



HelloFresh verstärkt Engagement gegen den Klimawandel

- **Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie weiter konkretisiert**
- **Globale Studie mit dem Wuppertal Institut bestätigt: Durchschnittlich 21% weniger verschwendete Lebensmittel beim Endkunden; in Deutschland sogar 31%**
- **Zudem 66% weniger Lebensmittelverschwendung in der Produktion im Vergleich zu Supermärkten**
- **Weitere Verbesserung der CO₂-Bilanz angestrebt**

Berlin, 22. April 2020 – HelloFresh, der weltweit führende Anbieter für Kochboxen, hat seine Nachhaltigkeitsstrategie weiter ausgearbeitet und die wesentlichen Faktoren des eigenen Geschäftsmodells für mehr Nachhaltigkeit konkretisiert. In seinem heute erstmals vorgestellten Nachhaltigkeitsbericht zeigt das Unternehmen, welche Meilensteine auf Basis der von den Vereinten Nationen definierten “Sustainable Development Goals” bereits erreicht wurden. Ein bedeutender Faktor für das Geschäftsmodell von HelloFresh ist die Reduktion von Lebensmittelverschwendung. Laut der “Food and Agriculture Organisation” der Vereinten Nationen, werden jährlich rund ein Drittel der produzierten Lebensmittel verschwendet, welches einem jährlichen CO₂-Ausstoß von 4,4 Gigatonnen entspricht.¹ Wie groß das Potenzial von Kochboxen hinsichtlich der Verringerung von Lebensmittelverschwendung ist, zeigt die ebenfalls heute veröffentlichte Global Food Waste Studie des Wuppertal Institut, die mit der Unterstützung der TU Berlin, FH Münster, University of Cambridge, Wageningen Universität sowie der ReFED (Amerikanisches non-profit Unternehmen) entwickelt wurde. Darin haben Forscher nachgewiesen, dass die Zubereitung von Mahlzeiten aus einer HelloFresh Kochbox durchschnittlich 21 Prozent weniger Lebensmittelreste verursacht als eine vergleichbare Zubereitung von Gerichten mit im Supermarkt gekauften Zutaten. Deutschland liegt mit einer Einsparung von 31% sogar über dem Durchschnitt.

Lebensmittelverschwendung erheblich reduziert

Für die weltweit bisher größte Studie zum Thema Lebensmittelverschwendung in Haushalten, haben Forscher mit Unterstützung von HelloFresh die Ess- und Kochgewohnheiten von mehr als 1.100 freiwilligen Teilnehmern in sechs internationalen Märkten in Europa und Nordamerika ausgewertet. Die Wissenschaftler berücksichtigten dabei sowohl die verwendeten Zutaten in der Zubereitung als auch Reste nach Verzehr. In Deutschland liegt das größte Potenzial für eine drastische Reduktion von Lebensmittelabfällen im Bereich der Zubereitung. Verbraucher schätzen ihren Bedarf häufig zu hoch ein und kaufen zu große Mengen an Lebensmitteln. Vorportionierte Kochboxen sind daher eine effektive Möglichkeit, die Lebensmittelverschwendung in privaten Haushalten zu reduzieren. Mit über 280 Millionen

¹ <http://www.fao.org/3/a-bb144e.pdf>



Mahlzeiten, die 2019 an Kunden in 13 Ländern weltweit ausgeliefert wurden, leistet HelloFresh so einen wichtigen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit.

„Ich freue mich über die großen Fortschritte, die wir in den letzten Jahren bei der Nachhaltigkeit unseres Geschäfts erzielt haben. Wir wollen den Menschen eine radikal nachhaltigere Möglichkeit bieten, Lebensmittel zu kaufen und zu konsumieren“, sagt Dominik Richter, CEO und Gründer von HelloFresh. „Mit passgenauen Zutaten zu unseren Rezepten wollen wir einen Beitrag leisten, die globale Lebensmittelverschwendung spürbar zu reduzieren. Gleichzeitig achten wir aber auch bei unseren eigenen Prozessen auf Nachhaltigkeit, insbesondere im Bereich Produktion, Verpackung und Lieferung. Mit der Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie setzen wir diesen Weg entschlossen fort.“

„Die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung ist ein zentrales Element der Nachhaltigkeitsstrategie von HelloFresh“, ergänzt Tilman Eichstädt, Senior Vice President International Product, Procurement und Sustainability bei HelloFresh. „Durch das Produktions- und Logistiksystem von HelloFresh wird stets exakt die Menge an Lebensmitteln beim Produzenten bestellt, die zum aktuellen Zeitpunkt auch tatsächlich benötigt wird. In der Produktion werden bei HelloFresh maximal 1 Prozent der Lebensmittel nicht genutzt. Davon werden über zwei Drittel an Tafeln gespendet. Im direkten Vergleich zu Supermärkten sind das rund 66 Prozent weniger Lebensmittelverschwendung.“

Weitere Verbesserung der CO₂-Bilanz angestrebt

Auch mit Blick auf den CO₂-Fußabdruck ist es HelloFresh in den letzten Jahren gelungen, große Fortschritte zu machen. Das US-Geschäft des Unternehmens wird ab sofort, 100% der CO₂ Emissionen, die in der Produktion, durch die Auslieferung sowie durch Geschäftsreisen anfallen, gemeinsam mit dem Partner Terrapass ausgleichen. Der Nachhaltigkeitsbericht zeigt zudem, dass in der Produktion in allen 17 Produktionsstätten des Unternehmens durch Licht und Kühlung nur 7g CO₂ pro Euro Umsatz anfallen. Das sind 71 Prozent weniger als der durchschnittliche Verbrauch von Supermärkten, da HelloFresh keine Ladengeschäfte unterhält. Die zweite wesentliche Ebene ist die Auslieferung an die Kunden. Die Boxen werden so effizient wie möglich ausgeliefert und der Lieferservice ersetzt individuelle Fahrten. 2019 konnte HelloFresh dabei in einem Pilotprojekt in Belgien und den Niederlanden, wo das Unternehmen eine eigene Lieferflotte unterhält, durch die Optimierung der Routenplanungssoftware die Anzahl der wöchentlich gefahrenen Kilometer um 15 Prozent reduzieren.

Die Erfassung der verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen entlang der gesamten Prozesskette von Einkauf und Produktion bis zur Auslieferung an die Kunden in den sehr verschiedenen Märkten ist eine komplexe Aufgabe. Das Unternehmen hat sich verpflichtet, die ganzheitliche Erfassung in einem mehrstufigen Prozess weiter voranzutreiben und den eigenen Fortschritt regelmäßig zu berichten.



Über HelloFresh

HelloFresh SE ist der weltweit führende Anbieter von Kochboxen, tätig in den USA, Großbritannien, Deutschland, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Australien, Österreich, der Schweiz, Kanada, Neuseeland, Frankreich und Schweden. HelloFresh lieferte im Geschäftsjahr 2019 mehr als 280 Millionen Mahlzeiten und zählte im vierten Quartal 2019 rund 3 Millionen aktive Kunden weltweit. HelloFresh wurde im November 2011 in Berlin gegründet und ging im November 2017 in Frankfurt an die Börse. HelloFresh hat Büros in New York, Berlin, London, Amsterdam, Sydney, Toronto, Auckland, Paris und Kopenhagen.

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