



NACHHALTIGKEITS- BERICHT

2019



Vorwort des CEOs Dominik Richter

Wir erleben momentan außergewöhnliche Zeiten. Mehr denn je wird uns bewusst, wie vielfältig wir verbunden sind und wie das Verhalten jedes einzelnen von uns andere Menschen betrifft.

HelloFresh ist nun etwas mehr als acht Jahre alt, und es ist erstaunlich, wie weit wir in so kurzer Zeit gekommen sind. Wir gehören jetzt zu den weltweit führenden Lieferdiensten frischer Lebensmittel. 2019 haben wir mehr als 280 Millionen Mahlzeiten an Kunden in 13 Ländern der Welt geliefert. Unsere mehr als 5.000 Mitarbeiter weltweit tragen zu unserem Ziel bei, die Art und Weise, wie Menschen essen, auf nachhaltige Weise zu verändern.

Unser Geschäftswachstum bedeutet auch, dass wir einen wesentlichen Beitrag zum Wohlbefinden unserer zahlreichen Kunden leisten. Verantwortung heißt für uns: global denken, lokal handeln.

Dieses Prinzip betrifft viele Aspekte unseres Geschäfts, etwa unser Engagement für den Klimaschutz. Dieser Bericht wurde vor dem Ausbruch der Coronavirus-Pandemie geschrieben, aber er befasst sich mit der globalen Verbundenheit durch Umwelteinwirkungen und zeigt, wie HelloFresh seine Nachhaltigkeitsbemühungen stetig verbessert.

Im Zentrum steht dabei unsere innovative, schlanke und abfallarme Lieferkette. Sie ermöglicht es, Lebensmittel auf eine wesentlich nachhaltigere Weise zu erwerben. Da Daten für unser gesamtes Handeln unerlässlich sind, haben wir Systeme eingerichtet, die eine Vielzahl von Umwelt- und Sozialindikatoren erfassen. Diese Kennzahlen informieren uns darüber, wie wir die Nachhaltigkeit unseres Produkts und unseres Unternehmens am besten steigern können.

So hat die Verschwendung von Lebensmitteln zum Beispiel einen großen Einfluss auf den Klimawandel – ihre Reduzierung ist eines der UN-Nachhaltigkeitsziele. Unser Geschäftsmodell trägt bereits an sich zu einer geringeren Verschwendung von Lebensmitteln bei. Zur Einordnung: Unsere eigenen Betriebsstätten erzeugen 66% weniger Lebensmittelabfälle pro Euro Umsatz als zwölf führende Lebensmitteleinzelhändler weltweit. Zu Hause werfen unsere Kunden beim Kochen weniger Lebensmittel weg und haben weniger Essensreste als beim Einkauf im Ladengeschäft.

Was Treibhausgas-Emissionen betrifft, so stoßen unsere hoch optimierten Produktionsanlagen deutlich weniger CO₂ pro Euro Umsatz aus als konventionelle Lebensmitteleinzelhändler, die Tausende von Filialen kühlen, heizen und beleuchten müssen.

Bei der Verpackung hat die Gewährleistung von Qualität, Frische und sicherem Transport in vielen verschiedenen Klimazonen für uns höchste Priorität. Wir setzen uns dafür



ein, unsere Gesamtmenge an Verpackungen zu erfassen und zu reduzieren. Parallel dazu arbeiten wir ständig daran, unsere Verpackungen nachhaltiger zu gestalten.

Ein nachhaltiges Unternehmen zu führen bedeutet mehr, als nur unsere Auswirkungen auf die Umwelt zu mindern. Unsere Mitarbeiter und Lieferanten stehen im Mittelpunkt unserer Tätigkeit, und wir nehmen ihr Wohlbefinden sehr ernst.

Um unsere Maßnahmen weiter zu fördern, haben wir in den einzelnen Märkten Nachhaltigkeitsverantwortliche ernannt, und wir stellen nach wie vor Spezialisten ein, um auf unserer Erfolgsgeschichte aufzubauen. Wir haben festgestellt, dass kluge Entscheidungen zur Nachhaltigkeit oft auch kluge Geschäftsentscheidungen sind. Auf Managementebene sind Risiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel zu einem integralen Bestandteil unserer Risikominderungsstrategie geworden.

In Anbetracht unseres großen Erfolgs, aber auch im Bewusstsein unserer großen Verantwortung, freue ich mich sehr, mit Ihnen unsere Fortschritte bei der Nachhaltigkeit im Jahr 2019 zu teilen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'D. Richter'.

Dominik Richter

Zum Nachhaltigkeitsbericht 2019

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht enthält unsere zusammengefassten nichtfinanziellen Berichte für die HelloFresh SE und die HelloFresh Gruppe gemäß § 289b Abs. 1 und 3 sowie § 315b Abs. 1 und 3 HGB für das Geschäftsjahr 2019. Alle darin enthaltenen Informationen, einschließlich bedeutsamer Leistungskennzahlen, erfolgen gemeinsam für die HelloFresh SE und die HelloFresh Gruppe. Bei unserer Nachhaltigkeitsstrategie und den damit verbundenen Maßnahmen unterscheiden wir nicht zwischen der HelloFresh SE und der HelloFresh Gruppe.

HelloFreshs Investition in nachhaltiges Handeln und dessen kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung sind eine wesentliche Voraussetzung für unseren Erfolg. Dieser Bericht enthält Informationen über unsere Maßnahmen in Bezug auf Umweltbelange ("Unser Planet"), Arbeitnehmerbelange ("Unsere Mitarbeiter"), Sozialbelange, die Achtung der Menschenrechte sowie die Bekämpfung von Korruption und Bestechung und weitere relevante Themen ("Unsere Community").

Unsere Berichterstattung zu diesen Aspekten erfolgt nicht auf Grundlage der Standards der Global Reporting Initiative (GRI).

Diese Standards decken nicht alle für unsere Aktivität relevanten Aspekte in geeigneter Weise ab und unterscheiden sich in ihrem Umgang mit dem Wesentlichkeitskriterium von den maßgeblichen gesetzlichen Vorgaben zur nichtfinanziellen Berichterstattung. Der Schwerpunkt unserer Berichterstattung liegt auf den Themen, die unsere Kunden, Mitarbeiter, Geschäftsleitung und Lieferanten für unsere Arbeitsweise nach unserer internen Analyse als relevant ansehen. Ausgehend davon erachten wir Umweltbelange wie die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung, von CO₂-Ausstoß und Verpackung sowie die verantwortungsvolle Beschaffung unserer Zutaten als besonders bedeutsam.

Wir werden in unserem Bericht die in Bezug auf die jeweiligen Aspekte verfolgten Konzepte einschließlich der angewandten Due-Diligence-Prozesse ebenso wie die erzielten Ergebnisse (wenn vorhanden) erläutern. Einen Hinweis auf im Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2019 ausgewiesene Beträge oder zusätzliche Erläuterungen sind für das Verständnis der Bedeutung der behandelten nichtfinanziellen Aspekte nicht erforderlich.

Das HelloFresh-Geschäftsmodell

Hauptsächlich unter unserem Markennamen HelloFresh bieten wir mehr als 2,97 Mio. aktiven Kunden (im Quartal zum 31. Dezember 2019) in 13 Ländern speziell auf sie zugeschnittene Mahlzeiten an. Wir wollen, dass die Menschen in den Ländern, in denen wir aktiv sind, selbst zubereitete Mahlzeiten genießen können, ohne selbst dafür planen und Zutaten einkaufen zu müssen. Unsere personalisierten

Kochboxen liefern wir unseren Kunden zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl direkt nach Hause. Sie enthalten fast alles, was man für abwechslungsreiche Mahlzeiten braucht, und die Zutaten stammen, soweit möglich, aus regionalem Anbau. Weitere detaillierte Informationen zu unserem Geschäftsmodell sind im Abschnitt B. 1. unseres Geschäftsberichts 2019 enthalten.

Risikomanagement und Einbindung des Vorstands

HelloFresh verfügt über eine spezielle Risikomanagement-Funktion, durch die Risiken ermittelt und bewertet werden, die die unternehmerische Leistung und die Nachhaltigkeitsbemühungen von HelloFresh beeinträchtigen könnten. Auf dieser Grundlage werden Risikoeigner festgelegt und Risiken identifiziert, die kontinuierlich überwacht werden. Der Umfang der abgedeckten Risiken beinhaltet Umwelt-, Korruptions-, Arbeits- und Sozialrisiken ebenso wie Risiken hinsichtlich von Menschenrechtsverletzungen und Korruption. Die Risiken

werden durch geeignete Maßnahmen, Kontrollen und gebührende Sorgfalt gemindert und werden regelmäßig an den Vorstand und den Aufsichtsrat berichtet.

Der Vorstand trägt die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie. Er gibt die Richtung der Nachhaltigkeitskonzepte vor und koordiniert die entsprechenden Maßnahmen mit den verantwortlichen Führungsebenen.

Inhaltsverzeichnis

>HelloFresh: Nachhaltigkeit in Zahlen.....5

Unser Planet

Wie sich unser Geschäftsmodell und unsere Aktivitäten in 13 Ländern auf die Umwelt auswirken und welche Initiativen wir ergreifen, um diese Auswirkungen zu minimieren.

Gegen die Verschwendung von Lebensmitteln.....	8
Erfassung und Reduzierung der CO2-Emissionen.....	10
Reduzierung und Optimierung der Verpackung.....	12
Interview: Innovationen bei der Lebensmittelkühlung.....	15
Nachhaltige Beschaffung von Zutaten.....	16
Interview: Green Chef – die nachhaltigste Kochbox.....	17

Unsere Mitarbeiter

Wie wir die Talente aller Mitarbeiter des HelloFresh-Teams einbringen, fördern und wertschätzen und dabei in einer Atmosphäre arbeiten, die auf Entgegenkommen und gegenseitiger Achtung basiert.

Mitarbeiterdiversität.....	18
Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter.....	20
Interview: Vielfalt als Erfolgsfaktor.....	21
Sicherheit der Mitarbeiter am Arbeitsplatz.....	22
Mitarbeiterförderung.....	22

Unsere Community

Wie wir einen positiven Einfluss auf die Communitys haben, in denen wir tätig sind, und wie wir diesen Einfluss in unserer Lieferkette nutzen, um positive Ergebnisse zu erzielen.

Arbeitsbedingungen bei unseren Lieferanten.....	23
Lebensmittelsicherheit und -qualität.....	24
Bekämpfung von Korruption und Bestechung.....	25
Privatsphäre von Kunden und Datenschutz.....	25
Aufklärung von Jugendlichen über die Vorteile frischer Lebensmittel.....	26
Engagement in der Community.....	26

Blick auf die Zukunft.....27

HelloFresh: Nachhaltigkeit in Zahlen

Lebensmittelabfall



0,6 g
Abfall
pro Euro Umsatz
in unseren Betriebsstätten

66%
weniger Abfall

als zwölf führende Lebensmitteleinzelhändler weltweit an Lebensmittelabfällen im Durchschnitt erzeugen

Emissionen



7 g
pro Euro
Umsatz

71%
weniger

als zwölf führende Lebensmitteleinzelhändler weltweit an Emissionen produzieren

Verpackung



ca.
80 g
Karton
pro Mahlzeit
(DE, AT)



ca.
40 g
Kunststoff und
gemischte Materialien
pro Mahlzeit (DE, AT)

Beschaffung von Zutaten



90,1%
eingekaufte Frischwaren nach
Global GAP
oder gleichwertigem Standard
oder GFSI-zertifiziert



97,5%
Fischprodukte nach Gewicht
ASC, MSC, BAP
oder nach gleichwertigem
Standard zertifiziert

280,1 Millionen Mahlzeiten
wurden 2019 ausgeliefert

Unsere Mitarbeiter



über 5.300
Mitarbeiter
weltweit



77
Nationalitäten
am Hauptsitz in Berlin



48%
weibliche
Angestellte



39%
der Führungspositionen
von Frauen besetzt
(Associate Director und höhere Positionen)



über 50%
der offenen
Führungspositionen
intern besetzt
(Director und höhere Positionen)

Unser Planet

“HelloFresh bietet im Vergleich zu Supermärkten und anderen konventionellen Lebensmittelhändlern eine nachhaltigere Art, Lebensmittel einzukaufen.”

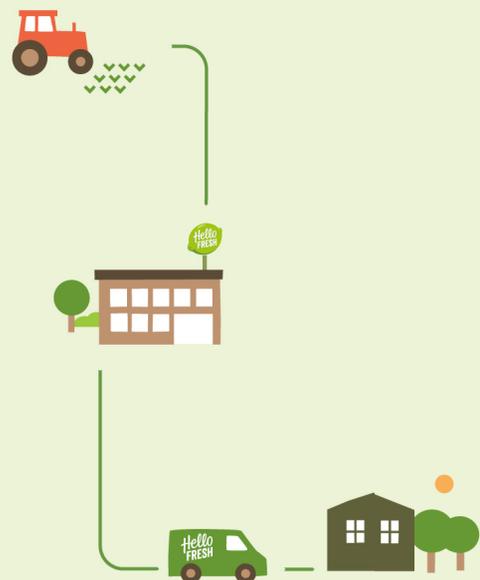
Prof. Dr. Tilman Eichstädt, Senior VP for International Product & Procurement

Als weltweit größter Anbieter von Kochboxen leisten wir einen erheblichen Beitrag zum Umweltschutz. Allein im Jahr 2019 hat HelloFresh über eine schlanke, innovative Lieferkette, bei der nahezu alle Lebensmittelabfälle vermieden, CO₂-Emissionen reduziert, die Verpackung optimiert und die Zutaten möglichst regional bezogen werden, mehr als 280 Millionen Mahlzeiten an unsere Kunden in 13 Ländern ausgeliefert.

Herkömmliche Lieferkette



HelloFresh-Lieferkette



Unser innovatives Geschäftsmodell für den direkten Verkauf an Konsumenten sorgt für eine nachhaltige Entwicklung des Ernährungssystems und steht im Einklang mit mehreren UN-Nachhaltigkeitszielen. Unter anderem treffen diese drei Ziele auf uns zu:

- Ziel 12 – Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion. HelloFresh unterstützt nachhaltige Ernährungssysteme und mindert Lebensmittel- und Verpackungsabfälle.
- Ziel 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz. HelloFresh reduziert CO₂-Emissionen.
- Ziel 14 – Leben unter Wasser sowie Ziel 15 – Leben an Land. HelloFresh bezieht Inhaltsstoffe von zertifizierten Lieferanten, die Meeresressourcen und Ökosysteme an Land nachhaltig nutzen.

Um kontinuierliche Innovationen und Verbesserungen zu gewährleisten, hat HelloFresh Instrumente eingerichtet, mit denen wir unsere Nachhaltigkeit systematisch erfassen. Zudem gleichen wir unsere Nachhaltigkeit regelmäßig mit einem Dutzend weltweit führender Lebensmitteleinzelhändler ab, um uns fortwährend zu verbessern.

Gegen die Verschwendung von Lebensmitteln

Die Reduzierung und Vermeidung von Lebensmittelverschwendung ist ein zentrales Anliegen von HelloFresh und wesentlicher Bestandteil unseres Angebots an Kunden. In der Studie Food Waste Footprint: Impacts on Natural Resources (Fußabdruck der Lebensmittelverschwendung: Auswirkungen auf natürliche Ressourcen) von 2013 schätzt die Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO), dass jedes Jahr ein Drittel aller weltweit produzierten Nahrungsmittel verloren geht oder verschwendet wird. Das UN-Nachhaltigkeitsziel 12.3 ist die Halbierung der weltweiten Nahrungsmittelabfälle auf Einzelhandels- und Verbraucherebene sowie entlang der Produktions- und Lieferkette bis 2030.

HelloFresh hat ein schlankes Geschäftsmodell der Produktion auf Auftragsbasis geschaffen, bei dem wir ausgehend von den Bestellungen der Verbraucher genau die richtigen Mengen aus unserer Lieferkette ziehen, anstatt die Nachfrage zu schätzen und unverkaufte Bestände zu entsorgen. Mit diesem Modell wird ein Überangebot vermieden und unser wachsendes Unternehmen hat ein wesentlich geringeres Abfallaufkommen als der konventionelle Lebensmitteleinzelhandel. Mit den Kochboxen von HelloFresh bekommen Kunden genau nach Rezept vorportionierte Zutaten. Das bedeutet weniger Lebensmittelabfälle beim Kochen und weniger Essensreste.

Wir werden auch weiterhin eng mit unseren Lieferanten zusammenarbeiten, um deren Betriebsabläufe effektiver zu gestalten. In unseren Betriebsstätten wollen wir die Lebensmittelverschwendung auf nahezu null reduzieren.

Nahezu keine Lebensmittelverschwendung in Betriebsstätten

Bei HelloFresh werden weniger als 1 % aller eingekauften Zutaten in den eigenen Betriebsstätten weggeworfen. Unser wöchentliches dynamisches Prognosesystem minimiert Überbestellungen und verbessert die Prognosegenauigkeit laufend mit maschinellem Lernen, so dass Lebensmittelverschwendung minimiert wird. Diese Systeme verknüpfen die Zutatenbeschaffung mit der Menüplanung, Bestellabwicklung und Kundenfeedback, um die Effizienz in der gesamten Lieferkette zu steigern.



**0,6 g
Abfall
pro Euro
Umsatz**

in unseren Betriebsstätten

Im letzten Quartal 2019 enthielt die typische HelloFresh-Mahlzeit 621 Gramm Lebensmittel. Dabei fielen während

der Produktion nur 3,6 Gramm Abfall an, und weitere 8,5 Gramm pro Mahlzeit wurden gespendet. Die HelloFresh-Betriebsstätten erzeugen 66 % weniger Lebensmittelabfälle als zwölf führende Lebensmitteleinzelhändler weltweit im Durchschnitt (Quelle: interne Studie basierend auf den veröffentlichten Zahlen von zwölf führenden Lebensmitteleinzelhändlern weltweit). Waren es bei uns nur 0,6 Gramm Abfall pro Euro Umsatz, fielen bei den herkömmlichen Lebensmitteleinzelhändlern 1,78 Gramm an.

Im Rahmen unseres laufenden Engagements zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen wurde HelloFresh US offiziell in das EPA-Programm „Food Recovery Challenge“ und in das US-Programm „Food Loss and Waste 2030 Champions“ aufgenommen. In den Niederlanden schlossen wir uns der nationalen Initiative „Samen Tegen Voedselverspilling“ (Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung) an.

Die meisten nicht verkauften Lebensmittel werden gespendet

Nur ein Bruchteil der Lebensmittel im Produktionsprozess von HelloFresh landet nicht bei den Kunden. Den Großteil der nicht verkauften, essbaren Zutaten spenden wir an Wohltätigkeitsorganisationen vor Ort, die damit direkt Menschen zugutekommen, deren Ernährungslage unsicher ist. Allein in den USA spendete HelloFresh im Laufe des Jahres 2019 über 2,5 Millionen Mahlzeiten für wohltätige Zwecke. Die meisten HelloFresh-Produktionsstätten unterhalten eine Lebensmittelbank-Partnerschaft vor Ort. In den USA arbeiten unsere fünf Vertriebszentren mit dem Unternehmen Spoiler Alert zusammen, um nächstgelegene Hilfsorganisationen zu ermitteln. Zu den Wohltätigkeitsorganisationen, die wir regelmäßig unterstützen, gehören weltweit:

Australien: Foodbank Australia, OzHarvest

Belgien: Belgischer Verband der Lebensmittelbanken

Kanada: Scaddington Court, Edmonton Food Bank, Langley Food Bank und Gemeindezentren in British Columbia

Deutschland: Die Tafel

Niederlande: Voedselbanken NL, Buurtbuik

Neuseeland: KiwiHarvest

Schweden: Värmestugan Helsingborg

Großbritannien: Felix Project, Alexandra Rose, Banbury Community Fridge, Oxford Food Project

USA: Table to Table, Tarrant Area Food Bank, Food Bank of Contra Costa & Solano, Alameda Food Bank, We Don't Waste, South Jersey Food Bank

Reduzierung von Lebensmittelabfällen im Haushalt

2019 hat HelloFresh eine internationale Studie in Belgien, den Niederlanden, Kanada, Deutschland, Großbritannien und den USA in Auftrag gegeben. Wir haben fast 1.000 Kunden befragt, wie viele Lebensmittel sie verschwendeten, wenn sie mit HelloFresh kochten, und diese Ergebnisse mit den Mengen an verschwendeten Lebensmitteln beim Einkauf im Supermarkt oder Kauf von Fertiggerichten verglichen.

Wir wollten zudem erfassen, wie viele Lebensmittel in den verschiedenen Phasen - vom Einkauf großer Lebensmittelmengen über Abfälle beim Kochen bis hin zu Essensresten

- weggeworfen wurden. Die Kunden berichteten uns ihre Erfahrungen für sieben Tage, an denen sie die Kochboxen von HelloFresh nutzten, und sieben Tage, an denen sie nach ihren eigenen Gewohnheiten, ohne Unterstützung durch Kochboxen, einkauften und aßen. Die Teilnehmer wurden repräsentativ für unseren Kundenstamm im jeweiligen Markt ausgewählt.

Die Studie ergab, dass unsere Kunden bei einem HelloFresh-Abendessen 21 % weniger Lebensmittel verschwenden als bei einer Mahlzeit, die sie selbst mit Zutaten aus konventionellen Supermärkten zubereiten. Selbst im Vergleich zu einem halbfertigen, küchenfertigen oder tiefgefrorenen Gericht werden bei einem HelloFresh-Gericht 11 % weniger Lebensmittel verschwendet.



Erfassung und Reduzierung der CO₂-Emissionen

Im Einklang mit dem UN-Nachhaltigkeitsziel 13, Maßnahmen zum Klimaschutz zu ergreifen, hat sich HelloFresh verpflichtet, seine CO₂-Emissionen pro Mahlzeit zu ermitteln und zu reduzieren.

HelloFresh misst die CO₂-Emissionen in zwei großen Kategorien: Emissionen, die durch den Strom- und Gasverbrauch an unseren Standorten entstehen, und solche, die bei der Auslieferung unserer Kochboxen an die Kunden entstehen.

Seit 2017 haben wir zahlreiche Systeme eingeführt, um die Emissionen unserer Betriebsstätten marktübergreifend nachzuverfolgen.

Darüber hinaus überwachen wir die Emissionen der Lieferungen in den Niederlanden, Belgien und Australien, wo wir unsere eigene Lieferflotte betreiben. In den USA, unserem größten Markt, verwendet HelloFresh führende Software-Tools zur CO₂-Berechnung, um unseren Anteil an den Emissionen der Lieferfirmen zu bestimmen.

Ermittlung und Reduzierung der Emissionen aus unseren Anlagen

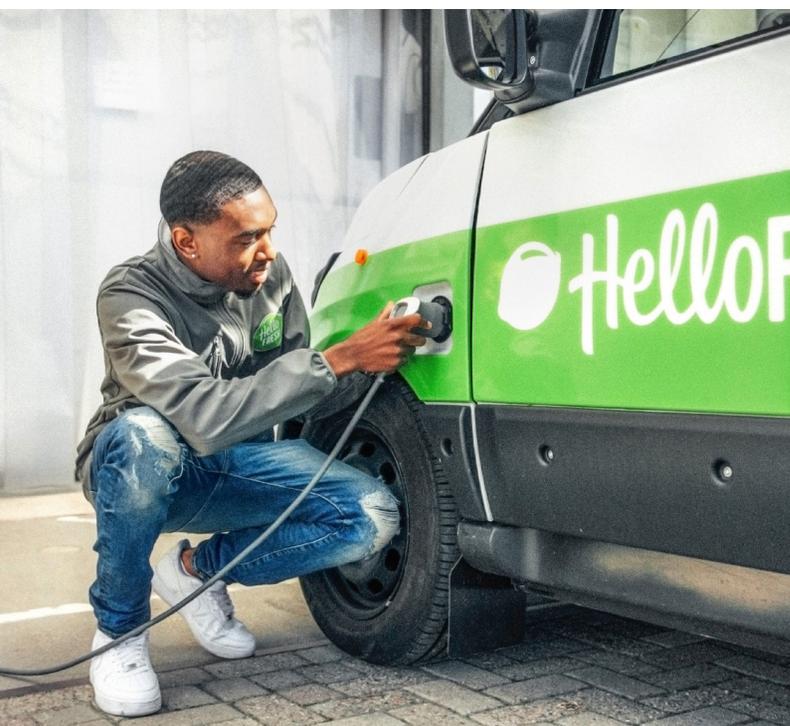
HelloFresh betreibt 17 Lebensmittelproduktions- und Logistikanlagen weltweit. Diese Betriebsstätten produzieren weniger CO₂-Emissionen als der konventionelle Lebensmitteleinzelhandel, da wir nicht Tausende von Ladengeschäften heizen, beleuchten und kühlen müssen. Weltweit gesehen beliefen sich die bei HelloFresh durch Strom und Gas verursachten Emissionen auf 7 Gramm CO₂ pro Euro Umsatz. Das sind

71 % weniger als die durchschnittlich erzeugte CO₂-Menge von zwölf führenden konventionellen Lebensmitteleinzelhändlern weltweit (Quelle: interne Studie basierend auf den veröffentlichten Zahlen von zwölf führenden Lebensmitteleinzelhändlern weltweit). Unsere Berechnungen des Energieverbrauchs und der Emissionen decken 97,5 % unseres Produktionsvolumens ab.

HelloFresh verringert kontinuierlich seine Energieintensität durch eine Kombination aus Wachstum, Effizienzsteigerungen und Erhöhung unserer Kapazität zur Erzeugung von Strom aus erneuerbaren Ressourcen. Der Strom- und Gasverbrauch in den von HelloFresh betriebenen Anlagen liegt derzeit bei 0,02 kWh pro Euro Umsatz. Um die Energieeffizienz von HelloFresh weiter zu verbessern, wurden Maßnahmen ergriffen, etwa zur Energieerzeugung in den Vertriebszentren. So haben wir im Laufe des Jahres 2019 eine 2 × 99 kW-Solaranlage auf unserem Lagergebäude in Australien und eine 270 kW-Solaranlage auf unserem Vertriebszentrum in den Niederlanden installiert.

Ermittlung und Reduzierung der Emissionen aus der Kundenlieferung

Die Kochboxen von HelloFresh werden so effizient wie möglich transportiert. Sie werden chargenweise auf Routen ausgeliefert, die auf maximale Effektivität und minimalen Kraftstoffverbrauch ausgelegt sind. Jede Route ersetzt viele einzelne Kundenfahrten zum Lebensmittelgeschäft.



In den Benelux-Ländern betreibt HelloFresh eine eigene Lieferflotte, durch die wir den Transport zum Kunden selbst abwickeln. So konnten wir dort 2019 große Fortschritte bei der Verringerung unserer Emissionen im Bereich der Distributionslogistik machen. Beispielsweise haben wir durch die Optimierung unserer Routenplanungssoftware die Anzahl der wöchentlich gefahrenen Kilometer um 15 % reduziert.

2019 begann zudem in den Niederlanden die Auslieferung der Kochboxen mit den ersten elektrischen HelloFresh-Lieferwagen, sodass bis Anfang 2020 100 % der Lieferungen in Amsterdam emissionsfrei sein werden. Die belgischen Kunden werden 2020 die ersten emissionsfreien Lieferungen erhalten, wobei wir uns für eine optimale Auslastung der Elektrofahrzeuge vor allem auf die städtischen Gebiete konzentrieren.

Auch Beispiele für die Optimierung unserer Lieferung über Drittanbieter finden sich in verschiedenen Märkten. So nutzt HelloFresh US derzeit führende Emissionssoftware-Tools, um den CO₂-Fußabdruck unserer Distributionslogistik in den USA abzuschätzen. HelloFresh wurde auch in das SmartWay-Programm der EPA aufgenommen, das Unternehmen bei der Messung, dem Benchmarking und der Verbesserung der Effizienz des Warentransports unterstützt. Über 99 % unserer US-Lieferpartner sind dort ebenfalls Mitglieder.

In Neuseeland, einem weiteren Markt, in dem wir auf Drittanbieter zurückgreifen, haben wir uns mit Urgent Couriers zusammengetan, der ersten klimaneutralen Lieferfirma des Landes. Im Jahr 2019 stieg ihr Anteil an den HelloFresh-Lieferungen von 30 % auf 45 %. Im Jahr 2020 werden wir gemeinsam mit ihr an der Optimierung ihrer Routen arbeiten und die durchschnittliche Fahrstrecke pro Kochbox reduzieren. Des Weiteren arbeitet HelloFresh zusammen mit NZP, einem weiteren großen Lieferunternehmen, an der Umstellung auf einen CO₂-neutralen Betrieb.

Emissionsermittlung

Es werden nun in allen Märkten die Scope-1-Treibhausgasemissionen (THG) nachverfolgt, d. h. die Emissionen, die wir direkt durch unseren eigenen Geschäftsbetrieb erzeugen, sowie die Scope-2-Treibhausgasemissionen, d. h. die Emissionen aus Dienstleistungen, die wir für unseren Geschäftsbetrieb einkaufen, in erster Linie Strom und Gas. In den USA wurde zudem mit der Ermittlung bestimmter Scope-3-Emissionen begonnen, insbesondere solcher, die bei Geschäftsreisen und der Distributionslogistik anfallen, wenn unsere Kochboxen von externen Speditionen ausgeliefert werden. In den Niederlanden, Belgien und Australien, wo wir unseren eigenen Fuhrpark betreiben, werden die Lieferemissionen den Scope-1-Emissionen zugeordnet.

Erste Werte zu den gesamten CO₂-Emissionen pro Mahlzeit: Niederlande, Belgien und die USA

Da der Arbeitsbetrieb von Markt zu Markt sehr unterschiedlich ist, hat HelloFresh 2019 seinen CO₂-Fußabdruck pro Mahlzeit in zwei konkreten Szenarien ermittelt:

- In den USA nutzt HelloFresh externe Lieferpartner: Jede HelloFresh-Mahlzeit hatte basierend auf den Emissionen aus unseren eigenen Betrieben und nach der Hinzurechnung eines Anteils unserer Lieferpartner einen CO₂-Fußabdruck von 294,5 Gramm CO₂. Dies entspricht 39,8 Gramm CO₂ pro Euro Umsatz.
- In den Niederlanden und Belgien betreibt HelloFresh eine eigene Lieferflotte: Da die Lieferwege in dieser Region kürzer sind, betrug der CO₂-Fußabdruck pro Mahlzeit 203,5 Gramm CO₂, das heißt 36,2 Gramm CO₂ pro Euro Umsatz.

Bei der Berechnung dieser Zahlen haben wir die für die jeweiligen Märkte geltenden Umrechnungsfaktoren sowie lokale Logistikdaten hinzugezogen.

2020 wird HelloFresh seinen CO₂-Fußabdruck pro Mahlzeit in weiteren Märkten ermitteln.



Reduzierung und Optimierung der Verpackung

Das Geschäftsmodell von HelloFresh verschafft uns einen Innovationsvorsprung. So entwickeln wir neue Methoden, um Lebensmittel mit weniger Abfall zu verpacken und gleichzeitig eine ausgezeichnete Lebensmittelqualität, Frische und Sicherheit zu gewährleisten. Stetige Innovationen im Bereich der Verpackung helfen HelloFresh, die Anforderungen der verschiedenen Klimazonen, Lieferdistanzen und Verbrauchervorlieben zu erfüllen. Dieser Ansatz steht im Einklang mit dem UN-Ziel 12 für eine nachhaltige Entwicklung: nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion.

Unsere Verpflichtung in Bezug auf Verpackungen: Vermeidung, Reduzierung, Innovation

In allen Regionen und Klimazonen sieht das Engagement von HelloFresh in Bezug auf Verpackung wie folgt aus:

- Verpackung nach Möglichkeit vollständig vermeiden,
- Verpackung, wenn sie notwendig ist, reduzieren,
- Verpackung für das Recycling optimieren und Innovationen vorantreiben, um Abfall zu reduzieren.

HelloFresh wendet diese drei Grundsätze auf alle Verpackungen an, die an den Kunden gehen, aber auch auf die Art und Weise, wie Lieferanten die Artikel an uns versenden.

In allen Märkten hat HelloFresh Systeme zur Messung und Reduzierung der Transportverpackungen implementiert. In unserem hauseigenen International Test Laboratory, ein Testlabor für Verpackungen, entwickeln Ingenieure Innovationen, darunter papierbasierte Kühltaschen und eine Thermoformmaschine zur Herstellung von wassergefüllten Eispacks. Lieferanten werden von uns ermutigt, Einwegkartons durch wiederverwendbare Kisten zu ersetzen, wenn sie Zutaten an uns liefern. Beim Transport zum Kunden berücksichtigen lokale Konfigurationstools das Wetter, die Entfernung sowie den Platz- und Kühlbedarf der Zutaten. Durch Angabe von Kistengrößen oder der Anzahl der erforderlichen Kühl- und Isolierelemente bestimmen diese Tools dann, wie die Transportverpackung minimiert werden kann.

ca.
80 g
Karton
pro Mahlzeit
(DE, AT)



Im Laufe des Jahres 2019 begann HelloFresh zudem, die Verpackungsmenge bei den einzelnen Zutaten in einer Kochbox zu erfassen. Die Teams in Deutschland und Österreich waren die ersten bei HelloFresh, die die Verpackung in dieser Detailgenauigkeit verfolgt haben. In diesen beiden

Märkten betrug die durchschnittliche Verpackungsmenge pro Mahlzeit, einschließlich aller für den Transport und den Schutz der Zutaten benötigten Materialien, etwa 80 Gramm Karton und 40 Gramm Plastik, einschließlich gemischter Materialien.

HelloFresh wird die Erfassung der Verpackungen von Zutaten im Verlauf des Jahres 2020 auf andere Märkte ausweiten. In Großbritannien, den Niederlanden, Belgien und Luxemburg hat dieser Prozess bereits begonnen. Die Lieferanten müssen nun ihre Produktverpackungen im Rahmen des Aufnahmeverfahrens dokumentieren.

HelloFresh legt Wert darauf, von anderen zu lernen, die Erfahrung mit nachhaltigen Verpackungen haben. Deshalb sind wir 2019 der Australian Packaging Covenant Organisation (APCO) beigetreten. HelloFresh ist bereits Mitglied des britischen Abfall- und Ressourcen-Aktionsprogramms WRAP, der US-Koalition für nachhaltige Verpackung (Sustainable Packaging Coalition) sowie des Grünen Punkts in Deutschland.

ca.
40 g
Kunststoff
und gemischte
Materialien
pro Mahlzeit
(DE, AT)



Vermeiden von Verpackungen

Wenn es die Jahreszeit und die Transportbedingungen erlauben, versendet HelloFresh frische Zutaten in unseren Kochboxen ohne zusätzliche Verpackung. In kühleren Monaten verschickt unser neuseeländisches Team Sellerie und Gurken direkt in der Kochbox. 2019 begann unser kanadisches Team, Rosmarin, Kopfsalat, Kartoffeln, Radieschen, Pak Choi und Knoblauch ohne zusätzliche Verpackung auszuliefern, wodurch 12 Tonnen Plastik vermieden wurden. Unsere UK-Niederlassung verzichtete auf Kunststoffverpackungen für Pak Choi, und die HelloFresh-Vertriebszentren in den Benelux-Ländern begannen damit, Rosmarin, Chicorée, Pastinaken, Spargel und Lorbeerblätter ohne weitere Verpackung in der Kochbox zu versenden. Unsere Gemüse-Einkäufer auf der ganzen Welt teilen ihre Erfahrungen miteinander und sind ständig auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, Verpackung zu verringern.

2020 erweitert HelloFresh das Spektrum der Produkte und Märkte, bei denen Zutaten ohne zusätzliche Verpackungen versendet werden können. Das australische Team hat bereits in allen Transportern Temperaturmessgeräte eingebaut, um festzustellen, wo und wie Verpackungen vermieden werden können.

HelloFresh überwacht jeden Schritt des Geschäftsbetriebs, damit unsere Kochboxen die Kunden sicher erreichen und die Zutaten unbeschädigt und unverdorben ankommen. Um dies zu gewährleisten, sind natürlich einige Verpackungen notwendig. Deshalb arbeiten wir auch an der Verringerung, Verbesserung und Recyclingfähigkeit aller Verpackungen.

Reduzierung des Karton- und Kunststoffverbrauchs

Dank Konfigurationstools und anderer Initiativen hat es HelloFresh geschafft, den Karton- und Papierverbrauch im Jahr 2019 eindrucksvoll zu reduzieren und gleichzeitig die Menge der in vielen Märkten verwendeten Kunststoffverpackungen zu verringern.

Das US-Team hat im Laufe des Jahres 2019 1.292 Tonnen Karton eingespart, indem es die Anzahl der Kartongrößen von zehn auf drei reduzierte, diese für alle US-Marken (HelloFresh, EveryPlate, Green Chef) standardisierte und eine leichtere Version des mittelgroßen Kartons für den Winter einführte. Unser kanadisches Team ist inzwischen dem Beispiel gefolgt und hat eine Winterbox mit 20 bis 30 % weniger Karton eingeführt.

2019 wurden zudem in unserem Geschäftsbetrieb in Großbritannien innovative Verpackungsreduzierungen vorgenommen. Einsparen konnten wir 56,8 Tonnen Papier, indem wir eine leichtere Kochboxtüte eingeführt haben, sowie weitere 27 Tonnen durch Verwendung leichterer Rezeptkarten. Auch bei den boxinternen Kunststoffverpackungen wurden Einsparungen erzielt, die dank einer leichteren Kühltasche und eines neuen Designs für sichere Hühnchenverpackungen um 160 Tonnen zurückgingen. Diese Vakuumverpackungslösung verbraucht 30 % weniger Material als die herkömmlich im Einzelhandel verwendeten Hühnchenverpackungen. Dadurch wurden im Jahr 2019 4,5 Tonnen Kunststoff eingespart. Das britische Team setzte außerdem modernste Zuordnungstools ein, die zur Optimierung der Verpackungsgrößen beitragen.

In Kanada hat HelloFresh vorbedruckte Verpackungsfolien für alle Gewürze, Nüsse und Brühekonzentrate sowie einige Backwaren und die meisten Saucen eingeführt. Zusätzliche Klebeetiketten auf der Kunststofffolie sind dadurch nicht mehr nötig.

In Deutschland hat HelloFresh verbesserte Produktionslayouts und Regalkonstruktionen eingeführt, sodass unser Team leichter den Hinweisen der Betriebssoftware folgen kann, die anhand der Bestellung und des Inhalts der Boxen Größen vorschlägt. Dies reduziert ebenfalls den Verpackungsverbrauch.



Optimierung für besseres Karton- und Kunststoffrecycling

HelloFresh sucht ständig nach Möglichkeiten, unseren Kunden das Recycling von Verpackungen zu erleichtern. In den Niederlanden und Belgien bieten wir einen Recycling-Abholservice für alle HelloFresh-Kartons an, wobei wir unseren eigenen Fuhrpark einsetzen, um die Vorteile der Rücknahme-logistik zu nutzen. 40 % der Kunden in der Region haben den Dienst 2019 genutzt.

Zudem arbeiten wir in Kooperation mit innovativen Recyclingprogrammen, um sicherzustellen, dass so viel Material wie möglich zurückgewonnen wird. Dies gilt insbesondere für Weichplastik. REDCycle gibt australischen HelloFresh-Kunden die Möglichkeit, ihr Weichplastikmaterial – das sonst auf der Deponie landen könnte – zu Sammelstellen zu bringen. Dank eines ähnlichen Programms in Neuseeland namens „Love NZ Soft Plastics Recycling Scheme“ werden auch unsere dortigen Kunden ein Netz von Recyclingstellen in Auckland, Hamilton und Wellington nutzen können.

In den USA bemüht sich HelloFresh weiterhin um eine Minimierung der Gesamtverpackung, einschließlich der Menge an Kunststoff. So wurden 2019 neue Kühltaschen mit isolierender Auskleidung eingeführt, die von lokalen Recyclingdiensten akzeptiert wird. Darüber hinaus haben wir den Einsatz von ClimaCell®, einem biobasierten Schaumstoff zwischen zwei Papierlagen, der vollständig wiederverwertbar ist, stark erhöht. Ein weiterer entscheidender Baustein der Umweltschutzbemühungen ist die Aufklärung der Verbraucher. Aus diesem Grund bietet unsere US-Website eine Anleitung dazu, welche Plastikfolien wiederverwertbar sind. In Deutschland hat HelloFresh 2019 schließlich damit begonnen, schwarze Kunststoffschalen durch eine recycelbare Kunststofflösung zu ersetzen, die wir 2020 auf eine Papierlösung umstellen möchten.

In Zusammenarbeit mit der schwedischen Universität Lund hat HelloFresh einen eingehenden Vergleich der Nachhaltigkeit von Biokunststoffen gegenüber herkömmlichen wiederverwertbaren Kunststoffen in verschiedenen Märkten durchgeführt, den wir nun für unsere Verpackungsentscheidungen nutzen.

Innovationen bei der Lebensmittelkühlung

Interview mit **Prof. Dr. Tilman Eichstädt, Senior Vice President for International Product & Procurement**



HelloFresh hat 2019 einige umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um die Kühlung von Lebensmitteln während des Transports und der Lieferung nachhaltiger zu gestalten. Worum ging es dabei und warum sind sie so wichtig?

Es gibt hier zwei große Themen. Das erste hat mit unserer Kühlisoliertasche zu tun, mit der wir die Proteine, das Fleisch und die Milchprodukte kühlen, die mit unseren Kochboxen geliefert werden. In Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden haben wir in der zweiten Hälfte von 2019 damit begonnen, von Plastik-Kühltaschen auf 100 % recycelbare Papiertaschen umzustellen. Dadurch konnte das Gewicht der Kunststoffverpackungen in diesen Märkten in der zweiten Jahreshälfte um mehr als 50 % reduziert werden. Wir haben mit der Universität Lund zusammengearbeitet, um einen globalen Prototyp für papierbasierte Kühltaschen zu entwickeln, wobei wir zwei Jahre in die Optimierung, Prüfung und Validierung der Lösung investiert haben. Im Jahr 2020 werden wir die Umstellung in Deutschland, Österreich und der Schweiz abschließen. Zudem werden wir daran arbeiten, papierbasierte Kühltaschen in anderen Regionen einzuführen, indem wir in jedem Markt mit lokalen Anbietern zusammenarbeiten.

Das andere große Thema betrifft die Eispacks von HelloFresh. In den meisten Ländern fügen wir diese der Tasche bei, um bestimmte Inhaltsstoffe gekühlt und sicher aufzubewahren. Im vergangenen Jahr haben wir in vielen Ländern von gelgefüllten Kühlpacks auf wassergefüllte Packs umgestellt. Großbritannien war

hier bereits 2018 führend. 2019 folgten Deutschland, Österreich, Schweden, die Schweiz und Kanada. Australien und Neuseeland werden im Jahr 2020 wassergefüllte Eispacks einführen.

Welche Vorteile haben wassergefüllte Eispacks gegenüber Gelpacks im Hinblick auf die Nachhaltigkeit?

Wir stellen die meisten wassergefüllten Packs selbst her, sodass wir jetzt die Kosten und CO₂-Emissionen vermeiden, die mit dem Versand der Gelpacks von einem Ort zum anderen verbunden sind. Wir stellen die neuen Packs mit einer Thermoform-Maschine her, die ihnen eine runde Form verleiht. Das mag unbedeutend erscheinen, aber durch die abgerundeten Ecken wird vermieden, dass scharfe Kanten Zutaten, Kühltaschen und Lieferkisten beschädigen. So minimieren wir potenzielle Abfälle und verdorbene Lebensmittel.

Ein weiterer großer Vorteil ist, dass der Kunde kein Gel entsorgen muss, sondern einfach Wasser in den Abfluss schütten kann.

Wie sieht es mit der Kühltechnik bei verschiedenen Wetterlagen aus?

Uns geht es um kontinuierliche Verbesserung und darum, Vorteile in puncto Nachhaltigkeit zu finden, wo wir nur können. In den USA und Kanada verwenden wir je nach Jahreszeit eine Reihe verschiedener Kühltaschen. Im Jahr 2019 haben wir in vielen von ihnen wiederverwertbare, papierbasierte Dämmstoffauskleidungen eingeführt. HelloFresh Canada hat auch eine Kühltasche für die Sommersaison entwickelt, die zu 100 % kompostierbar ist.

Wie entstehen solche kreativen Ideen bei HelloFresh?

Wir sind bereit, das Risiko einzugehen und auszuprobieren, ob etwas funktioniert – oder auch nicht. Unsere mit Wasser gefüllten Eispacks waren eine tolle Idee, und sie funktionieren sehr gut, aber manchmal sind unsere Experimente auch nicht so erfolgreich. Wir haben zum Beispiel versucht, an einigen Orten mit Fahrrädern auszuliefern, mussten aber feststellen, dass unsere Kisten zu schwer und zu sperrig dafür sind. Trotzdem lohnt es sich, Risiken einzugehen, da man aus Misserfolgen lernt!

Nachhaltige Beschaffung von Zutaten

Für die Bereitstellung von über 280 Millionen Mahlzeiten im Jahr 2019 arbeitete HelloFresh mit mehr als 1.500 Lieferanten zusammen, von denen viele im Inland ansässig sind. Qualität und Nachhaltigkeit sind zwei wichtige Kriterien bei der Auswahl unserer Partner, die sich einer genauen Bewertung unterziehen müssen, bevor wir ihre Zutaten in unsere Kochboxen aufnehmen. HelloFresh bevorzugt erstklassige Lieferanten, die über Zertifizierungen für Sicherheit, Hygiene und Nachhaltigkeit verfügen. Auch die Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten sind uns wichtig. Wir gehen im Abschnitt „Unsere Community“ auf Seite 23 näher darauf ein.



90,1%
eingekaufte Frischwaren nach
Global GAP
oder gleichwertigem Standard
oder
GFSI-zertifiziert

Die Art und Weise, wie HelloFresh seine Lieferkette verwaltet, steht im Einklang mit den UN-Zielen 14 – Leben unter Wasser – und 15 – Leben an Land – für eine nachhaltige Entwicklung. Wir arbeiten mit Lieferanten zusammen, die die Meeresressourcen und die Ökosysteme an Land nachhaltig nutzen. Im Jahr 2019 stammten über 90,1 % unserer eingekauften Frischprodukte von Lieferanten die nach Global GAP zertifiziert sind oder aus gleichwertig zertifizierten Betrieben oder aus Betrieben mit einer GFSI-anerkannten Zertifizierung. 97,5 % unseres Fisches, gemessen am Gewicht, sind ASC-, MSC- oder BAP-konform. HelloFresh US bezieht seine Waren ausschließlich aus Fischereien, die nach dem Bewertungssystem von Monterey Bay Aquarium Seafood Watch als beste Wahl oder gute Alternative eingestuft wurden oder von vertrauenswürdigen, unabhängigen Programmen öko-zertifiziert sind.

Bei Eiweiß- und Milchprodukten umfasst die Produktvision von HelloFresh die Stärkung der Standards für Tiergesundheit und Tierschutz. Das US-Team hat eine Richtlinie für das Wohl-

finden von Masthühnern entwickelt, die 2019 veröffentlicht wurde. Sämtliche Hühner-, Schweine- und Kalbfleischprodukte in der Benelux-Region haben eine Ein-Sterne-Zertifizierung des Beter Leven Keurmerk (Gütesiegel Besseres Leben), einer Tierschutzinitiative des niederländischen Tierschutzverbands. Alle niederländischen Käse- und Milchprodukte, die wir anbieten, sind weidegang (Freilandhaltung)-zertifiziert oder werden aus Biomilch hergestellt. In Kanada bezieht das Einkaufsteam Speck und Hühnerbrust von zertifizierten tiergerechten Anbietern und arbeitet mit Dubreton zusammen, einem Anbieter von Schweinefleisch, der sich gerade im Umstellungsprozess auf eine vollständige Bio-Produktion befindet. In den Kochboxen für Australien und Neuseeland stammt das Huhn entweder aus Freilandhaltung oder es ist RSPCA-zertifiziert.



97,5%
Fischprodukte nach Gewicht
ASC, MSC, BAP
oder nach gleichwertigem
Standard zertifiziert

Wo immer dies möglich ist, versucht HelloFresh, die Zutaten von inländischen Lieferanten zu beziehen, um Transportkosten und Emissionen zu reduzieren. Die kürzlich in Neuseeland eröffnete Niederlassung erreichte im Laufe des Jahres 2019 eine zu fast 80 % lokale Beschaffung.

In Großbritannien ist das gesamte Rind-, Hühner- und Schweinefleisch in den HelloFresh-Kochboxen britischer oder irischer Herkunft, während in Australien das gesamte Frischfleisch vom Kontinent selbst stammt. Sämtliche Kalbfleisch-, Schweine- und Geflügelprodukte in den Niederlanden stammen von inländischen Anbietern.



Direkt vom Landwirt: Uhrbach Gemüsinis

In Winsen an der Luhe, vor den Toren Hamburgs, versorgt dieses Familienunternehmen HelloFresh im Herbst mit frisch geernteten, leuchtend orangefarbenen Hokkaido-Kürbissen.

Torben und Madelene Uhrbach, Landwirte in dritter Generation, gehen ihrer Berufung mit Leidenschaft nach. Jeder Kürbis, den sie ernten, wird von Hand auf seine Festigkeit geprüft – ein Zeichen dafür, dass er reif ist. Ihre einfache Methode, lokale Kürbisse für mehr Menschen zugänglich zu machen: Die Kürbisse werden in kleinen Portionen verschickt, die bereits geschält und gewürfelt sind: **Gemüsinis!**

Green Chef: Die nachhaltigste Kochbox

Interview mit **Jeff Yorzyk, Director of Sustainability, HelloFresh US**



In den USA übernahm HelloFresh 2018 Green Chef. Sie haben bei Green Chef gearbeitet. Können Sie uns ein wenig über das Erbe dieser Marke erzählen?

Green Chef hat sich immer darauf konzentriert, die nachhaltigste Kochbox auf dem Markt zu sein. Das Unternehmen war der erste Anbieter von Kochboxen, der die USDA-Zertifizierung als Bio-Verarbeiter erhielt. Aber bei dieser Marke geht es nicht nur darum, biologische Zutaten in jede Box zu packen, es geht vielmehr um Verantwortung, von Tierschutzstandards bis hin zur Verpackung und Lieferung der Zutaten. Jede einzelne Kochbox, die Green Chef seit seiner Einführung im Jahr 2014 ausgeliefert hat, wurde mit Green-e®-zertifizierten Renewable Energy Credits (RECs) und projektbasierten Verrechnungen ausgeglichen. Wir versuchen, so viel wie möglich auszugleichen. Daher beziehen wir nicht nur den Energieverbrauch für die Kühlung der Lebensmittel ein, sondern auch die Versandwege, die die Kochboxen zurücklegen, bis sie beim Kunden ankommen. Außerdem sind wir 2019 neben der Kohlenstoffbilanz auch kunststoffneutral geworden!

Kunststoffneutral? Wie funktioniert das?

Wir wägen wichtige Kundenanforderungen an die Qualität und Sicherheit von Lebensmitteln gegen die handelsüblichen Verpackungsoptionen für Lebensmittel ab. Die Realität sieht so aus, dass selbst Green Chef bei bestimmten Teilen des Kochbox-Angebots Kunststoff verwenden muss. Für jedes Gramm Kunststoff, das in der Kochbox des Kunden enthalten ist, wird eine entsprechende Menge an Kunststoff gesammelt,

die im Meer zu landen droht, und in Südostasien durch unseren Partner Plastic Bank recycelt. Die Austrittsrate von Kunststoffen in die Ozeane ist in den USA sehr niedrig. Deshalb ergreifen wir dort Maßnahmen, wo das Problem am dringendsten ist. Das Unternehmen Plastic Bank geht die Ursache an und bietet eine Lösung, bei der alle Arten von Kunststoffen gegen Geld oder andere Entlohnungen ermöglicht werden. Sie machen Kunststoffabfälle zu Geld – und damit zu wertvoll zum Wegwerfen. Green Chef finanziert diese Bemühungen durch den Kauf von sogenannten Social Plastic Collection Credits™ (SPCC™), wobei jedes Kilogramm Kunststoff, das zurückgewonnen wird, transparent verbucht wird. Kunststoff mit einem Preisschild zu versehen, schafft auch einen Anreiz für unser Verpackungsteam, den Gesamtverbrauch von Kunststoff zu reduzieren. Wir sehen unsere Partnerschaft mit Plastic Bank als eine Art Brückenstrategie.

Welche anderen Nachhaltigkeitsmaßnahmen ergreift Green Chef?

Die Nachhaltigkeitsmaßnahmen von Green Chef decken die gesamte Wertschöpfungskette ab, von der Förderung hoher Tierschutzstandards bei unseren Proteinlieferanten bis hin zur Recycelbarkeit aller unserer Kochbox-Einsätze. Im Jahr 2019 bündelte Green Chef unsere veganen und vegetarischen Pläne in unserem pflanzlichen Mahlzeitenplan. Wir haben es einfacher denn je gemacht, sich für rein pflanzliche Alternativen zu entscheiden. Kunden können pro Woche aus sieben pflanzlichen Gerichten, vier davon vegan, auswählen. Dies löste einen 150%igen Anstieg der Nachfrage nach pflanzlichen Mahlzeiten aus.

Welche Auswirkungen hat Green Chef auf die Nachhaltigkeitsbemühungen von HelloFresh?

Mit Green Chef hat HelloFresh einen direkten Einblick gewonnen, wie sich ein Anbieter von Kochboxen strategisch auf Nachhaltigkeit konzentrieren kann – und hat damit auch Zugang zu dem dafür notwendigen Fachwissen. HelloFresh ist auf mehr Märkten tätig als Green Chef. Mit seiner Präsenz in 13 Ländern hat HelloFresh die große Chance, eine positive Veränderung herbeizuführen. Im Laufe der Zeit werden die bei Green Chef gewonnenen Erkenntnisse integriert. HelloFresh misst sowohl Emissionen als auch Verpackungen im Detail und vergleicht sie mit Alternativen und externen Benchmarks. Damit schafft HelloFresh eine Vision dafür, wie nachhaltig diese Branche sein kann.

Unsere Mitarbeiter

“Vielseitige, talentierte und motivierte Menschen sind das Herz und die Seele von HelloFresh. Sie sind unsere Helden des Alltags.”

Johannes Willberg, VP People

HelloFresh hat ein Team aufgebaut, dessen Mitglieder die Persönlichkeit der Marke widerspiegeln: optimistisch, einfühlsam, intuitiv, vorausschauend und inspirierend. Wir sind eine vielfältige Gruppe, die durch unsere Mission motiviert ist, die Art und Weise, wie Menschen essen, auf nachhaltige Weise zu verändern.

HelloFresh möchte einen großartigen Arbeitsplatz bieten. Mit über 5.300 Mitarbeitern weltweit sind wir eindeutig kein Start-up im traditionellen Sinne mehr. Wir konnten unserer Vision, unseren Mitarbeitern Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung zu bieten, ein Stück näher kommen, während die Organisation immer noch schnell wächst und gleichzeitig ihre Struktur modernisiert.

Die HelloFresh-Mitarbeiter lieben die Zusammenarbeit mit einer vielfältigen Gruppe intelligenter und motivierter Menschen in einem Umfeld, das durch Vertrauen und Respekt geprägt ist. Darüber hinaus schätzen sie die Möglichkeit, in einem Unternehmen, das das Leben der Menschen täglich positiv beeinflusst, echte Verantwortung zu übernehmen. Auf dem Jobportal Glassdoor wurde HelloFresh 2019 zum achtbesten Arbeitgeber gekürt und in den Kommentaren für seine kollegiale Atmosphäre und ausgezeichneten Arbeitgeberleistungen gelobt.

Mitarbeiterdiversität

Allein am Hauptsitz in Berlin kommen die HelloFresh-Mitarbeiter aus 77 Ländern, sodass ganz natürlich vielfältige Sichtweisen und Erfahrungen in die Teams einfließen. Das fördert die Innovation und Kreativität, die HelloFresh zu einem so einzigartigen Arbeitsplatz machen.

Die Vielfalt unserer Mitarbeiter ist uns wichtig. Wir sind stolz darauf, dass unser Arbeitsklima durch Offenheit und gegenseitige Achtung geprägt ist, unabhängig von Geschlecht,

ethnischer Zugehörigkeit oder sexuellen Vorlieben. Mit dem Wachstum des Unternehmens festigen wir diese Werte weiter, um die Einbeziehung aller unserer Mitarbeiter zu gewährleisten. 2019 haben wir einen umfassenderen HelloFresh-Verhaltenskodex eingeführt. Er umreißt die wesentlichen Werte, die das inner- und außerbetriebliche Handeln von HelloFresh bestimmen, und legt die Erwartungen an das Verhalten aller Mitarbeiter fest. Zudem wird im Kodex dargelegt, was als Belästigung oder Diskriminierung gilt und welche Abläufe bei



der Meldung eines Vorfalles einzuhalten sind. Neue Mitarbeiter werden in alle Aspekte des HelloFresh-Verhaltenskodexes eingewiesen und sind verpflichtet, den Kodex während ihres Einarbeitungsprozesses zu unterzeichnen.

HelloFresh diskriminiert nicht und duldet keine Diskriminierung bei Einstellung, Vergütung, Ausbildung, Beförderung, Kündigung, Ruhestand und/oder anderen Beschäftigungsmaßnahmen. Alle Entscheidungen müssen auf der Grundlage der Fähigkeit einer Person getroffen werden, eine Arbeit auszuführen, und nicht auf der Grundlage von ethnischer Zugehörigkeit, nationaler Herkunft, Hautfarbe, gesellschaftlicher Stellung, sozialer Herkunft oder Position, Geschlecht, Ausdruck der Geschlechtlichkeit, sexueller Orientierung, Religion, Alter, Behinderung, politischer Meinung oder Familienstand.



Wir würdigen auch unsere Beziehungen zu unseren Lieferanten, Kunden und Konkurrenten, was sich im HelloFresh-Verhaltenskodex widerspiegelt. Jegliche wettbewerbswidrigen Vereinbarungen mit Lieferanten sind ebenso verboten wie die Annahme von Geld, Vorteilen, Geschenken oder Wertgegenständen von einer Person oder einem Geschäftspartner von HelloFresh.



Die lokalen Personalteams von HelloFresh auf der ganzen Welt sind die Hüter ihrer jeweiligen Gleichstellungs- und Nichtdiskriminierungsrichtlinien. In Berlin haben wir ein von Mitarbeitern geleitetes Diversity-Komitee, das sich aus Freiwilligen zusammensetzt, die sich zum Ziel gesetzt haben, HelloFresh zu einem Ort zu machen, an dem alle willkommen sind, indem sie Aufklärungsarbeit über Themen aus dem Bereich Diversität betreiben. So führte das Berliner Diversity-Komitee 2019 eine Informationsveranstaltung zum Internationalen Frauentag durch und inspirierte die Mitarbeiter zu einem gemeinsamen Marsch bei der Christopher-Street-Day-Parade (CSD), der jährlichen Berliner Queer-Pride-Veranstaltung.

In den USA überprüft der Ausschuss für Vielfalt und Integration alle Personalkennzahlen in unserer Organisation in puncto Vielfalt und gibt häufig Aktualisierungen zu den Mitarbeiter-Ressourcengruppen heraus. 2020 konzentrieren wir uns auf die Festlegung einer umfassenden Mission für

Vielfalt, Gerechtigkeit und Integration für HelloFresh. Um diese Mission in unseren US-Betrieben weiter zu stärken, werden wir einen Verantwortlichen einstellen.

Gleichgewicht der Geschlechter

Wir sind stolz auf unseren hohen Frauenanteil bei HelloFresh und arbeiten an der Verbesserung der Gleichstellung der Geschlechter in allen Bereichen. 48 % unserer Mitarbeiter sind weiblich und 39 % der Führungspositionen auf der Ebene Associate Director (stellvertretende Abteilungsleitung) und darüber sind von Frauen besetzt. In diesem Jahr wurde ein Stipendium für Frauen in technischen Berufen eingeführt, um die berufliche und persönliche Weiterbildung von Frauen in der Technik zu unterstützen. Die erste Gewinnerin absolviert derzeit ein Praktikum im Berliner Büro. In Großbritannien hat HelloFresh ein Programm für weibliche Nachwuchsführungskräfte eingerichtet, um die berufliche Weiterentwicklung von Frauen zu fördern.

LGBTQ+-Community



Lesbische, schwule, bisexuelle, Transgender- und queere/questioning (LGBTQ+) Menschen sind bei HelloFresh willkommen. Sie spielen eine Schlüsselrolle beim Engagement für die Community. In den USA wurde die Elternurlaubsregelung ausgeweitet und umgeschrieben, um die Einbeziehung aller Mitarbeitenden und ihrer Familien zu unterstützen und LGBTQ+-Paare weiter zu fördern. In Großbritannien schließen die familienfreundlichen Maßnahmen alle LGBTQ+-Teammitglieder mit ein.

In Deutschland, den USA und Großbritannien tragen alle Teams zur Sensibilisierung bei und nehmen an lokalen Pride-Events teil, darunter an der deutschen Queer-Pride-Parade zum Christopher Street Day (CSD) und an der NYC Pride Parade, die 2019 ihren 50. Jahrestag feierte.



Mitarbeiter-Ressourcengruppen

Bei HelloFresh US gibt es eine Vielzahl von Mitarbeiter-Ressourcengruppen, die sich regelmäßig für Diskussionen, Schulungen, Networking und zur Wahrnehmung wichtiger Anlässe treffen. Sie setzen sich aus ehrenamtlichen Mitarbeitern aus allen Phasen der Berufslaufbahn zusammen.

Power of Women

Die 2017 ins Leben gerufene Initiative „Power of Women“ trägt dazu bei, ein Umfeld zu schaffen, in dem Frauen bei HelloFresh durch berufliche Weiterbildung, professionelles Networking und Engagement in der Community eine Führungsrolle übernehmen können. Ausschüsse, die auf die Mission von Power of Women ausgerichtet sind, bieten den Mitarbeiterinnen die Möglichkeit, Führungsaufgaben zu übernehmen. In den jüngsten Workshops zur beruflichen Entwicklung gab es Veranstaltungen zu Kommunikations-, Verhandlungs- und Netzwerkfähigkeiten.

FreshPride

FreshPride wurde 2017 bei HelloFresh US gegründet, um die Entwicklung, Interessenvertretung und das Wachstum der lesbischen, schwulen, bisexuellen, Transgender- und queeren (LGBTQ+) Community von HelloFresh und seiner Partner zu unterstützen. Die Gruppe fördert die Wahrnehmung unter den Mitarbeitern und übernimmt eine Führungsrolle

bei aktuellen betrieblichen und sozialen Fragen, die die Community betreffen. FreshPride arbeitet auch mit LGBTQ+-geführten Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen zusammen, die die Community außerhalb des Umfelds von HelloFresh und Green Chef unterstützen.

LIMES

LIMES (Leveraging Inclusivity for Minority Employee Success / Förderung der Inklusivität für den Erfolg von Mitarbeitern mit Minderheitenstatus) unterstützt die Stärkung und Sichtbarkeit der kulturellen Vielfalt bei HelloFresh, um ein offenes, positives und enthusiastisches Umfeld zu schaffen, in dem sich alle Mitarbeiter geschätzt, anerkannt und geachtet fühlen. LIMES bietet farbigen Mitarbeitern und Verfechtern für mehr Vielfalt und Integration eine Unterstützungsstruktur in allen Bereichen von HelloFresh US. Die Organisation bemüht sich auch darum, Mitarbeiter mit unterschiedlichem Hintergrund anzuwerben und unsere derzeitigen Mitarbeiter in interkulturelle Aktivitäten und Diskussionen einzubinden.

In den USA wird HelloFresh auch von Mathison unterstützt, einem Partner, der uns dabei hilft, vielfältige Kandidaten zu finden und unsere Fortschritte anhand seines Equality Hiring Index (Gleichstellungsindex für die Einstellung) zu messen. Das Unternehmen gibt auch einen Teil seiner Einnahmen an die Community-Organisationen zurück, die bei der Suche nach den verschiedensten Kandidaten helfen.

Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter

HelloFresh ist stolz darauf, ein Umfeld zu bieten, in dem die Menschen gerne arbeiten. Wir schaffen Karrierechancen, die für alle unsere Mitarbeiter attraktiv und spannend sind.

Alles beginnt mit unserem Onboarding-Prozess, einem umfassenden Einführungsprogramm, das für die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter von entscheidender Bedeutung ist. Am ersten Tag bringt eine ausführliche Informationsveranstaltung neue Mitarbeiter am HelloFresh-Arbeitsplatz auf den neuesten Stand. In den ersten Wochen erhalten die neuen Mitarbeiter dann mehrere Einstiegsaufgaben, die es zu meistern gilt. Eine abendliche gemeinsame Kochstunde gehört ebenfalls zu diesem Prozess, um neuen Mitarbeitern praktische Erfahrungen mit ihren lokalen HelloFresh-Kochboxen zu vermitteln. An einigen Standorten gibt es ein Buddy-System, das neuen Mitarbeitern eine Anlaufstelle zur Orientierung bietet.

An allen HelloFresh-Standorten bieten wir Beschäftigungsbedingungen, die den Anforderungen des jeweiligen Landes entsprechen und diese in der Regel sogar übertreffen. Neben den allgemein wettbewerbsfähigen Löhnen und Gehältern gehören zu unserem Leistungspaket folgende Vorteile:

- erheblicher Rabatt auf HelloFresh-Kochboxen
- Rabatte für Fitnessstudios
- Unterstützung der psychischen Gesundheit
- Sabbatical-Programm
- Aktienoptionsprogramm

Unsere US-Mitarbeiter profitieren von einer Krankenversicherung, Gesundheitssparkonten (HSAs) und 401k-Rentenkonten. In Großbritannien umfassen die Leistungen einen BUPA-Krankenversicherungsplan mit Rückerstattung von regulären medizinischen Kosten sowie Zugang zu einem vertraulichen und kostenlosen telefonischen Beratungsdienst für psychische Gesundheitsbelange, Rechtsfragen und Familienberatung. Australien bietet ebenfalls einen ähnlichen telefonischen Unterstützungsdienst sowie zusätzliche Altersrenten für Frauen in Elternzeit, damit sie später im Ruhestand keine Nachteile erfahren.

In den Produktions- und Logistikanlagen von HelloFresh bieten wir unseren Teammitgliedern in der Regel eine Vollzeitbeschäftigung (35–40 Wochenstunden), und je nach Standort machen die Mitarbeiter von HelloFresh derzeit zwischen 50 und 75 % der Gesamtbelegschaft aus. Wenn wir Leih- oder Vertragsarbeitnehmer beschäftigen, greifen wir stets auf akkreditierte und lizenzierte Agenturen zurück, die alle regionalen Sozial- und Vergütungsstandards vollständig einhalten. Wir wollen unseren Anteil an Vollzeitmitarbeitern bei HelloFresh weiter erhöhen, da Kundenaufträge und Zahl der Produktionstage zunehmen.

Vielfalt als Erfolgsfaktor

Interview mit **Ana García, Vice President Hellofresh US Operations**



HelloFresh ist es wichtig, ein facettenreiches Führungsteam zusammenzustellen, das Innovationen fördert und den Geschäftserfolg ankurbelt. An dieser Stelle unterhalten wir uns mit Ana García, Vice President Hellofresh US Operations.

Erzählen Sie uns bitte ein wenig über sich selbst.

Als ich in Guatemala aufwuchs, stand meine Liebe zum Essen an zweiter Stelle nach meiner Liebe zur Wissenschaft und zur Mathematik. Ich habe Wirtschaftsingenieurwesen studiert. Nach dem Abschluss habe ich in einer Beratungsfirma gearbeitet, um Zugang zu verschiedenen Wirtschaftszweigen zu erhalten.

Auch wenn ich Spaß daran hatte, Lösungen für komplexe Geschäftsprobleme zu empfehlen und umzusetzen, so störte es mich doch, dass ich nicht die Auswirkungen meiner Arbeit sehen konnte. Also besuchte ich die Fachhochschule für Technik und Wirtschaft, um mein Wissen über Systeme und Betriebsabläufe zu vertiefen und um eine kompetente Führungskraft zu werden.

Was hat Sie dazu bewogen, sich bei HelloFresh zu bewerben?

Nach dem Studium wollte ich ein Unternehmen finden, in dem ich einen Bezug zum Produkt herstellen und Einfluss auf das Geschäft nehmen konnte. Als ich mehr über HelloFresh erfuhr, wurde mir schnell klar, dass das Geschäftsmodell auf Daten, Systeme und Abläufe

angewiesen ist und somit perfekt zu meinem bisherigen Werdegang passt. Außerdem gehören Lebensmittel zum täglichen Leben eines jeden Menschen, und ich war begeistert von einem Produkt, von dem alle, sogar meine Großmutter, profitieren könnten.

Wie verlief Ihr beruflicher Werdegang hier?

Ich bin als Teil des Special Operations-Teams zu HelloFresh gekommen und habe immer gerne mit Kollegen an der Lösung anspruchsvoller Probleme in verschiedenen Bereichen gearbeitet. Ich habe die Vertriebszentren in Kalifornien und New Jersey sowie deren Procurement Operations- und Supply Chain Analytics-Teams geleitet. Darüber hinaus war ich auch für die Integration der ersten Übernahme von HelloFresh, Green Chef, verantwortlich.

Welche Bereiche leiten Sie in Ihrer derzeitigen Position?

Als Vice President Operations arbeite ich eng mit unseren Teams zusammen, um frische, schmackhafte und leicht zuzubereitende Mahlzeiten zu entwickeln, und ich helfe bei der Entscheidung über unser wöchentliches Menüangebot. Durch die intensive Zusammenarbeit über alle Abteilungen hinweg können wir sicherstellen, dass wir ständig neue und interessante Produkte liefern, die unseren Kunden gefallen. Dank meiner Kenntnisse über unsere komplizierte Lieferkette bin ich in der Lage zu verstehen und zu würdigen, was es heißt, eine Kochbox von A bis Z zu befüllen.

Was gefällt Ihnen an der Arbeit bei HelloFresh am besten?

HelloFresh war für mich immer ein fantastischer Ort, an dem ich meine berufliche Laufbahn entwickeln und Daten für meine betriebliche Arbeit anwenden konnte, und das alles aus der Perspektive unserer Kunden.

Am meisten gefällt mir jedoch, dass meine Kollegen sich mit Intelligenz und Leidenschaft für unsere Kunden und die Mahlzeiten, die wir ihnen liefern, einsetzen – man lernt hier nie aus! Wir lieben es, gutes Essen zu genießen. Deshalb fragen wir uns ständig, was wir tun können, um mehr Magie rund um den Esstisch zu schaffen, und was wir noch verbessern können.

Sicherheit der Mitarbeiter am Arbeitsplatz

HelloFresh verfügt über Werksstandards, die die Arbeitsverfahren und Schulungsanforderungen für die Sicherheit am Arbeitsplatz, Lebensmittelsicherheit und Hygiene darlegen. Unter anderem sind in allen Produktionsstätten Sicherheitschuhe sowie angemessene Arbeitskleidung einschließlich Kälteschutz und Warnwesten vorgeschrieben.

Alle Betriebe werden jährlich vom HelloFresh-Team für Lebensmittelsicherheit und Qualitätssicherung hinsichtlich der Einhaltung von Vorschriften überprüft. Jede Einrichtung verfügt über einen verantwortlichen Leiter für Gesundheit, Arbeitsschutz und Umwelt. Einige Niederlassungen haben zudem einen speziellen Schulungsleiter. Externe Fachberater bieten zusätzliche Unterstützung.

Wir messen unseren Gesundheits- und Sicherheitsstatus an allen Standorten anhand der Kennzahlen der Lost Time Injury (LTI)-Rate und der Anzahl der Tage seit dem letzten

Unfall. Sämtliche Unfälle und Beinahe-Unfälle werden vor Ort gemeldet. Diese Vorfälle werden dann insbesondere im Hinblick auf die Grundursachen und die Maßnahmen zur proaktiven Prävention überprüft, um eine Wiederholung zu vermeiden.

Viele Niederlassungen unterstützen die Sicherheit am Arbeitsplatz und die Lebensmittelsicherheit durch zusätzliche Sensibilisierungskampagnen vor Ort. In Australien und Neuseeland gibt eine Plakatkampagne Tipps für Dehnungs- und Aufwärmübungen am Arbeitsplatz und ruft wichtige Sicherheitstipps in Erinnerung.

In unseren Niederlassungen in Berlin und Sydney werden Erste-Hilfe- und Brandschutzkurse für alle Mitarbeiter angeboten. Jede HelloFresh-Einrichtung sorgt außerdem dafür, dass ein Großteil der Mitarbeiter in Erster Hilfe und Brandschutz zertifiziert ist.

Mitarbeiterförderung

HelloFresh wächst weiter und möchte, dass die Mitarbeiter mit uns wachsen. Während unserer gesamten Entwicklung als Unternehmen haben wir Mitarbeitern aller Alters- und Erfahrungsstufen die Möglichkeit gegeben, ihre beruflichen Fähigkeiten auszubauen.

Wo immer es möglich ist, wählt HelloFresh Führungskräfte intern aus und fördert sie. Gegenwärtig sind mehr als 50 % der Leitungspositionen auf der Ebene Director und darüber mit Personen besetzt, die bereits bei HelloFresh gearbeitet haben. An allen unseren Produktionsstandorten weltweit arbeiten wir systematisch an der Auswahl von Teammitgliedern, die für eine Beförderung geeignet sind. Zum Beispiel kann ein Mitarbeiter ein leitender Mitarbeiter werden, der eine kleine Gruppe betreut, um dann zum Abteilungsleiter mit Verantwortung für 20 bis 30 Mitarbeiter befördert zu werden.

Jeder HelloFresh-Mitarbeiter unterliegt einem regelmäßigen, transparenten Zyklus eingehender Leistungsüberprüfungen. An einigen Standorten umfasst dies sowohl eine Überprüfung zur Jahresmitte als auch zum Jahresende sowie eine regelmäßige Beurteilung durch gleichrangige Mitarbeiter.

Bei HelloFresh hört der Lernprozess nie auf. Über das Emerging Leaders Program (ELP) in den USA und das Future Leaders Program (FLP) in allen anderen Märkten werden Spitzenkräfte ermittelt und mit Mentoren- und Leitungsfunktionen in spezifischen Projekten betraut.

Eines unserer FLP-Teams hat ein neues Fast-Stream-Programm entwickelt, um Spitzenabsolventen von führenden Universitäten anzuwerben und ihnen einen Weg ins Management zu ermöglichen, während sie im gesamten Unternehmen turnusmäßig alle Bereiche des Geschäfts kennen lernen.

Eines der wichtigsten Projekte des ELP im Jahr 2019 war das „Diversity & Inclusion Leadership Project“, in dem eine funktionsübergreifende Strategie zur Gewinnung und langfristigen Bindung einer vielfältigen Belegschaft entwickelt wird. Dazu gehören ausführliche Beratungen und Beiträge von wichtigen Führungskräften, aus dem operativen Geschäft, dem



über 50%
der offenen
Führungs-
positionen
intern besetzt

(Associate Director and above)

Marketing und dem Arbeiterteam. Darüber hinaus wurde 2019 in Berlin das Leadership@HF-Programm ins Leben gerufen, um unsere Führungskräfte mit dem Wissen und den Fähigkeiten auszustatten, die sie benötigen, um das Beste aus ihren Teams herauszuholen.

Bei einer Veranstaltung anlässlich der Brand Days in der Berliner Zentrale haben wir Vorschläge unserer Mitarbeiter gesammelt und analysiert, wie HelloFresh seine Nachhaltigkeit weiter verbessern könnte. Es wurden mehr als 800 Vorschläge mit Bezug auf unsere Mitarbeiter, unsere Community und unseren Planeten gemacht. Die Vorschläge trugen dazu bei, das Spektrum der in diesem Bericht behandelten Themen zu gestalten.

Unsere Community

“Als größter Anbieter von Kochboxen weltweit haben wir die Verantwortung, unseren Einfluss zum Wohl der Communitys einzusetzen, in denen wir tätig sind.”

Thomas Griesel, Gründer und CEO, HelloFresh International

HelloFresh ist der größte Anbieter von Kochboxen weltweit, sodass für uns in vielerlei Hinsicht die ganze Welt unsere Community ist. Wir versuchen, unseren Communitys über ein umfangreiches Lieferantennetzwerk, Unternehmensinitiativen und die Einbindung unserer Mitarbeiter etwas zurückzugeben.

Arbeitsbedingungen bei unseren Lieferanten

Dank seiner mehr als 1.500 Lieferanten auf der ganzen Welt konnte HelloFresh 2019 mehr als 280 Millionen Mahlzeiten ausliefern.

Wir stellen sicher dass unsere Lieferanten ihren eigenen Mitarbeitern angemessene Gesundheits-, Sicherheits- und Arbeitsbedingungen in Übereinstimmung mit Menschenrechtsstandards bieten. Im Laufe des Jahres 2019 haben wir ein strengeres Zulassungs- und Managementverfahren für Lieferanten eingeführt, das derzeit in allen Ländern außerhalb der USA umgesetzt wird. Darin wird standardisiert, wie wir Lieferanten auswählen, genehmigen und an Bord holen.

HelloFresh erwartet zudem von allen Lieferanten, dass sie sich an die Prinzipien und Standards halten, die im HelloFresh-Ver-

haltenskodex festgelegt sind. Sollten wir in unserer Lieferkette auf unethische Arbeitspraktiken wie Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Menschenhandel aufmerksam werden, betrachten wir das als Grund, die Geschäftsbeziehung zu beenden, und melden diese Aktivitäten den zuständigen Behörden.

Im Jahr 2019 trat HelloFresh UK offiziell der SEDEX bei, einem globalen Verband von 60.000 Versorgungsunternehmen, die sich dazu verpflichten, ihre Tätigkeiten in Bezug auf Arbeitsrechte, Gesundheits- und Sicherheitsstandards, Umwelt und Geschäftsethik zu kontrollieren. Derzeit sind 55 % unserer Lieferanten in Großbritannien Mitglieder. Wir halten auch unsere Lieferanten in anderen Märkten aktiv dazu an, sich der Initiative anzuschließen.



Lebensmittelsicherheit und -qualität

HelloFresh überwacht seine Geschäftstätigkeit ständig, um sicherzustellen, dass sie seinen hohen Standards entspricht. Diese Standards setzen sich aus intern definierten Anforderungen sowie aus den geltenden Gesetzen zur Lebensmittelsicherheit zusammen. In vielen Bereichen übertreffen wir diese Anforderungen sogar – ganz im Sinne unserer Strategie zur Lebensmittelsicherheit, mehr als nur gesetzeskonform zu sein.

Die HelloFresh-Teams für Lebensmittelsicherheit und Qualitätssicherung (Food Safety and Quality Assurance / FSQA) etablieren eine Kultur der hervorragenden Lebensmittelsicherheit und -qualität in allen unseren Märkten. Diese Teams werden von erfahrenen Managern mit vielen Jahren Berufserfahrung geleitet. Ihre jeweilige Aufgabe stellt die Einhaltung unserer klar definierten Prozesse sicher und sie tauschen bewährte Praktiken im gesamten System der Lebensmittelversorgung aus. In unseren Lieferzentren gibt es Verfahren zur Prüfung eingehender Waren anhand vereinbarter Standards, und die FSQA-Teams führen regelmäßig unabhängige Bewertungen nach einem von HelloFresh entwickelten Prüfungsstandard durch.

Lebensmittelsicherheit und Qualitätssicherung spielen ebenfalls eine wichtige Rolle in unserem Lieferanten-Zulassungsprogramm. HelloFresh verlangt von seinen Lieferanten nicht nur die Erfüllung hoher Aufnahmeanforderungen, sondern auch, dass sie ihre von der Global Food Safety Initiative (GFSI) anerkannte Zertifizierung nachweisen oder sich einem HelloFresh-Audit unterziehen, der an diesem Standard gemessen wird. Die FSQA-Teams von HelloFresh stehen in regelmäßigem Kontakt mit unseren Lieferanten und führen zusätzliche Kontrollen durch, um die Lebensmittelsicherheit und -qualität weiter zu erhöhen. In diesem

Zusammenhang stellen wir alle unsere Produktlieferanten auf eine Global GAP-Zertifizierung oder eine gleichwertige Zertifizierung um. Die Temperaturkontrolle ist von zentraler Bedeutung für die Qualität und Sicherheit unserer Zutaten. Wir prüfen regelmäßig die Temperaturen in unserer gesamten Lieferkette, auch während des Transports zum Kunden. Ferner erarbeitet unser internationales Testlabor eine Vielzahl von Szenarien und Verpackungskonzepten, um sicherzustellen, dass die Boxen bei optimalen Temperaturen beim Kunden ankommen.

HelloFresh sammelt und analysiert regelmäßig FSQA-Datenpunkte, um potenzielle Trends zu erkennen und aktiv Verbesserungen voranzutreiben. Um sicherzustellen, dass unsere Prozesse und Systeme das FSQA-Team unterstützen, haben wir eine Partnerschaft mit einem führenden Unternehmen für Qualitätsmanagementsysteme geschlossen, das eine Plattform für den Austausch von Daten über Inhaltsstoffe mit unseren Lieferanten bietet. Das System kann auch Kategorien der Lieferkette abbilden, um besser zu verstehen, wie und wo wir mit unseren Lieferanten interagieren.

Die Funktion des FSQA wurde in den letzten 18 Monaten durch die Einrichtung eines internationalen FSQA-Teams erweitert, wodurch die Einhaltung der Vorschriften und das strategische Denken in diesem Bereich noch weiter gestärkt wurden. Wir halten jährliche FSQA-Treffen ab, um Wissen und bewährte Verfahren aus allen HelloFresh-Betrieben auch mit Branchenexperten auszutauschen, die eingeladen sind, Vorträge über die neuesten technologischen und praktischen Lösungen im Bereich der Lebensmittelsicherheit zu halten.

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

HelloFresh widmet sich der Verhinderung jeglicher Form von Korruption oder Bestechung im Rahmen seiner Geschäftstätigkeiten. Unser Verhaltenskodex enthält klare Richtlinien zur Korruptionsbekämpfung. Er verbietet es den Mitarbeitern von HelloFresh strengstens Geld, Vorteile, besondere Dienstleistungen, Geschenke oder andere Wertgegenstände als Gegenleistung für die Erlangung oder Sicherung eines Vertrages/Bestellung für HelloFresh

oder den betreffenden Geschäftspartner anzubieten oder anzufordern. Es gilt auch für andere Vorteile jeglicher Art und legt klare Kriterien für die Identifizierung und Bewertung von problematischen Transaktionen fest. Der Verhaltenskodex wurde allen Mitarbeitern mitgeteilt und ist auf der Website von HelloFresh verfügbar. Unser Risikomanagement-Team überwacht und meldet alle potenziellen Risiken bezüglich der Einhaltung dieser Richtlinien.

Privatsphäre von Kunden und Datenschutz

Als Online-Unternehmen ist uns der Schutz der personenbezogenen Daten unserer Kunden und Mitarbeiter ein zentrales Anliegen. HelloFresh verfügt über eine Reihe von technischen und organisatorischen Sicherheitsmaßnahmen und Richtlinien, die dazu beitragen, alle im Besitz des Konzerns befindlichen personenbezogenen Daten zu schützen. Wir arbeiten ständig an weiteren Verbesserungen, um zu gewährleisten, dass die Daten so sicher wie möglich erhoben, gespeichert und verarbeitet werden.

HelloFresh hat eine Informationssicherheitsrichtlinie implementiert. Alle Mitarbeiter sind verpflichtet, ein E-Learning-Training zum Thema Datenschutz mit einem abschließenden Test zu absolvieren.

Wir führen in Übereinstimmung mit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) Systeme zur Automatisierung der Bearbeitung von Kundenanfragen zum Datenschutz, wie z. B. die Löschung von personenbezogenen Daten, ein. Alle Beschwerden in puncto Datenschutz werden vom Datenschutzexperten von HelloFresh zusammen mit einem externen Datenschutzbeauftragten bearbeitet. Sowohl unsere internen als auch externe Datenschutzexperten berichten direkt an den Vorstand der HelloFresh SE.

Die allgemeinen IT-Kontrollen werden regelmäßig von unserer internen Auditgruppe geprüft, und unser Datensicherheitsteam führt einen Überprüfungsprozess von Drittanbietern durch, um den Sicherheits- und Datenschutzstatus aller neu hinzugekommenen Anbieter zu bewerten.



Aufklärung von Jugendlichen über die Vorteile frischer Lebensmittel

HelloFresh verändert die Art und Weise, wie Menschen essen. Daher tragen viele unserer Bemühungen in der Community dazu bei, dass Kinder verstehen und schätzen lernen, woher ihr Essen kommt.

2019 hat sich HelloFresh im Rahmen der Initiative „GemüseAckerdemie“ zu einer dreijährigen Unterstützung eines Schulgartens in Deutschland verpflichtet. Die Kinder der ausgewählten Schule durchlaufen jedes Jahr ein Drei-Phasen-Programm, das die Planung, Bepflanzung und Pflege eines Gartens auf dem Schulgelände und die anschließende Ernte umfasst. Das Programm stellt alle Hintergrundmaterialien, Saatgut und Werkzeuge zur Verfügung und ermöglicht Kindern sich besser und tiefgründiger mit der Herkunft ihrer Lebensmittel auseinanderzusetzen.

In Kanada haben sich einige unserer Kunden dafür entschieden, den Wert ihrer nicht in Anspruch genommenen Kochboxen während der Feiertage zu spenden. Zusammen mit einem Zuschuss von HelloFresh helfen diese Mittel, Gartenflächen für Schulen im ganzen Land zu schaffen. Im Jahr 2019 bezuschusste HelloFresh Canada die École Saint-Grégoire-le-Grand in Montreal und die Sentinel Secondary School in West Vancouver, um die Schaffung von Grünflächen im Freien für ihre Schulen zu unterstützen.

HelloFresh-Mitarbeiter aus Australien und Neuseeland nahmen am 14 km langen City2Surf-Lauf in Sydney teil, der am kultigen Bondi Beach endete. Das gesammelte Geld kam der Stephanie Alexander Kitchen Garden Foundation zugute, die Ernährungsschulungen anbietet und Kindern durch spielerisches, praktisches Lernen positive Ernährungsgewohnheiten beibringt.

Engagement in der Community

Ob sie nun ehrenamtlich für das Felix Project in Großbritannien oder bei der FoodBank Australia tätig sind – die Mitarbeiter von HelloFresh zeigen ihren Gemeinschaftssinn, indem sie direkt dort tätig werden, wo sie leben und arbeiten. Wir sind stolz auf das Engagement unserer Mitarbeiter in globalen Initiativen wie Movember und September sowie in regionalen Initiativen wie dem London-Marathon und dem Radrennen MS Sydney-Gong. In den USA nahmen die Mitarbeiter am New Yorker HousingWorks Clothing Drive, am There with Care Drive in Colorado und am PAWS Fundraising Drive in Phoenix teil. Sie widmeten ihre Zeit auch dem Nashville Food Project, der Greater Newark Conservancy sowie den Suppenküchen und Lebensmittelbanken im ganzen Land.

In einigen unserer Märkte haben Kunden die Möglichkeit, den Geldwert ihrer Kochboxen während der Ferienzeit einer bestimmten Wohltätigkeitsorganisation zu spenden. Kunden in Australien spendeten den Wert von 1.959 Boxen – das sind mehr als 166.000 AUD – direkt an die FoodBank Australia.

Drei Wochen lang, im Dezember 2019 und Januar 2020, gab HelloFresh in den Niederlanden den Kunden die Möglichkeit,

den Wert ihrer Boxen an UNICEF zu spenden, anstatt ihr Abo zu unterbrechen. Dies brachte 42.919 Euro an Spendengeldern ein. Kunden, die für eine frühere UNICEF-Kampagne gespendet hatten, bekamen darüber hinaus einen Weihnachtssrabatt für HelloFresh-Kochboxen. In Belgien nahm HelloFresh an der nationalen Vorweihnachtskampagne „De Warmste Week“ (die wärmste Woche) teil, bei der die Kunden „die wärmste Suppe“ für ihre Kochbox auswählen konnten, wobei der Erlös dieser Auswahl an den belgischen Verband der Lebensmittelbanken ging.

Ebenfalls während der Weihnachtszeit 2019 spendeten US-Kunden 393.578 US-Dollar an unsere Partner-Lebensmittelbanken. HelloFresh selbst spendete zu Thanksgiving 3.000 Portionen Kartoffelpüree und Preiselbeersauce an die Stadt Newark für ihre jährliche Wohltätigkeitsveranstaltung „Believe in Newark“.

52 Mitarbeiter des HelloFresh-Hauptsitzes in Berlin nahmen an „Kinderzukunft Weihnachtspäckchen“ teil, einer Initiative zum Versand von Geschenken an benachteiligte Kinder in Bosnien, Rumänien und der Ukraine.

Blick auf die Zukunft

Wir bei HelloFresh verändern die Art und Weise, wie Menschen essen. Dies heißt nicht nur, die Zubereitung von Mahlzeiten zu verbessern. Es bedeutet die Schaffung einer neuen Lieferkette, die den Planeten und seine Menschen respektiert. Es geht außerdem darum, die Nachhaltigkeit unseres innovativen Geschäftsmodells zu gewährleisten, insbesondere im Hinblick auf die wichtigsten Umweltthemen wie die Reduzierung von Lebensmittelabfällen, die Senkung der CO₂-Emissionen, die Minimierung von Verpackungen und die nachhaltige Beschaffung von Zutaten. Dieses Dokument soll den Maßstab für die Nachhaltigkeitsberichterstattung im rasch expandierenden Kochboxen-Sektor setzen.

Mit Blick auf die Zukunft wird HelloFresh seine Kontrollen auf alle wichtigen Nachhaltigkeitsindikatoren ausweiten und vertiefen. Wir werden weiterhin ein Unternehmen betreiben, das ein angenehmer Arbeitsplatz für alle ist. Ferner werden wir unsere Investitionen in die Gesundheit, das Wohlbefinden und die Entwicklung unserer Mitarbeiter und unserer Communitys ausweiten.

Dieses Engagement stützt sich nicht nur auf das, was unsere Kunden, Mitarbeiter und Stakeholder von uns verlangen. Vielmehr sind wir davon überzeugt, dass wir damit das Richtige tun.

