

### **HelloFresh SE erzielt in 2022 7,6 Mrd. Euro Umsatz und verschickt über eine Milliarde Mahlzeiten an Kund:innen weltweit**

- **Geschäftsjahr 2022: Anhaltend starkes Umsatzwachstum um 27 % auf ca. 7,6 Mrd. Euro (2021: 6,0 Mrd. Euro, 18 % währungsbereinigtes Umsatzwachstum)**
- **Q4 2022: Umsatzwachstum von 19 % auf ca. 1,9 Mrd. Euro (Q4 2021: 1,6 Mrd. Euro, 11 % währungsbereinigtes Umsatzwachstum)**
- **Kund:innen zeigen eine konstant hohe Interaktion mit einem kontinuierlichen Anstieg des durchschnittlichen Bestellwerts um 10 % für das Geschäftsjahr 2022 sowie mit hohen durchschnittlichen Bestellraten**
- **Das bereinigte EBITDA für das Geschäftsjahr 2022 beträgt 477 Mio. Euro mit einer Marge von 6,3 % (2021: 528 Mio. Euro; 8,8 % Marge)**
- **Im vierten Quartal 2022 stieg das bereinigte EBITDA in absoluten und relativen Zahlen auf 160 Mio. Euro bei einer Marge von 8,5 % (Q4 2021: 131 Mio. Euro; 8,3 % Marge)**

**Berlin, 7. März 2023** – HelloFresh SE (“HelloFresh”) hat heute die Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2022 und für das vierte Quartal 2022 veröffentlicht. Obwohl HelloFresh im Laufe des Jahres mit einigen unvorhergesehenen makroökonomischen Herausforderungen konfrontiert war, konnte das Unternehmen im Jahresvergleich ein starkes Umsatzwachstum von 27 % erzielen (18 % währungsbereinigtes Umsatzwachstum). Das Unternehmen hat, bezogen auf den Umsatz, mit 7,6 Mrd. Euro einen neuen Rekord aufgestellt (Geschäftsjahr 2021: 6,0 Mrd. Euro) und mit über einer Milliarde verschickten Mahlzeiten einen neuen Meilenstein in seiner Geschichte erreicht. Der Deckungsbeitrag des Unternehmens stieg auf 25,5 % für das Geschäftsjahr 2022 (2021: 25,3 %) und noch höher im vierten Quartal, trotz der rekordverdächtigen Inflation bei Zutaten und auf dem Arbeitsmarkt.

Mit einem bereinigten EBITDA von 477,4 Mio. Euro und einer Marge von 6,3 %, übertrifft HelloFresh weiterhin andere E-Commerce-Unternehmen weltweit. Im vierten Quartal 2022 stieg das bereinigte EBITDA des Unternehmens sowohl in absoluten als auch in relativen Zahlen auf 160,1 Mio. Euro, was einer Marge von 8,5 % entspricht (2021: 130,8 Mio. Euro; 8,3 % Marge). Im Laufe des Jahres 2022 zeigten die Kund:innen von HelloFresh eine konstant hohe Interaktion mit hohen durchschnittlichen Bestellraten und einem kontinuierlichen Anstieg des durchschnittlichen Bestellwerts. Letzterer stieg im Geschäftsjahr 2022 um 10 % währungsbereinigt und im vierten Quartal um 12 %. Ausschlaggebend für diese Entwicklungen war unter anderem, dass Kund:innen mehr Mahlzeiten pro Bestellung bestellten und Zusatzprodukte stärker in Anspruch genommen wurden.

# HELLOFRESH

## GROUP

Pressemitteilung

„Das Jahr 2022 hat uns vor ganz neue Herausforderungen gestellt und unsere Teams haben sehr hart daran gearbeitet, diese zu bewältigen. Obwohl wir nach wie vor mit einem schwierigen makroökonomischen Umfeld konfrontiert sind, konnten wir gute Wachstumsraten erzielen und unsere Profitabilität auf einem hohen Niveau halten. Außerdem ist es uns gelungen, den Inflationsdruck unnachgiebig abzumildern und sicherzustellen, dass unsere Preise im Vergleich zum Lebensmitteleinzelhandel wettbewerbsfähig bleiben. Darüber hinaus konnten wir den durchschnittlichen Bestellwert im ersten Jahr nach der Pandemie signifikant vergrößern und HelloFresh in Irland und Spanien und unsere Marken Green Chef in den Niederlanden und Factor in Kanada einführen. Ich bin sehr zufrieden damit, wie wir mit dem unvorhergesehenen makroökonomischen Umfeld umgegangen sind und uns auch weiterhin auf Innovationen für unsere Kund:innen fokussieren konnten“, sagte Dominik Richter, Mitgründer und CEO von HelloFresh.

### **Ausblick für 2023**

Während der Fokus im Jahr 2022 vor allem auf der Abmilderung des erheblichen Kostendrucks und dem Aufbau eines zukunftsweisenden Produktions-Netzwerks lag, verlagert sich der Schwerpunkt im Jahr 2023 auf die weitere Stärkung des Kund:innenangebots von HelloFresh. Zu den Plänen gehören Investitionen in eine schnellere Lieferung, ein breiteres Sortiment an Mahlzeiten sowie die Ausweitung auf weitere angrenzende Produktkategorien durch die Einführung und Ausweitung von HelloFresh Market auf den Großteil der globalen Kundenbasis, was sich positiv auf den durchschnittlichen Bestellwert auswirken und die durchschnittlichen Bestellungen erhöhen sollte. Darüber hinaus wird sich HelloFresh auf die weitere Expansion und den Ausbau seines so genannten “Ready-To-Eat-Geschäfts” (Factor in Nordamerika und Youfoodz in Australien, kurz: RTE) konzentrieren, das bereits im Jahr 2022 ein außerordentliches Wachstum verzeichnete, aber angesichts des noch jungen Stadiums dieser Kategorie noch weitgehend unterentwickelt ist.

„Wir konzentrieren uns darauf, unser Kund:innenangebot zu erweitern und unseren Kund:innen ein noch besseres Erlebnis und noch mehr Optionen zur Auswahl zu bieten, um die Profitabilität unseres Kochbox-Segments zu steigern. Gleichzeitig sind wir sehr gespannt auf die Wachstumsaussichten unseres RTE-Geschäfts. Ich bin zuversichtlich, dass wir angesichts unseres diversifizierten Portfolios mit unterschiedlichen Ländern und Marken gut für zukünftiges Wachstum gerüstet sind und auf dem richtigen Weg sind, der weltweit führende Konzern für integrierte Food Solutions zu werden“, so Dominik Richter weiter.

Da das erste Halbjahr 2023 noch im Vergleich zu den stark von der Pandemie beeinflussten Umsätzen aus dem ersten Halbjahr 2022 steht, beläuft sich der vorläufige Umsatzausblick für das Geschäftsjahr 2023 auf Gruppenebene auf ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 2 % bis 10 % und ein bereinigtes EBITDA auf Gruppenebene von 460 Mio. Euro bis 540 Mio. Euro.

# HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

## Ausgewählte Leistungskennzahlen

### HelloFresh-Gruppe

	Q4 2022	Q4 2021	Y-o-Y	FY 2022	FY 2021	Y-o-Y
<b>Aktive Kund:innen in Mio.</b>	7,11	7,22	(1,5%)			
<b>Anzahl Bestellungen in Mio.</b>	29,28	29,47	(0,7 %)	125,13	117,32	6,7 %
<b>Gelieferte Mahlzeiten in Mio.</b>	246,2	243,9	0,9 %	1.046,49	964,3	8,5 %

### USA

	Q4 2022	Q4 2021	Y-o-Y	FY 2022	FY 2021	Y-o-Y
<b>Aktive Kund:innen in Mio.</b>	3,37	3,52	(4,3 %)			
<b>Anzahl Bestellungen in Mio.</b>	14,42	14,45	(0,3 %)	63,51	59,25	7,2 %
<b>Gelieferte Mahlzeiten in Mio.</b>	113,0	111,1	1,6 %	497,0	451,5	10,1 %

### International

	Q4 2022	Q4 2021	Y-o-Y	FY 2022	FY 2021	Y-o-Y
<b>Aktive Kund:innen in Mio.</b>	3,74	3,70	1,1 %			
<b>Anzahl Bestellungen in Mio.</b>	14,86	15,02	(1,0) %	61,62	58,07	6,1 %
<b>Gelieferte Mahlzeiten in Mio.</b>	133,2	132,8	0,3 %	549,5	512,8	7,2 %

# HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

## Operative Kennzahlen

### HelloFresh-Gruppe

	Q4 2022	Q4 2021	Y-o-Y	FY 2022	FY 2021	Y-o-Y
<b>Umsatz in Mio. Euro</b>	1.874,5	1.580,1	18,6 %	7.607,2	5.993,4	26,9 %
<b>Währungsbereinigter Umsatz in Mio. Euro</b>	1.753,3	1.580,1	11,0 %	7.048,5	5.993,4	17,6 %
<b>Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*</b>	504,6	389,9	29,4 %	1.942,5	1.517,7	28,0 %
<b>Deckungsbeitragsmarge in % des Umsatzes*</b>	26,9 %	24,7 %	2,2pp	25,5 %	25,3 %	0,2pp
<b>Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro</b>	160,1	130,8	22,4 %	477,4	527,6	(9,5 %)
<b>Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes</b>	8,5 %	8,3 %	0,2pp	6,3 %	8,8 %	(2,5)pp

### USA

	Q4 2022	Q4 2021	Y-o-Y	FY 2022	FY 2021	Y-o-Y
<b>Umsatz in Mio. Euro</b>	1.107,4	855,4	29,5 %	4.519,9	3.294,1	37,2 %
<b>Währungsbereinigter Umsatz in Mio. Euro</b>	984,5	855,4	15,1 %	4.017,9	3.294,1	22,0 %
<b>Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*</b>	329,1	216,5	52,0 %	1.237,6	854,8	44,8 %
<b>Deckungsbeitragsmarge in % des Umsatzes*</b>	29,6 %	25,2 %	4,4pp	27,3 %	25,9 %	1,4pp
<b>Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro</b>	130,4	77,7	67,8 %	401,5	310,1	29,5 %
<b>Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes</b>	11,7 %	9,1 %	2,6pp	8,8 %	9,4 %	(0,6)pp

### International

	Q4 2022	Q4 2021	Y-o-Y	FY 2022	FY 2021	Y-o-Y
<b>Umsatz in Mio. Euro</b>	767,1	724,6	5,9 %	3.087,1	2.699,0	14,4 %
<b>Währungsbereinigter Umsatz in Mio. Euro</b>	768,8	724,6	6,1 %	3.030,6	2.699,0	12,3 %
<b>Deckungsbeitragsmarge in Mio. Euro*</b>	187,3	177,8	5,3 %	743,3	681,2	9,1 %
<b>Deckungsbeitragsmarge in % des Umsatzes*</b>	24,2 %	24,4 %	(0,2 pp)	23,9 %	25,1 %	(1,2 pp)
<b>Bereinigtes EBITDA in Mio. Euro</b>	66,4	74,0	(10,3 %)	208,0	297,5	(30,1 %)
<b>Bereinigtes EBITDA in % des Umsatzes</b>	8,6 %	10,2 %	(1,6 pp)	6,7%	11,0 %	(4,3 pp)

\* Abzüglich der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen

# HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

## Finanzkennzahlen auf Gruppenebene

	Q4 2022	Q4 2021		FY 2022	FY 2021
<b>Nettoumlaufvermögen in Mio. Euro</b>	(356,0)	(289,5)		(356,0)	(289,5)
<b>Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit in Mio. Euro</b>	48,0	62,0		313,4	458,6
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Mio. Euro</b>	504,0	827,1		504,0	827,1
<b>Free Cashflow (ohne Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten) in Mio. Euro</b>	(57,5)	(60,7)		(104,0)	206,7

# 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, Irland und Spanien tätig. In 2022 lieferte HelloFresh über eine Milliarde Mahlzeiten aus und erreichte 7,11 Millionen aktive Kund:innen im vierten Quartal 2022. HelloFresh ging im November 2017 an die Frankfurter Wertpapierbörse und wird derzeit im MDAX gehandelt. HelloFresh hat Büros in Berlin, Saarbrücken, New York, Chicago, Boulder, London, Amsterdam, Sydney, Toronto, Auckland, Paris, Kopenhagen, Mailand, Dublin und Barcelona.

## Pressekontakt

---

Saskia Leisewitz  
Head of Global Corporate Communications  
HelloFresh Group

+49 (0) 174 72 35 961  
sl@hellofresh.com  
[www.hellofreshgroup.com](http://www.hellofreshgroup.com)