

HelloFresh investiert in Kapazitätsausbau und Kund:innenerlebnis

Im Rahmen des Capital Markets Day gibt HelloFresh einen Ausblick auf 2022 und die Folgejahre

- **HelloFresh plant, die Investitionen in die Erweiterung der Produktionskapazitäten zu verdoppeln, neue Märkte zu erschließen und das Kund:innenerlebnis durch mehr Flexibilität und eine erweiterte Auswahl an Mahlzeiten zu optimieren**
- **Ab Januar 2022 wird Valeri Liborski als neuer CTO den Technologiebereich von HelloFresh leiten und den Ausbau des Teams weiter vorantreiben**
- **Ausblick auf das Jahr 2022: Die HelloFresh Gruppe erwartet ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum zwischen 20 und 26 Prozent und ein bereinigtes EBITDA auf Konzernebene zwischen EUR 500 Millionen und EUR 580 Millionen Euro**

Berlin, 8. Dezember 2021 – Im Rahmen des jährlichen Capital Markets Day gab die Geschäftsführung von HelloFresh SE („HelloFresh“) heute einen Überblick über die aktuelle Unternehmensstrategie und weitere Ziele auf dem Weg zum weltweit führenden, voll integrierten Anbieter von Food Solutions.

Im Jahr 2022 wird die HelloFresh Gruppe ihre jährlichen Investitionen in Produktionskapazitäten, Infrastruktur und Produktentwicklung auf ca. 450 bis 550 Mio. Euro verdoppeln. So soll weiteres Wachstum gefördert und das mittelfristige Umsatzziel von 10 Mrd. Euro erreicht werden. Im Zuge des Kapazitätsausbaus plant HelloFresh, weitere Produktionsstätten zu eröffnen und damit seine potenziellen Umsatzkapazitäten über alle Geschäftsbereiche hinweg auf weit über 10 Milliarden Euro zu steigern. Dieser Investitionsplan umfasst etwa 200 Mio. Euro für die Automatisierung, einschließlich zweier Pilotprojekte für neue, hochmoderne Automatisierungstechnologie in den USA und dem Internationalen Segment von HelloFresh. Die Investition ermöglicht HelloFresh, das Kund:innenerlebnis weiter zu optimieren sowie Kund:innen auf der ganzen Welt mehr Flexibilität, einen höheren Grad an Personalisierung, eine größere Auswahl an Mahlzeiten und neue Produktinnovationen zu bieten. Darüber hinaus wird das Unternehmen auch weiterhin in die Vergütung und die Sozialleistungen für seine Mitarbeitenden investieren. Angesichts der aktuellen und zu erwartenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist dies unerlässlich, damit HelloFresh in den nächsten Jahren gemeinsam mit seiner Belegschaft weiter wachsen kann.

“Ich freue mich sehr, dass wir weitere Investitionen in unsere Produktionskapazitäten tätigen. Das ermöglicht uns nicht nur weiteres Wachstum, sondern auch ein immer besseres Erlebnis für unsere Kund:innen schaffen zu können“, erklärt Dominik Richter, Mitgründer und CEO von HelloFresh. „Bis Ende des Jahres werden wir mehr als 950 Millionen Mahlzeiten ausgeliefert haben. Mit jeder einzelnen helfen wir unseren Kund:innen Geld zu sparen, ohne auf leckeres und abwechslungsreiche Mahlzeiten verzichten zu müssen. Gleichzeitig können sie mit unseren Mahlzeiten ihren ökologischen Fußabdruck verringern. Es ist ein Privileg, an der Spitze eines Unternehmens zu stehen, das seiner Mission treu bleibt.“

Fortschritte bei den mittelfristigen Zielen

Auf dem Weg zum führenden Anbieter von integrierten Food Solutions will HelloFresh eine zentrale Rolle bei der Entflechtung des traditionellen stationären Supermarktmodells einnehmen. Die Expansion des adressierbaren Gesamtmarkts, die Erhöhung der Durchdringung der bereits bestehenden Märkte sowie die Kund:innenmonetarisierung stellen die Säulen der bewährten Wachstumsstrategie dar. Sie sollen sicherstellen, dass die Gruppe ihr mittelfristiges Wachstumsziel von 10 Mrd. Euro Umsatz bis 2025 erreicht. Die Wachstumspläne für das nächste Jahr schließen unter anderem den Eintritt in zwei bis drei neue Länder mit ein sowie die Einführung bestehender Marken wie Green Chef, Every Plate, Factor und Youfoodz in weiteren Märkten.

„Der Lebensmittelmarkt steht noch ganz am Anfang einer bedeutenden Veränderung. Verbraucher:innen werden ihre Entscheidungen nicht mehr auf der Grundlage der geografischen Nähe, sondern auf der Grundlage der Produktpassung und der Personalisierung treffen“, erläutert Dominik Richter. „Die Pandemie hat einige der Trends beschleunigt, die diesen Wandel im Kund:innenverhalten stützen. Dazu gehören beispielsweise die Arbeit im Home Office, die erhöhte Preiskonkurrenz und ein verstärkter Fokus auf Nachhaltigkeit. HelloFresh hat die besten Voraussetzungen, um von diesen Veränderungen zu profitieren. Wir haben das entsprechende Know-How und die notwendigen Ressourcen – wobei wir aktuell dennoch nur einen Bruchteil des Lebensmittelbudgets zu Hause abdecken.“

HelloFresh Technologie-Team unter neuer Leitung

Im Zuge seiner Wachstumsstrategie baut HelloFresh auch sein Führungsteam im Technologiebereich weiter aus. Als Technologieunternehmen beeinflussen maßgeschneiderte technologische Lösungen die Performance des Unternehmens in sämtlichen Geschäftsbereichen maßgeblich. Das schließt das Marketing, das digitale Produkt, die Lieferketten und das physische Produkt mit ein. Um seinen Wettbewerbsvorteil weiter auszubauen und eine Plattform für langfristiges Wachstum zu schaffen, wird HelloFresh bis Ende 2022 mehr als 1.000 Stellen in seinem Technologie-Team schaffen und damit die Zahl an Mitarbeitenden verdoppeln. Das Team wird künftig von Valeri Liborski geleitet, der im Januar als Chief Technology Officer zur HelloFresh Group dazu stößt. Valeri Liborski verfügt über 25 Jahre Erfahrung in Führungspositionen im Technologiebereich bei Amazon und Microsoft.

Indikativer Ausblick für 2022: 20-26 Prozent währungsbereinigtes Umsatzwachstum

HelloFresh plant, auch weiterhin erheblich in langfristiges Wachstum zu investieren, insbesondere durch die Fortführung des bereits laufenden Ausbaus der Produktionsinfrastruktur und die weitere Stärkung der Technologie- und Datenplattform. Darüber hinaus wird die Gesellschaft weiterhin, in Übereinstimmung mit ihrer langfristigen Wachstumsstrategie, neue Länder und Marken erschließen und weiter ausbauen. Vor diesem Hintergrund erwartet HelloFresh ein Umsatzwachstum der HelloFresh-Gruppe im Geschäftsjahr 2022 auf währungsbereinigter Basis zwischen 20% und 26%.



Pressemitteilung

Zudem erwartet die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2022 ein bereinigtes EBITDA ("AEBITDA") auf Konzernebene zwischen EUR 500 Millionen und EUR 580 Millionen

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
Global Lead Corporate Communications
HelloFresh Group

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