

HelloFresh feiert sein 10-jähriges Jubiläum

Neue Studie zeigt, wie sich die Essensgewohnheiten von Verbraucher:innen im letzten Jahrzehnt verändert haben

- **In den letzten zehn Jahren hat "Kochen zu Hause" stark an Bedeutung gewonnen**
- **Eine weitere Verlagerung von Offline- zu Onlineeinkäufen für Lebensmittel ist zu erwarten**
- **HelloFreshs Erfolgsrezept ist seine hochmoderne Technologie-Infrastruktur, in die das Unternehmen bis Ende 2022 mehr als €50 Mio. investieren wird**

Berlin, 4. November, 2021 - Die HelloFresh SE ("HelloFresh") feiert ihr zehnjähriges Jubiläum. Gegründet im November 2011 von Dominik Richter und Thomas Griesel in Berlin, ist das Unternehmen heute in 16 Märkten auf drei Kontinenten aktiv und betreibt sechs Marken unter dem Dach der HelloFresh-Gruppe.

"Die Erfolgsgeschichte von HelloFresh begann mit einem kleinen Team und der ehrgeizigen Mission, die Art und Weise, wie Menschen essen, für immer zu verändern. Zehn Jahre später ist unser Unternehmen zu einem erfolgreichen, globalen Food Solutions-Anbieter herangewachsen, der auf dem besten Weg ist, in diesem Jahr 900 Millionen Mahlzeiten an unsere Kunden zu liefern", **sagt Dominik Richter, Mitgründer und CEO**. "HelloFresh versorgt heute Haushalte auf der ganzen Welt mit einer großen Auswahl an Produkten und Dienstleistungen, die sich in jüngster Zeit über die ursprüngliche Idee der Kochbox hinaus entwickelt hat. Wir freuen uns, eine grundsätzliche Änderung des Kund:innenverhaltens in Bezug auf die Zubereitung von Mahlzeiten zu Hause zu beobachten. Wir sind zuversichtlich, dass wir auf einem guten Weg sind, unsere Mission zu erfüllen."

Neue Studie zeigt Veränderung bei Konsum- und Kochverhalten der Verbraucher:innen

Das Geschäftsmodell von HelloFresh und die fundamentalen Veränderungen des Konsums von Lebensmitteln gehen Hand in Hand - das hat eine kürzlich durchgeführte Studie¹ gezeigt. Fast die Hälfte der Befragten in Deutschland (44%) gab an, dass sie häufiger zu Hause kochen als noch vor zehn Jahren - und mit zunehmend frischen Zutaten (44 %). 10 % der Befragten gaben an, dass sie häufiger online Lebensmittel einkaufen.

"Obwohl es HelloFresh bereits seit zehn Jahren gibt, sehen wir, dass sich die Online-Lebensmittel- und Getränkeindustrie noch in einem sehr frühen Stadium ihrer Entwicklung befindet, insbesondere im Vergleich zu etablierten Branchen, wie zum Beispiel Mode", **so Thomas Griesel, Mitgründer und CEO**. "Wir gehen davon aus, dass es in den nächsten Jahren vor allem auch in Deutschland zu einer noch stärkeren Verlagerung von Offline- zu Onlineeinkäufen von Lebensmitteln kommen wird. HelloFresh wird bei der Entwicklung ganz vorne mit dabei sein. Für uns geht es auch weiterhin darum, unseren Kund:innen bessere und innovativere Lösungen für das Kochen zu Hause anzubieten."

¹ Die Umfrage wurde unter 11.500 Teilnehmer:innen in 16 Ländern durchgeführt und von HelloFresh in Auftrag gegeben.

70 % der Befragten gaben an, dass sich ihre Denkweise in Bezug auf Lebensmittel in den letzten zehn Jahren verändert hat. Sie gehen weiterhin davon aus, dass sich diese Entwicklung in den kommenden zehn Jahren fortsetzen wird. In Bezug auf nachhaltigen Konsum haben sich insbesondere die Deutschen bereits feste Pläne gesetzt: 21 % der Befragten gaben an, dass sie im nächsten Jahr nachhaltiger einkaufen werden.

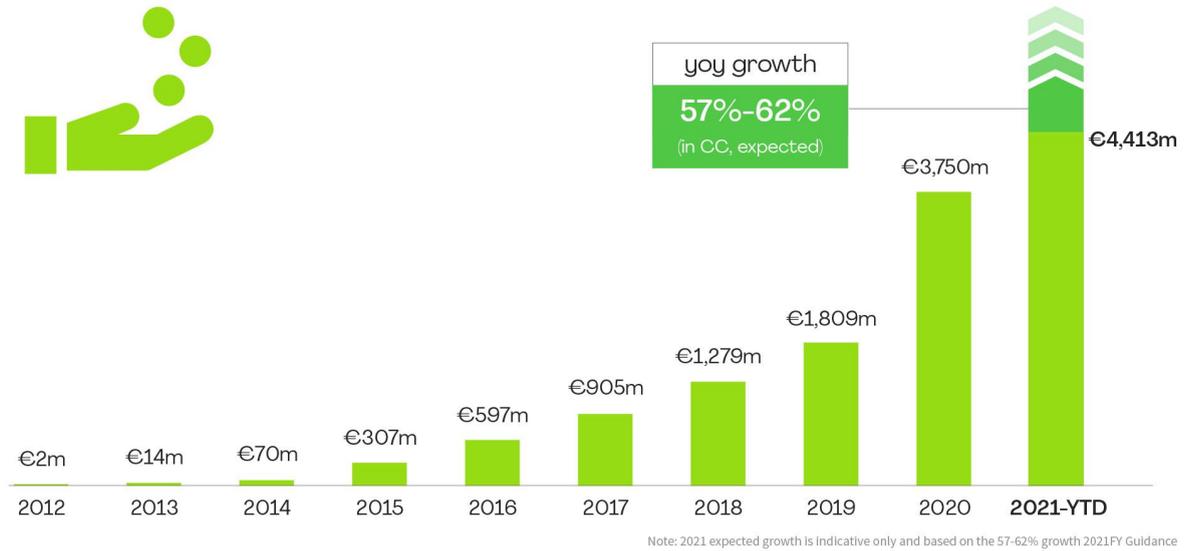
Das Geheimnis des Erfolgs liegt in einer fortschrittlichen Technologie-Infrastruktur

Der Erfolg von HelloFresh und seine ehrgeizigen Zukunftspläne werden durch eine hochmoderne technologische Infrastruktur ermöglicht. Das Unternehmen betreibt eine der weltweit umfangreichsten Lieferketten für frische Lebensmittel im Direktvertrieb und setzt bei jedem Schritt Software und Daten ein, um Effizienz und Optimierung voranzutreiben. Darüber hinaus bilden umfangreiche Recherchen eines Teams hochqualifizierter kulinarischer Expert:innen in Verbindung mit der Analyse von wöchentlich über drei Millionen Datenpunkten die Grundlage für erfolgreiche Produktinnovationen. Um das Angebot für Kund:innen kontinuierlich auszubauen und die Innovationskraft des Unternehmens weiter zu steigern, hat HelloFresh kürzlich angekündigt, die Größe seines Tech-Teams bis Ende 2022 zu verdoppeln. Das Unternehmen plant, mehr als 50 Mio. Euro zu investieren und 1.000 neue Mitarbeiter einzustellen, davon die überwiegende Mehrheit am Standort Berlin.

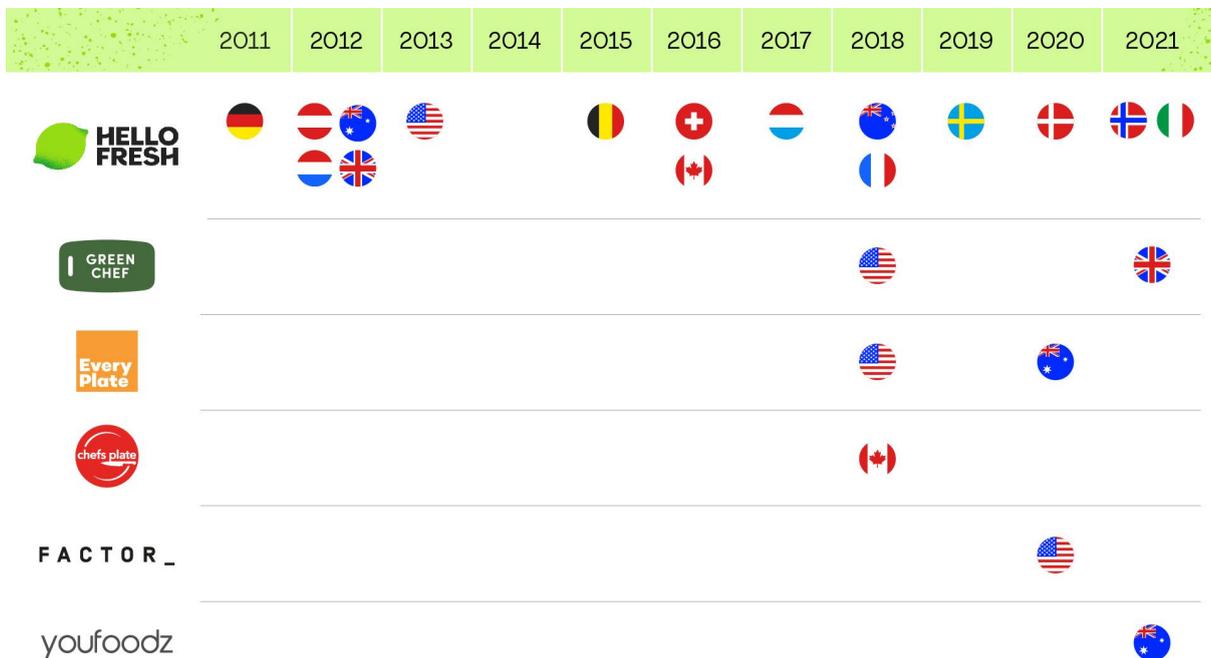
Auf dem Weg zu einem mittelfristigen Umsatzziel von 10 Mrd. Euro wird HelloFresh seine erfolgreiche Wachstumsstrategie fortsetzen, indem das Unternehmen in neue Regionen expandiert, sein Markenportfolio in bestehenden Märkten ausbaut, sein Ready-to-Eat- Angebot erweitert und internationalisiert sowie den HelloFresh Marketplace mit einem attraktiven Sortiment für diverse Essensanlässe etabliert. Zu den wichtigsten Meilensteinen gehörten bisher:

- Erfolgreiche Expansion der Kernmarke HelloFresh in 16 Märkte auf drei Kontinenten - mit kontinuierlichem Fortschritt von mindestens einem Markteintritt pro Jahr
- Börsengang im Jahr 2017, gefolgt von der Aufnahme in den DAX nur vier Jahre später
- Erreichen der Gewinnschwelle auf Konzernebene zwei Jahre nach dem Börsengang - und seitdem durchgängig profitable Quartalsabschlüsse
- Vergrößerung der HelloFresh-Gruppe:
 - Die Übernahme der Kochboxenanbieter Green Chef (USA) und Chefs Plate (Kanada) sowie die US-Markteinführung von Every Plate. Im Einklang mit der Wachstumsstrategie wurden sowohl die Angebote von Green Chef als auch von Every Plate in Märkte des internationalen Segments gebracht (UK und Australien).
 - Die Expansion in den aufstrebenden Ready-to-Eat-Markt durch die Übernahme von Factor (USA) und Youfoodz (Australien)
- Einführung von HelloFresh Market in den USA und in den Benelux-Ländern
- Aufbau einer eigenen Logistikköslung für die letzte Meile in Deutschland und Österreich
- Beständige Erweiterung der Produktionskapazitäten, u.a. in Barleben bei Magdeburg für den deutschen und österreichischen Markt (Inbetriebnahme voraussichtlich Ende 2022)

Revenue growth 2012-2021



Umsatzwachstum der HelloFresh Gruppe 2012-2021



Launch Timeline der verschiedenen Märkte und Firmen der HelloFresh Gruppe 2011-2021

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.

Pressekontakt	
Saskia Leisewitz	+49 (0) 174 72 35 961
Global Corporate Communications Lead	sl@hellofresh.com
HelloFresh Group	www.hellofreshgroup.com