
Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*	454,9	318,0	43,1%
Deckungsbeitrag in % des Umsatzes*	24,5%	22,5%	2,0 pp
Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro	71,8	79,8	(10,0)%
Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes	3,9%	5,6%	(1,7) pp

USA

	Q3 2022	Q3 2021	Y-o-Y
Umsatz in Mio. Euro	1.146,5	789,3	45,3%
Umsatz in Mio. Euro währungsbereinigt	979,3	789,3	24,1%
Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*	292,9	178,9	63,7%
Deckungsbeitrag in % des Umsatzes*	25,4%	22,6%	2,8 pp
Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro	75,7	48,7	55,4%
Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes	6,6%	6,2%	0,4 pp

International

	Q3 2022	Q3 2021	Y-o-Y
Umsatz in Mio. Euro	713,7	626,1	14,0%
Umsatz in Mio. Euro währungsbereinigt	689,7	626,1	10,2%
Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*	173,3	144,0	20,3%
Deckungsbeitrag in % des Umsatzes*	24,0%	22,9%	1,1 pp
Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro	31,7	52,3	(39,4)%
Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes	4,4%	8,3%	(3,9) pp

* ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

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, Italien, Japan und Irland tätig. Im dritten Quartal 2022 lieferte HelloFresh rund 243 Millionen Mahlzeiten aus und erreichte 7,5 Millionen aktive Kund:innen. HelloFresh ging im November 2017 an die Frankfurter Wertpapierbörse und wird derzeit im MDAX (Deutscher Aktienindex) gehandelt. HelloFresh hat Büros in Berlin, Saarbrücken, New York, Chicago, Boulder, London, Amsterdam, Sydney, Toronto, Auckland, Paris, Kopenhagen, Mailand, Tokio und Dublin.

Pressekontakt

Saskia Leisewitz
Global Head of Corporate Communications
HelloFresh Group

+49 (0) 174 72 35 961
sl@hellofresh.com
www.hellofreshgroup.com