



HelloFresh setzt starkes Wachstum im ersten Halbjahr 2015 fort

Berlin, 23. September 2015 – HelloFresh, der global führende Online-Lieferservice für frische Gerichte zu Hause, setzte im ersten Halbjahr 2015 sein außergewöhnliches Wachstum weiter fort.

- Die Anzahl aktiver Abonnenten ist um 429% im Vergleich zum 30. Juni 2014 auf 402.000 angestiegen
- Im Vergleich zur Vorjahresperiode ist die Anzahl ausgelieferter Mahlzeiten im ersten Halbjahr um 355% auf 18,2 Millionen Mahlzeiten gestiegen
- Der Netto-Umsatz stieg um 408% auf 112,5 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

HelloFresh wurde 2011 von Dominik Richter und Thomas Griesel in Berlin gegründet. Im Juli 2015 lieferte das Unternehmen 4,4 Millionen Mahlzeiten in sieben Ländern auf drei Kontinenten aus.

Trotz des starken Wachstumspfad konnte HelloFresh sowohl in 2014 als auch im ersten Halbjahr 2015 ein positives bereinigtes¹ EBITDA (vor Marketingkosten), mit einer bereinigten¹ EBITDA-Marge (vor Marketingkosten) von entsprechend rund 13,4% bzw. 15,7%, erzielen.

In den Niederlanden, einem der fortschrittlichsten HelloFresh Märkte, erreichte das Unternehmen bereits im ersten Halbjahr 2014 und im ersten Halbjahr 2015 ein positives bereinigtes¹ EBITDA (nach Marketingausgaben). Gleichzeitig wuchs dieser Markt ähnlich schnell wie die anderen Märkte der Gruppe und verdeutlicht damit nachweislich das Potential des Geschäftsmodells.

	2014 Gesamtjahr	2014 H1	2015 H1	H1 Wachstum gegenüber Vorjahresperiode
Nettoumsatz (€ Millionen)	69,6	22,2	112,5	408%
Ber. ¹ EBITDA Marge	(17,6%)		(17,9%)	
Gelieferte Mahlzeiten (Millionen)	12,3	4,0	18,2	355%
Aktive Abonnenten (in 1.000)	173	76	402	429%

¹ Bereinigt um aktienbasierte Vergütungszahlungen und andere außerordentliche Posten.



Starkes Wachstum weltweit

Diese Trends zeigen sich in beiden operativen Segmenten von HelloFresh: Kontinental-Europa (Österreich, Belgien, Deutschland und die Niederlande) sowie Rest der Welt (Australien, Vereinigtes Königreich und USA). Das schnelle Wachstum im Rest der Welt-Segment ist besonders stark, seit wir im September 2014 unser US-Geschäft landesweit ausgedehnt haben.

Vor dem Hintergrund des frühen Entwicklungsstadiums unseres Marktsegments sowie den enormen Chancen, die dieses bietet, erwarten wir auch weiterhin hohe Wachstumsraten. Für das zweite Halbjahr 2015 erwarten wir eine Fortsetzung des starken Wachstums des Netto-Umsatzes mit einem deutlich höheren absoluten Euro-Betrag sowie einem etwas geringer werdenden prozentualen Anstieg. Wir erwarten, dass sich das starke absolute Wachstum und prozentual leicht verlangsamende Wachstum in den nächsten beiden Jahren fortsetzt.

Strategische Maßnahmen zum Ausbau des Wettbewerbsvorteils

HelloFresh hat in diesem Jahr eine Reihe strategischer Maßnahmen angestoßen mit dem Ziel, das starke Wachstum fortzuführen und die weltweit steigende Nachfrage nach frischen Gerichten für zu Hause per Online-Abo-Lieferservice zu bedienen. Zu diesem Zweck legen wir unser besonderes Augenmerk auf den Ausbau unserer globalen Plattform, inklusive der Kapazitätsausweitung in den USA, die es uns erlauben wird, unseren Wachstumskurs fortzuführen. Darüber hinaus hat HelloFresh den Betrieb in zwei neuen Lagern in Kalifornien und Texas aufgenommen und prüft kontinuierlich mögliche Insourcing-Optionen im Fulfillment-Bereich.

Im Juni hat HelloFresh eine weltweite iPhone App für seine Kunden auf den Markt gebracht. Die HelloFresh App wurde in einer Vielzahl von Ländern im App Store ausgezeichnet und von Apple als „best-in-class“ gewürdigt. HelloFresh sieht seine Mobile-Strategie als ein entscheidendes Instrument für den Ausbau und den Erhalt der Abonnenten und die bestmögliche Leistung für den Kunden. Nicht-Abonnenten bietet die App Zugang zu einer der weltweit größten Datenbanken erprobter Rezepte. Gleichzeitig liefert sie HelloFresh eine weitere Quelle zur Identifikation der beliebtesten Rezepte in allen seinen Märkten. Die App gibt Abonnenten online Kontrolle über ihre Mahlzeiten – angefangen von der Verwaltung ihrer Bestellungen über Koch-Tipps in Echtzeit bis hin zur Verlinkung mit Sozialen Medien zum Teilen der eigenen HelloFresh Erfahrung.

Wie kürzlich bekannt gegeben, hat HelloFresh eine Investitionsvereinbarung mit Baillie Gifford abgeschlossen, in der sich Baillie Gifford verpflichtet, 75 Millionen Euro in HelloFresh zu investieren.

**Pressekontakt:**

Eva Switala

Global Head of PR, HelloFresh Global

Saarbrücker Str. 37a

10405 Berlin

+49 (0)30 220 121 440

+49 (0)160 98 082 688

es@HelloFresh.com

www.hellofreshgroup.com

Über HelloFresh

Aktuell versendet HelloFresh Kochboxen in Deutschland, Belgien, Österreich, Großbritannien, den Niederlanden, Australien sowie den USA. Jeden Monat verschickt HelloFresh rund 4,4 Millionen Mahlzeiten an insgesamt über 400.000 aktive Abonnenten (Stand: Juni 2015). Gegründet wurde das Unternehmen im November 2011. Der Hauptsitz befindet sich in Berlin. Weitere Niederlassungen gibt es in New York, London, Amsterdam und Sydney. Zu den Investoren zählen Baillie Gifford, Insight Venture Partners, Phenomen Ventures, Rocket Internet und Vorwerk Direct Selling Ventures.

Disclaimer

Diese Mitteilung enthält bestimmte zukunftsgerichtete Aussagen in Bezug auf Geschäftslage, Ertragslage und Ergebnisse der HelloFresh GmbH und ihrer Tochtergesellschaften (gemeinsam als "HelloFresh" bezeichnet) und/oder der Branche, in der HelloFresh tätig ist. Zukunftsgerichtete Aussagen betreffen zukünftige Umstände und Ergebnisse sowie andere Aussagen, die keine historischen Tatsachen sind, und an Begriffen wie "glauben", "erwarten", "prognostizieren", "beabsichtigen", "projizieren", "planen", "schätzen", "zielen", "vorhersagen", "antizipieren", "abzielen" und ähnlichen Ausdrücken zu erkennen sind. Bei den in dieser Mitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen, einschließlich Annahmen, Meinungen und Ansichten von HelloFresh oder solchen, die aus Drittquellen zitiert werden, handelt es sich um Meinungen und Prognosen, die ungewiss und damit Risiken ausgesetzt sind. Die tatsächlichen Ereignisse können wesentlich von der voraussichtlichen Entwicklung abweichen aufgrund von verschiedenen Faktoren, einschließlich, ohne Einschränkung, Veränderungen des allgemeinen wirtschaftlichen Umfelds, des speziellen wirtschaftlichen Umfelds in den Märkten, in denen HelloFresh aktiv ist, Veränderungen des Zinsniveaus, Veränderungen der Wettbewerbssituation, Veränderungen in Gesetzen und Vorschriften, Umweltschäden, mögliche Auswirkungen von Rechtsstreitigkeiten und Verfahren. HelloFresh garantiert nicht, dass die den zukunftsgerichteten Aussagen in dieser Mitteilung zugrunde liegenden Annahmen fehlerfrei sind, und HelloFresh übernimmt keine Verantwortung dafür, dass sich die in dieser Mitteilung wiedergegebenen Meinungen in Zukunft als korrekt erweisen, und HelloFresh übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Mitteilung gemachten Aussagen unter Berücksichtigung späterer Ereignisse zu aktualisieren. Die in dieser Mitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen besitzen nur am Tag ihrer Bekanntgabe Gültigkeit. Weder diese Mitteilung noch weitere Gespräche hierüber mit irgendwelchen Empfängern dieser Mitteilung, implizieren unter irgendwelchen Umständen, dass in den Angelegenheiten von HelloFresh seit dem Datum dieser Mitteilung keine Änderungen eingetreten sind. Infolgedessen lehnt HelloFresh jegliche Verpflichtung ab, Erwartungen oder Einschätzungen von Empfängern zu prüfen, zu aktualisieren oder zu bestätigen, oder eine Aktualisierung oder Überarbeitung irgendeiner zukunftsgerichteten Aussage zu publizieren, um den Inhalt dieser Mitteilung betreffende Ereignisse, die eintreten, oder Umstände, die entstehen, zu reflektieren.