

HelloFresh bringt Ready-to-Eat-Marke Factor nach Kanada

- **HelloFresh verfolgt weiterhin seine erfolgreiche Multi-Marken-Strategie zur Erweiterung des adressierbaren Gesamtmarktes. Factor Canada wird neue Kund:innensegmente erschließen, u.a. mehr männliche Kunden, Single-Haushalte und Convenience-Suchende.**
- **Die breite Akzeptanz von Direct-to-Consumer Modellen im Lebensmittelbereich und die wachsende Nachfrage nach Ready-to-Eat Produkten bieten vielversprechende Voraussetzungen für die Expansion nach Kanada.**
- **Factor steht zunächst ab Januar Kund:innen in Ontario zur Verfügung und wird in den folgenden Monaten landesweit erhältlich sein.**

Berlin/Toronto, 3. Januar 2023 – HelloFresh SE ("HelloFresh") bringt seine Ready-to-Eat (RTE) Marke Factor nach Kanada. Factor wurde 2020 von der HelloFresh-Gruppe übernommen und befindet sich seither auf einem starken Wachstumskurs. Nach einer beeindruckenden Performance in den USA folgt die Expansion nach Kanada als konsequenter nächster Schritt. In Kanada sind Direct- to-Consumer Modelle im Lebensmittelbereich weit verbreitet und stoßen bei den Kund:innen auf große Akzeptanz. Zudem verzeichnet das Land eine wachsende Nachfrage nach RTE-Produkten. HelloFresh erschließt durch die Markteinführung neue Kund:innensegmente, denen das Unternehmen eine noch größere Auswahl an Mahlzeiten, einen innovativen Service und mehr Flexibilität bietet.

„Mit der Expansion von Factor nach Kanada weiten wir unsere Investitionen in den RTE-Markt aus und stärken eine zentrale Säule der langfristigen HelloFresh-Wachstumsstrategie. Dieser Launch markiert einen wichtigen Schritt auf unserem Weg zum weltweit führenden Anbieter von Food Solutions“, sagt Dominik Richter, Mitgründer und CEO von HelloFresh. Er fährt fort: „Mit einem weltweit adressierbaren Gesamtmarkt von 162 Milliarden US-Dollar bietet RTE großes Wachstumspotenzial für HelloFresh. RTE ermöglicht es uns, zusätzliche Mahlzeitenanlässe mit unseren Produkten zu bedienen und neue Kund:innensegmente zu erschließen, darunter zum Beispiel mehr männliche Kunden, Single-Haushalte und Convenience-Suchende. Wir freuen uns, diesen in den USA so erfolgreichen Service nun auch Kund:innen in Kanada anbieten zu können.“

Factor Kanada ist ab heute in der Provinz Ontario erhältlich und wird sein Angebot in den kommenden Monaten auf weitere Provinzen ausweiten. Damit wird Factor der erste landesweit in Kanada verfügbare Clean Eating-Lebensmittellieferservice. Die von Köch:innen entworfenen und von Ernährungsberater:innen geprüften Factor-Mahlzeiten werden in einem neu eröffneten Standort in Ontario produziert. Dabei werden ausschließlich frische, natürliche Zutaten und hochwertige Proteine aus antibiotikafreier Aufzucht verwendet. Factor verzichtet zudem vollständig auf den Einsatz von raffiniertem Zucker oder Ölen. Kund:innen können derzeit aus mehr als zehn Rezepten pro Woche wählen, die für eine Vielzahl an unterschiedlichen Ernährungsweisen geeignet sind, darunter

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

kalorienarm, keto, vegan und vegetarisch. Außerdem bietet Factor eine Reihe von einfach hinzuzufügenden Extras an (z.B. Säfte), die zusätzlich bestellt werden können.

Factor baut seine marktführende Position in den USA weiter aus

Factor hat das vergangene Jahrzehnt seit der Gründung 2012 dazu genutzt, seine Lieferkette und die Produktion von Ready-to-Eat-Produkten zu perfektionieren. Mit der Übernahme durch HelloFresh im Jahr 2020 konnte Factor seine Produktentwicklungs- und Produktionskompetenz mit der Direct-to-Consumer-Expertise und der technologischen Infrastruktur von HelloFresh kombinieren. In den vergangenen zwei Jahren hat HelloFresh daraufhin seine Ressourcen und sein globales Know-how genutzt, um das Geschäft von Factor in den USA weiter auszubauen. Factor hat in diesem Zug die US-Marktführerschaft erlangt und ist derzeit das am Marktanteil gemessene größte Unternehmen im US-RTE-Segment (Q3 2022 Marktanteil: 54,6 Prozent).

HelloFresh-Gruppe verfolgt erfolgreiche Multi-Marken-Strategie weiter

Das Markenportfolio der HelloFresh-Gruppe - bestehend aus HelloFresh, EveryPlate, Chefs Plate, Green Chef, Youfoodz und Factor - bietet Kund:innen ein vielfältiges und individuelles Angebot an Mahlzeiten für jeden Bedarf, jeden Anlass und jede Preisklasse. Diese Multi-Marken-Strategie hat es dem Unternehmen ermöglicht, seinen adressierbaren Gesamtmarkt durch die Erschließung neuer Kund:innensegmente erheblich zu vergrößern. Die Expansion von Factor nach Kanada folgt auf die Einführung der Kochboxenmarke Green Chef in den Niederlanden im Sommer dieses Jahres.

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. 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, Dublin und Barcelona.

Pressekontakt

Martin Becker
Senior Manager Corporate Communications
HelloFresh Group

+49 (0) 176 1568 1127
mbec@hellofresh.com
www.hellofreshgroup.com