



Nachhaltigkeitsbericht 2020



Vorwort unseres Gründers und CEOs HelloFresh International, Thomas Griesel

Das Jahr 2020 war in mehr als einer Hinsicht außergewöhnlich. Eine Tatsache, die auch beim Blick auf unsere Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit im letzten Jahr nicht unerwähnt bleiben kann. Unser Ziel besteht darin, die Art und Weise wie Menschen essen, grundlegend zu verändern – und angesichts der aktuellen Situation war es für die Welt nie wichtiger, neue Wege zu erschließen, um frische, hausgemachte Mahlzeiten genießen zu können.

Dringender denn je haben Menschen im Jahr 2020 eine Möglichkeit benötigt, sicher und komfortabel an frische Zutaten zu gelangen. Eine Möglichkeit, die wir unseren Kund:innen bieten. Doch mit dem Wachstum, das wir erleben durften, ist auch unsere Verantwortung gewachsen. Aus diesem Grund haben wir uns im letzten Jahr weiterhin konsequent auf Fortschritte konzentriert, die im Einklang mit unserer Nachhaltigkeitsagenda stehen.

Dass wir weltweit zum ersten klimaneutralen Anbieter von Kochboxen geworden sind, zählt zu unseren bedeutendsten Meilensteinen (und zu denen, auf die ich besonders stolz bin). Indem wir 100 Prozent unserer direkten CO₂-Emissionen kompensiert haben, sind wir für unsere Kund:innen zur umweltfreundlichen Kochbox ihrer Wahl geworden.

Ein weiterer zentraler Aspekt unserer Nachhaltigkeitsbemühungen 2020 war die Stärkung unsere Lieferkette. Unsere schlanke Lieferkette reduziert maßgeblich Kohlenstoffemissionen und Lebensmittelverschwendung. Im letzten Jahr hat sie uns zudem ermöglicht, effizient auf die herausfordernden Gegebenheiten in Folge der Pandemie zu reagieren.

Im Rahmen des diesjährigen Berichts versprechen wir außerdem, unsere Maßnahmen zur Kontrolle aller wesentlichen Nachhaltigkeitsindikatoren auszuweiten. Damit stellen wir sicher, unsere Auswirkungen auf die Umwelt insgesamt noch weiter zu reduzieren. Infolgedessen haben wir uns zwei sehr ambitionierte Ziele gesetzt: Im Zeitraum von 2019 bis 2022 senken wir die CO₂-Emissionen unserer Produktionsstätten um 60 Prozent pro Euro Umsatz und reduzieren die Lebensmittelverschwendung in unseren Betriebsstätten um 50 Prozent pro Euro Umsatz. Diese Ziele betreffen zwei der wichtigsten und bedeutsamsten Aspekte der Nachhaltigkeit. Sie stellen einen notwendigen Rahmen dar, um unsere Bemühungen signifikant voranzutreiben und ermöglichen es uns, Standards für die Messung weiterer Umweltbelange zu setzen.

Unsere Nachhaltigkeitsziele beschränken sich jedoch nicht nur auf unsere Auswirkungen auf die Umwelt. In diesem Bericht heben wir zudem hervor, wie wir das Wohlergehen all unserer Stakeholder sicherstellen, einschließlich unserer Belegschaft, unseres Netzwerks an Lieferant:innen, unserer Kund:innen und der lokalen Communitys. Uns ist es besonders wichtig, sichere und integrative Arbeitsbedingungen für alle zu schaffen, ethisch vertretbares Handeln zu fördern und Datenschutz



zu gewährleisten. Wenngleich diese Themen für uns bereits in der Vergangenheit eine essenzielle Rolle gespielt haben, hat uns das Jahr 2020 mehr denn je verdeutlicht, dass wir uns außergewöhnlich hohe Standards setzen müssen – und diesen entsprechend nachzukommen haben.

Mit dem zunehmenden Geschäftswachstum von HelloFresh wächst auch unsere Verantwortung gegenüber unserem Planeten, unserer Mitarbeitenden und unserer Community. Wir nehmen diese Verantwortung sehr ernst und behalten sie bei allem, was wir als Unternehmen tun, stets im Hinterkopf. Weltweit stellen unsere Teams aus Nachhaltigkeitsexpert:innen an unseren Standorten sicher, dass wir dieses Versprechen einhalten – in einer Weise, die transparent und vor allem messbar ist. Ich freue mich, Ihnen die neuesten Fortschritte unserer Bemühungen in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2020 vorstellen zu dürfen.

Thomas Griesel

Zum Nachhaltigkeitsbericht 2020

Der vorliegende Bericht legt die Nachhaltigkeitsstrategie von HelloFresh sowie die damit verbundenen Maßnahmen dar, einschließlich relevanter Leistungskennzahlen. Er 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 2020.

Folgende Marken gehören zu HelloFresh: HelloFresh, Green Chef, EveryPlate, Factor und Chefs Plate. Im Jahr 2020 haben wir mehr als 600 Millionen Mahlzeiten an Kund:innen in 14 Ländern ausgeliefert.

HelloFresh betreibt ein E-Commerce-Mitgliedschaftsmodell mit wesentlichen Vorteilen gegenüber anderen E-Commerce-Unternehmen. Unser Geschäftsmodell bietet ein hohes Maß an Flexibilität, wodurch unsere Kund:innen unterschiedlichen Nutzungsmustern folgen. Zudem bietet die Lieferkette von HelloFresh eine effiziente und umweltfreundlichere Alternative zur konventionellen Lieferkette von Lebensmitteln. Weitere detailliertere Informationen zum Geschäftsmodell von HelloFresh sind dem Abschnitt 1.1 unseres Geschäftsberichts für das Jahr 2020 zu entnehmen.

Berichtsrahmen

Unser Nachhaltigkeitsbericht 2020 folgt keinen spezifischen Berichtsstandards. Die Schwerpunkte und Themen dieses Berichts wurden anhand von Wesentlichkeitskriterien ausgewählt, die im Folgenden näher erläutert werden.

Der vorliegende Bericht enthält Ziele zur Reduktion unserer Auswirkungen auf die Umwelt. Ausgehend von den wesentlichen Themen haben wir die wichtigsten Kennzahlen bestimmt: die Reduktion der CO₂-Emissionen und der Lebensmittelverschwendung gemessen am Umsatz. Mit zunehmendem Wachstum unseres Geschäfts könnten in 2021 und darüber hinaus weitere Kennzahlen relevant und messbar werden. Wir werden diese Kennzahlen in zukünftige Nachhaltigkeitsberichte miteinbeziehen.

Darüber hinaus werden wir die Berichtsstandards der EU-Taxonomie-Verordnung umsetzen, sobald diese 2022 in Kraft tritt. Die Verordnung wird die Einheitlichkeit und Vergleichbarkeit zwischen Unternehmen sicherstellen.

Wesentlichkeitsanalyse

Wir suchen stets nach Möglichkeiten, unsere Transparenz gegenüber und den Dialog mit unseren Stakeholdern zu verbessern. Aus diesem Grund haben wir in diesem Bericht die Ergebnisse einer detaillierten Wesentlichkeitsanalyse von Nachhaltigkeitsthemen für HelloFresh dargelegt. Wir haben mögliche Themen und Bereiche unserer Nachhaltigkeitsbemühungen sowie deren positive und negative Auswirkungen mithilfe unserer Stakeholder analysiert. Unsere Wesentlichkeitsanalyse basiert auf verschiedenen Methoden, einschließlich interner Datenanalysen,

fundierter Insights, Interviews und Workshops. Nachhaltigkeitsthemen sind ebenfalls ein wichtiger Teil unserer Kund:innenbefragungen und unseres Kunden:innenservice sowie der Zufriedenheitsumfragen unter Mitarbeitenden und Interviews der Investor:innen.

Wir haben unsere Kund:innen, Mitarbeitenden, Führungskräfte, Investor:innen und Lieferant:innen gebeten, uns für sie relevante Themen mitzuteilen. Zudem wollten wir von ihnen wissen, wie HelloFresh in diesen Bereichen zu einem nachhaltigeren Unternehmen werden kann.

Darüber hinaus haben wir zwei Workshops durchgeführt, um Feedback von Expert:innen aus der Lebensmittelbranche aus zehn verschiedenen Ländern zu erhalten. Darunter waren Vertreter:innen von NGOs, akademischen Einrichtungen, Think-Tanks und Nachhaltigkeitsberatungen sowie unserer Lieferant:innen. Wir haben mehr als dreißig Nachhaltigkeitsexpert:innen befragt, die uns gezielt Feedback geben konnten. Sie machten zudem Vorschläge zu unseren Fortschritten und zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Auf Basis der Workshops haben wir wesentliche Bereiche identifiziert, die es zu optimieren gilt, darunter: Treibhausgas- und Kohlenstoffemissionen, nachhaltige Verpackungen, Lebensmittelverschwendung, Aufklärung der Kund:innen sowie Lebensmittelqualität und -sicherheit.

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse haben wir Fokusthemen für diesen Bericht definiert. Die drei Kapitel dieses Berichts spiegeln die Bedeutung wider, die die einzelnen Themen für die analysierten Stakeholder-Gruppen haben. Zu den wichtigsten Umweltbelangen zählen die Reduktion der CO₂-Emissionen, Lebensmittelverschwendung, Verpackungen sowie die nachhaltige Beschaffung von Zutaten und Tierwohl. Diese Themen und unsere Bemühungen beleuchtet das Kapitel „Unser Planet“.

Das zweite Oberthema betrifft soziale Fragen, darunter unsere Reaktion auf die COVID-19-Pandemie, Menschenrechtsthemen, Arbeitsbedingungen, Diversität der Mitarbeitenden und Integration. Diese und weitere Themen werden im Kapitel „Unsere Mitarbeitenden“ beschrieben.

Im Kapitel „Unsere Community“ befassen wir uns mit Themen, die im direkten Zusammenhang mit unseren verschiedenen externen Stakeholdern stehen, wie etwa die mehrstufige Unterstützung unserer lokalen Communitys, die Arbeitsbedingungen unserer Lieferant:innen und die Korruptionsbekämpfung sowie weitere angrenzende Themen.

Die durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse der Nachhaltigkeitsthemen spiegelt nicht nur eine adäquate Sicht auf die von unseren Stakeholdern gewünschten Informationen in diesem Bericht wider. Sie hilft uns auch, unsere Vision von Nachhaltigkeit für die kommenden Monate und Jahre zu gestalten.

Risikomanagement, Einbindung des Vorstands und gesetzliche Grundlagen

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. Dadurch definieren wir zum einen potenzielle Risiken und zum anderen Maßnahmen, die wir ergreifen, um diese zu mindern.

Risiken hinsichtlich Strategie und Konjunkturzyklus

Wir bewegen uns in einem kompetitiven Umfeld, das sowohl aus direkten als auch aus indirekten Wettbewerber:innen besteht. HelloFresh minimiert dieses Risiko durch kontinuierliche Investitionen und Verbesserungen unseres Produktangebots, Investitionen in die Datenerfassung, die Softwareentwicklung und unser hochmodernes Netzwerk von Produktionsstandorten sowie durch Größenvorteile und die Stärkung der Beziehungen zu unseren Kund:innen.

Im Falle weitreichenderer Risiken, wie zum Beispiel einer weltweiten Rezession, erstellt HelloFresh Szenarioanalysen. Dadurch können wir besser nachvollziehen, welche Auswirkungen bestimmte wirtschaftliche Veränderungen und das damit einhergehende Verhalten von Kund:innen auf unser Geschäft haben. Anschließend legen wir die Maßnahmen fest, mit denen wir diesen Auswirkungen entsprechend begegnen können. Ein großer Vorteil des Geschäftsmodells von HelloFresh ist die weitgehend variable Kostenbasis, die wir je nach Geschäftsentwicklung schnell nach oben oder unten skalieren können.

Risiken hinsichtlich Lebensmittelsicherheit und Compliance

Der direkte Verkauf von frischen Lebensmitteln an Verbraucher:innen ist der Kern unseres Geschäftsmodells. Demnach unterliegen wir einer Reihe von Gesetzen und Vorschriften, und sind Risiken in Bezug auf Gesundheit, Sicherheit sowie korrekter Kennzeichnung von Allergenen ausgesetzt.

Konkret könnte ein solches Risiko darin bestehen, dass Verbraucher:innen geschädigt oder Produkte aufgrund verunreinigter Lebensmittel zurückgerufen werden. Um derartige Risiken zu minimieren, haben wir zahlreiche Prozesse und Verfahrensweisen etabliert. Dazu gehören ein datengestütztes Managementverfahren sowie ein standardisierter Zulassungsprozess für Lieferant:innen. Zudem testen wir sämtliche eingehenden Lebensmittel in unseren Vertriebszentren und halten uns während der Produktions- und Verpackungsprozesse an strenge Standards für Lebensmittelsicherheit und Hygiene. Darüber hinaus verfügen wir über klar definierte Rückrufpläne, sowie Leitfäden für das Krisenmanagement und Eskalationsprozesse.

Operative Risiken

Abhängigkeit von Neukundenakquise für Wachstum

Unser Wachstum hängt maßgeblich von der Akquise neuer Kund:innen ab. Um unser Produkt kontinuierlich zu optimieren und für ein möglichst breites Segment an Verbraucher:innen interessant zu gestalten, nutzt HelloFresh Daten, wie zum Beispiel Rezeptbewertungen. Wir entwickeln zudem unser Produktportfolio konstant weiter, basierend auf Kund:innen-Feedback und externen Marktstudien.

Mögliche Pandemien und COVID-19

Pandemien, wie COVID-19, stellen sowohl für unsere Mitarbeitenden in der Produktion und im Büro eine Gefahr dar als auch für unsere bedarfsorientierte Lieferkette. Wir haben strenge Hygienestandards in all unseren Standorten und Vertriebszentren eingeführt, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden sicherzustellen. In den meisten Märkten beziehen wir essenzielle Zutaten von mehr als einer Lieferant:in, um Störungen in der Lieferkette zu vermeiden. Durch diese Maßnahmen vermeiden wir Störungen in unseren Betriebsabläufen.

Klimawandel

Wenngleich wir weiterhin daran arbeiten, unsere Umweltbelastungen im Kampf gegen den Klimawandel zu reduzieren, stellen extreme Wetterphänomene, wie Hitzewellen und Überschwemmungen, dennoch eine Gefahr für unsere Lieferkette dar. Um diese Risiken zu minimieren und Engpässe zu verhindern, verfügen wir über ein umfangreiches Netzwerk an Lieferant:innen, das sich über mehrere Regionen erstreckt. Wir nutzen zudem innovative Verpackungslösungen und Kurzzeit-Kühlzonen in unseren Vertriebszentren, um unsere Zutaten auch bei extremen Temperaturen frisch zu halten.

Einbindung des Vorstands

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

Um Verantwortlichkeit für unsere kontinuierlichen Nachhaltigkeitsbemühungen auf den obersten Führungsebenen zu gewährleisten, hat HelloFresh Thomas Griesel, Co-CEO & Mitgründer von HelloFresh, formell zum Vorstandsbeauftragten für Umwelt-, Sozial- und Corporate-Governance-Themen ernannt. Im Jahr 2020 haben wir außerdem einen eigenen ESG-Ausschuss innerhalb des Aufsichtsrats eingerichtet.

Inhaltsverzeichnis

HelloFresh: Nachhaltigkeit in Zahlen	6
---	----------

Unsere Planet

Der weltweit erste klimaneutrale Anbieter von Kochboxen.....	11
Lebensmittelverschwendung und Treibhausgasemissionen.....	11
CO ₂ -Fußabdruck.....	12
Interview mit Thomas Griesel: Setting targets for 2021 and beyond.....	18
Lebensmittelverschwendung.....	19
Verpackung.....	21
Nachhaltige Beschaffung von Zutaten.....	25

Unsere Mitarbeitenden

Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden.....	27
Psychisches und physisches Wohlbefinden der Mitarbeitenden.....	29
Diversität unserer Mitarbeitenden.....	29
Interview mit Kasia Feng: Unser integrativer Einstellungsprozess.....	31
Förderung unserer Mitarbeitenden.....	33

Unsere Community

Richtlinie zum Ethischen Handel.....	34
Spenden.....	35
Einbindung und Aufklärung unserer Community.....	36
Bekämpfung von Korruption und Bestechung.....	37

Blick auf die Zukunft	38
------------------------------------	-----------

HelloFresh: Nachhaltigkeit in Zahlen

HelloFresh hat 2020 mehr als 601 Millionen Mahlzeiten ausgeliefert – mit dem Fokus darauf, unseren Kunden weltweit eine möglichst nachhaltige Kochbox anzubieten..

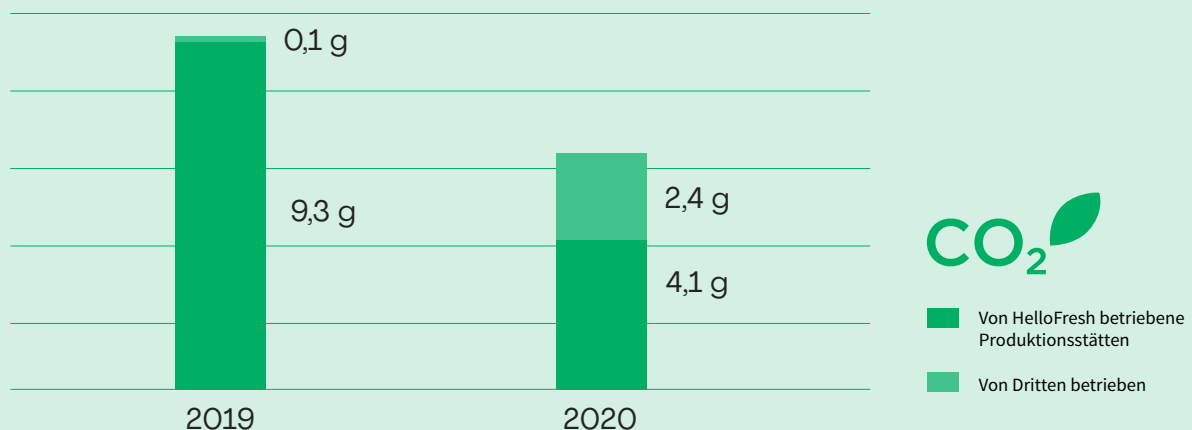
HelloFresh Geschäftstätigkeiten auf einen Blick

	2019	2020
Umsatz	1.809,0 Mio. €	3.749.9 Mio. €
CO ₂ -Emissionen	53.100 Tonnen	96.310 Tonnen
Lebensmittelverschwendung	1.103 Tonnen	1.328 Tonnen
CO ₂ -Emissionen unserer Produktionsstätten pro Euro Umsatz	9,3 g	4,1 g
Lebensmittelverschwendung pro Euro Umsatz	0,6 g	0,4 g

*Für das internationale Segment basieren die Daten auf Q4 2019.

CO₂-Emissionen

CO₂-Emissionen in Produktionsstätten pro Euro Umsatz*



* Einschließlich: Energie und Kraftstoffe in unseren Vertriebszentren, Büros und Datenspeicherung auf externen Servern.

CO₂-Emissionen in Tonnen pro Quelle

	2019	2020
Produktionsstätten*	16.777	15.521
Betriebsstätten*	1.569	4.603
Externe Produktion und Lagerung durch Dritte	98	8.950
Distributionslogistik***	31.473	65.846
Geschäftsreisen	3.182	1.391
CO ₂ e gesamt	53.100	96.310

* Vertriebszentren, ohne Logistikzentren. ** Büros, Datenspeicherung auf externen Servern und Logistikzentren.
 *** Flotten von HelloFresh und Dritten.

CO₂-Emissionen in Tonnen nach Scope

	2019	2020
Scope 1*	4.347	5.286
Scope 2, marktbasiert	12.881	14.756
Scope 2, standortbasiert	14.312	16.402
Scope 3**	35.872	76.268
CO ₂ e gesamt	53.100	96.310

*Kraftstoffe (TTW, für HelloFresh-Flotte und Produktion), Erdgas, F-Gas. **Standortbasiert, wenn kein marktbezogener Emissionsfaktor verfügbar.
 ***Kategorie 1: eingekaufte Produkte und Dienstleistungen (Lagerung bei Dritten und ausgelagerte Produktion, externe Server). Kategorie 3: Kraftstoff- und energiebezogene Leistungen (Kraftstoffherstellung und -verteilung, Verluste bei der Stromübertragung und -verteilung). Kategorie 4: Vorgelagerter Transport & Vertrieb (Ausgangslogistik Dritter; ohne Emissionen, die bereits von Transportunternehmen ausgeglichen wurden). Kategorie 6 - Geschäftsreisen (Geschäftsreisen der Mitarbeitenden).

Wie erfassen wir unsere Emissionen?

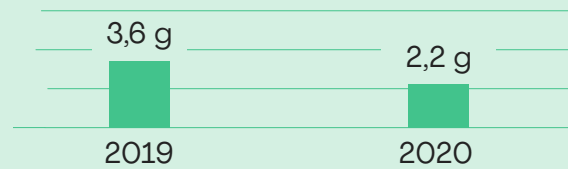
Wir erfassen unsere Emissionen gemäß des GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol, dt. Treibhausgasprotokoll) und unterscheiden in sogenannten Scopes. Zudem erfassen wir unsere CO₂-Emissionen anhand ihrer Quellen. Dieses Vorgehen orientiert sich stärker an unseren Betriebsabläufen. Die konventionelle Erfassung nach Scope bildet die Besonderheiten des Geschäftsmodells von HelloFresh nicht vollständig ab. Beispielsweise können wir die durch unsere Distributionslogistik verursachten Kohlenstoffemissionen von Scope 3 zu Scope 1 und 2 verlagern, wenn wir statt externer Lieferpartner:innen unsere eigene Flotte nutzen. Die Wiedereingliederung der Logistik bietet zahlreiche Vorteile in Bezug auf die Nachhaltigkeit – etwa indem wir Verpackungsmaterial einsparen und den Einsatz von mit Ökostrom betriebenen Elektrofahrzeugen weiter ausbauen. Aus diesem Grund haben wir uns dazu entschieden, unsere Ziele und Strategie zur Reduktion basierend auf der Quelle der CO₂-Emissionen festzulegen, anstatt auf Grundlage der verschiedenen Scopes. Der CO₂-Fußabdruck (Scope 1, 2 und Scope 3) von HelloFresh Corporate für das Jahr 2020 wurde vom TÜV Rheinland gemäß dem GHG Protocol: 2004 zertifiziert.

Lebensmittelabfall

Lebensmittelverschwendung
pro Euro Umsatz



Lebensmittelverschwendung
pro Mahlzeit



Verpackung

Verpackung pro Mahlzeit im Jahr 2020*



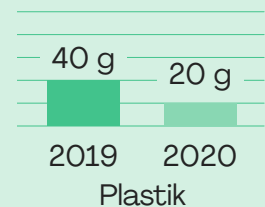
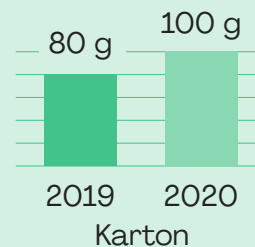
97 g Papier



38 g Plastik

* Geschätzte Werte basierend auf Daten aus 63 % unserer Märkte.

Verpackung pro Mahlzeit in Deutschland
und Österreich



Beschaffung von Zutaten



97,2% Fisch-/Meeresfrüchte-
Produkte nach Gewicht
gemäß ASC/MSC/BAP



96,4% Frischware gemäß
Global GAP oder GFSI oder
einer äquivalenten Zertifizierung



100% gemäß
UK SEDEX

Wasserverbrauch in unseren Betriebsstätten

Wasserverbrauch*



27.156
m³

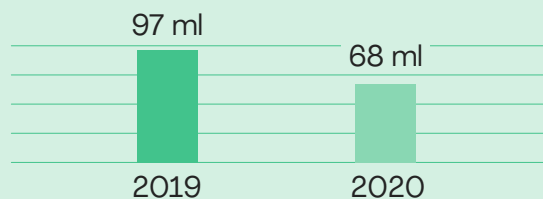
2019

41.085
m³

2020

* Gesamtverbrauch in den Betriebsstätten von HelloFresh ohne Vereinigte Staaten.

Wasserverbrauch pro Mahlzeit*



Unsere Mitarbeitenden

2019



Mehr als 5.300
Mitarbeitende weltweit

2020



11.860
Mitarbeitende weltweit



47% weibliche Angestellte



41% der Führungspositionen von
Frauen besetzt (Associate
Director und höhere Positionen)



86 Nationalitäten am
Hauptsitz in Berlin



mehr als 57 % der offenen
Führungspositionen intern besetzt
(Associate Director und
höhere Positionen)

Unser Planet

*Unsere Mission ist es, die Art, wie Menschen essen, zu verändern - für immer.
Das bedeutet auch, dass wir einen besseren Zugang zu nahrhaften,
frischen Zutaten auf eine nachhaltigere Weise anbieten.*

Nachhaltigkeit steht im Zentrum all unseres Handelns. Als weltweit führender Anbieter von Kochboxen nehmen wir unsere Auswirkungen auf die Umwelt sehr ernst. Dieser Bericht zeigt unsere Nachhaltigkeitsbemühungen des letzten Jahres auf und gibt Einblicke in einige unserer Pläne für die Zukunft.

Im Jahr 2020 haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht: HelloFresh wird der weltweit erste klimaneutrale Anbieter von Kochboxen. Wir haben uns dazu verpflichtet, sämtliche direkte CO₂-Emissionen zu kompensieren, die wir durch unsere internen Betriebsabläufe, Standorte und Lieferungen verursacht haben. Doch auch wenn die Kompensation eine hervorragende Maßnahme ist, konzentrieren wir uns darauf, Emissionen durch eine höhere Effizienz sowie der zunehmenden Nutzung von erneuerbarer Energie zu reduzieren.

Unsere innovative und schlanke Lieferkette ist per se schon nachhaltig. Sie vermeidet Lebensmittelabfälle, bezieht Zutaten möglichst regional und reduziert Kohlenstoffemissionen. Können wir den Ausstoß von

Emissionen nicht vermeiden, kompensieren wird diesen durch Investitionen in Umweltinitiativen. Hier arbeiten wir mit unseren Vertragspartner:innen TerraPass und Planetly.

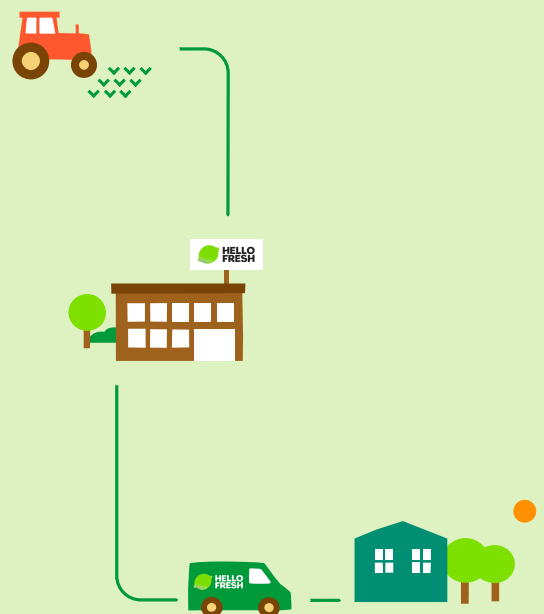
Unser Direct-to-Consumer-Geschäftsmodell ist eine nachhaltigere Weiterentwicklung des konventionellen Lebensmittelsystems. Es steht im Einklang mit mehreren der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN (SDGs). HelloFresh leistet insbesondere zu den folgenden vier Zielen einen entscheidenden Beitrag:

- Ziel 12 – Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion. HelloFresh fördert den sicheren und nachhaltigen Anbau von Nahrungsmitteln, unterstützt entsprechende Verarbeitungssysteme und mindert Lebensmittel- und Verpackungsabfälle.
- Ziel 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz. Die Betriebsabläufe von HelloFresh sind energieeffizient. Sie reduzieren Treibhausgasemissionen und kompensieren unvermeidbare Emissionen.

Herkömmliche Lieferkette



HelloFresh-Lieferkette



- Ziel 14 – Leben unter Wasser sowie Ziel 15 – Leben an Land. HelloFresh bezieht Inhaltsstoffe von zertifizierten Lieferant:innen, die Meeresressourcen und Ökosysteme an Land nachhaltig nutzen.

HelloFresh arbeitet kontinuierlich an innovativen Lösungen und der Verbesserungen im Bereich der Nachhaltigkeit: Wir erfassen und senken unsere CO₂-Emissionen, reduzieren und vermeiden Lebensmittelverschwendung, verringern und optimieren unsere Verpackungen und stellen eine verantwortungsvolle Beschaffung unserer Zutaten sicher.

Die COVID-19-Pandemie hat HelloFresh im Jahr 2020 mit beispiellosen Herausforderungen konfrontiert. Dennoch konnten wir sowohl einen Beitrag zur Versorgung der Menschen leisten als auch unsere CO₂-Emissionen ausgleichen. Unser Geschäftsmodell hat sich hier bewährt. Wir konnten nicht nur weiterhin frische und hochwertige Zutaten sicher an unsere Kund:innen liefern, sondern auch die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden gewährleisten und Emissionen einsparen. HelloFresh gestaltet somit die Lebensmittelversorgung der Zukunft – gesund, innovativ und nachhaltig.

Der weltweit erste klimaneutrale Anbieter von Kochboxen

Im Jahr 2020 hat HelloFresh Geschichte geschrieben: Indem wir 100 Prozent unserer direkten CO₂-Emissionen kompensiert haben, sind wir zum weltweit ersten klimaneutralen Anbieter von Kochboxen geworden. Diese Verpflichtung beinhaltet die Kompensation aller Emissionen aus internen Betriebsabläufen, Büros, Geschäftsreisen und Lieferungen, die wir im Jahr 2020 verursacht haben und in Zukunft verursachen werden.

Doch die Kompensation von Emissionen ist nur der letzte Schritt. Vorab vermindert und reduziert HelloFresh Kohlenstoffemissionen über verschiedene Wege. Die lokale Beschaffung von Zutaten hilft uns etwa dabei, die Transportzeiten zu verkürzen und unseren CO₂-Fußabdruck zu verkleinern, da wir weniger Stopps zwischen unseren Lieferant:innen und Kund:innen einlegen müssen. Gleichzeitig bedeutet das, dass wir weniger Gebäude beleuchten, beheizen oder kühlen müssen – und weniger Energie verbrauchen und dadurch Kohlenstoffemissionen einsparen.

Vor Auslieferung unserer Kochboxen planen wir sämtliche Routen möglichst effizient, um zum einen Lebensmittel schnell und frisch an unsere Kund:innen zu liefern und zum anderen den Ausstoß von Kohlenstoffemissionen gering zu halten. Zudem minimiert HelloFresh seine Lebensmittelabfälle, die andernfalls auf der Mülldeponie oder Müllverbrennungsanlage landen würden und Treibhausgase produzieren, einschließlich CO₂. Unsere Kund:innen erhalten genau nach Rezept vorportionierte Zutaten, wodurch weniger Lebensmittelabfälle beim Kochen und weniger Essensreste entstehen.

Lebensmittelverschwendung und Treibhausgasemissionen

Eines der zentralen Ziele von HelloFresh für die kommenden Jahre ist es, die Lebensmittelverschwendung in unseren Betriebsstätten von 2019 bis 2022 pro Euro Umsatz um 50 Prozent zu senken. Die Ambition steht im Einklang mit dem Ziel 12.3 für nachhaltige Entwicklung der UN. Dieses sieht eine Halbierung der weltweiten Lebensmittelverschwendung auf der Ebene des Einzelhandels und der Verbraucher:innen sowie entlang der Produktions- und Lieferkette bis 2030 vor.



Auch unsere überschüssigen Lebensmittel beziehen wir in unsere Überlegungen mit ein. Im Jahr 2020 haben wir 73 Prozent unserer nicht verkauften Lebensmittel gespendet. Lebensmittelverschwendung ist für acht¹ bis elf² Prozent der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich. Für sämtliche Lebensmittelreste, die nicht vollständig verwertet werden, fällt Energie und Arbeitsaufwand an, die wir berücksichtigen müssen. Die Umweltauswirkungen summieren sich schnell. Daher konzentrieren wir uns als Anbieter von Kochboxen darauf, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden und zu reduzieren.

Insgesamt verursachen die Betriebsstätten von HelloFresh 82 Prozent weniger Lebensmittelabfälle als zwölf führende Lebensmitteleinzelhändler:innen weltweit im Durchschnitt (Quelle: interne Studie basierend auf Zahlen, die zwölf führende Lebensmitteleinzelhändler:innen weltweit zwischen 2018 und 2020 veröffentlicht haben). Das entspricht 0,4 Gramm Abfall pro Euro Umsatz bei HelloFresh. Bei konventionellen Lebensmitteleinzelhändler:innen fallen hingegen 1,75 Gramm Abfall an. Demnach gehen bei HelloFresh pro verkaufte Mahlzeit nur 2,2 Gramm an Lebensmitteln verloren.

Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, wie HelloFresh Lebensmittelabfälle in unseren Vertriebszentren vermeidet. Sofern es möglich ist, führen wir überschüssige Lebensmittel in den Bestand zurück oder überlassen diese unseren Mitarbeitenden. Nicht verkaufte, essbare Lebensmittel spenden wir an Menschen in unseren Communitys. In einigen unserer Märkte überlassen wir unsere Lebensmittelabfälle der Kompostierung, der landwirtschaftlichen Nutzung und der anaeroben Vergärung, anstatt diese auf Mülldeponien oder durch Verbrennung zu entsorgen.

Für viele Kund:innen beginnt Lebensmittelverschwendung bereits im Supermarkt. Sie kaufen oftmals mehr Zutaten, als sie benötigen. Zudem sind diese oft überportioniert, werden nicht genutzt und landen schließlich in der Mülltonne. HelloFresh bietet mit seinem Geschäftsmodell eine einfache Lösung für dieses Problem. Mit den Kochboxen von HelloFresh erhalten Kund:innen genau nach Rezept vorportionierte Zutaten, so dass nur wenig bis gar keine Lebensmittelabfälle oder Essensreste anfallen. Wir liefern ihnen genau die Portionen, die ihrer Haushaltsgröße entsprechen. Außerdem sensibilisieren wir unsere Kund:innen dafür, wie sie ihre Mahlzeiten planen und die Qualität der Lebensmittel bewahren können.

Unsere weltweite Studie zur Lebensmittelverschwendung aus dem Jahr 2019 hat die Vorteile unseres Geschäftsmodells eindeutig hervorgehoben. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftler:innen des Wuppertal Institutes haben wir belegt, dass die Nutzung von HelloFresh zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung beiträgt. Anhand von Daten unserer Kund:innen konnten wir das Abfallaufkommen in jeder Phase der Zubereitung ermitteln und mit dem eines konventionellen Einkaufs im Lebensmitteleinzelhandel vergleichen.

CO₂-Fußabdruck

Mithilfe verschiedener Maßnahmen minimieren wir unseren CO₂-Fußabdruck über den gesamten Lebenszyklus hinweg. Unsere schlanke und innovative Lieferkette verbraucht weniger Energie, indem sie die Transportzeiten unserer Zutaten verkürzt und eine zusätzliche Lagerung



1) Jan Ellen Spiegel, "Food Waste Starts Long Before Food Gets to Your Plate," Yale Climate Connections, May 6, 2019, <https://yaleclimateconnections.org/2019/05/food-waste-has-crucial-climate-impacts/>
2) Food and Agriculture Organization of the United Nations, Food Wastage & Footprint & Climate Change, PDF file. November 1, 2015, <http://www.fao.org/3/bb144e/bb144e.pdf>

überflüssig macht. Auf einigen unserer Betriebsstätten montieren wir Solaranlagen und produzieren unseren eigenen Strom. Daneben beziehen wir Strom aus erneuerbaren Energiequellen, wie zum Beispiel aus Wasser- oder Windkraft.

Im letzten Schritt kompensieren wir die nicht vermeidbaren Kohlenstoffemissionen, die während unserer Betriebsabläufe und Auslieferungen an Kund:innen entstehen. In dem wir unsere Kohlenstoffemissionen pro Mahlzeit erfassen und reduzieren, ergreifen wir gemäß dem UN-Nachhaltigkeitsziel 13 aktiv Maßnahmen zum Klimaschutz.

CO₂-Reduktion

Unser nachfragegesteuertes Geschäftsmodell trägt bereits an sich zu einer geringeren Verschwendung von Lebensmitteln bei, die in der traditionellen Lebensmittellieferkette maßgeblich zu Kohlenstoffemissionen beiträgt. Darüber hinaus erfasst und reduziert HelloFresh die Emissionen, die durch den Strom- und Gasverbrauch in unseren Betriebsstätten und durch die Auslieferung unserer Kochboxen entstehen. Um unseren CO₂-Fußabdruck weiter zu reduzieren, haben wir uns das Ziel gesetzt, unsere weltweiten Kohlenstoffemissionen pro Euro Umsatz in unseren Produktionsstätten von 2019 bis 2022 um 60 Prozent zu senken.

Seit 2020 verfolgen wir eine klare Strategie, die nicht nur Kohlenstoffemissionen vermeidet und reduziert, sondern 100 Prozent unserer direkten Emissionen kompensiert. Das schließt sämtliche Emissionen mit ein, die unsere Vertriebszentren und Logistik verursachen. Doch auch kleinere Bereiche wie unsere internen Betriebsabläufe und unsere Standorte werden berücksichtigt. Im Verlauf des Jahres 2020 konnten

wir die Emissionen in unseren Produktionsstätten von 9,3 auf 4,1 Gramm pro Euro Umsatz senken.

Dank unseres schlanken und zentralisierten Vertriebsnetzes von Betriebsstätten auf der ganzen Welt erzeugen wir bereits weniger Kohlenstoffemissionen pro Euro Umsatz als konventionelle Lebensmitteleinzelhändler:innen. Im Jahr 2020 sind unsere Emissionen aus dem Stromverbrauch (Scope 2) weiter gesunken und belaufen sich auf 3,9 Gramm Kohlenstoff pro Euro Umsatz, im Vergleich zu 7 Gramm im Jahr 2019. Das sind ganze 82 Prozent weniger CO₂ pro Euro Umsatz aus dem Stromverbrauch im Vergleich zu konventionellen Lebensmitteleinzelhändler:innen (Quelle: interne Studie basierend auf Zahlen, die zwölf führende Lebensmitteleinzelhändler:innen weltweit zwischen 2018 und 2020 veröffentlicht haben).

HelloFresh wurde für diese Bemühungen mit dem zweiten Platz beim Nachhaltigkeitspreis Logistik der Bundesvereinigung Logistik Deutschland und Österreich ausgezeichnet. Außerdem wurden wir als eines von 26 Unternehmen in der Kategorie „Klima“ für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominiert. Der Preis zeichnet Unternehmen aus, die eine tiefgreifende Transformation auf vorbildliche Art und Weise umsetzen.

CO₂-Kompensation

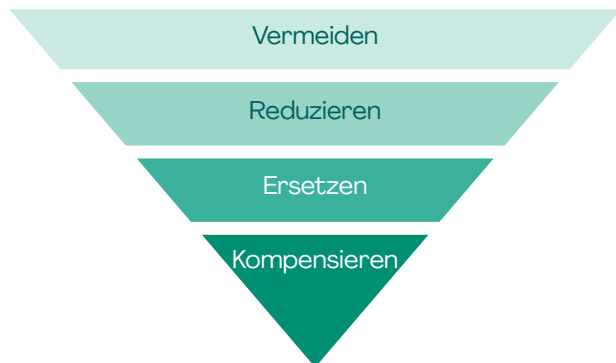
Als Teil unserer Strategie zur Förderung erneuerbarer Energien und zur Reduktion von CO₂ hat sich HelloFresh im vergangenen August dazu verpflichtet, 100 Prozent der Kohlenstoffemissionen zu kompensieren. Das umfasst all unsere Emissionen, die wir im Jahr 2020 durch unsere Betriebsabläufe, die Auslieferung an unsere Kund:innen sowie unsere



Standorte und Geschäftsreisen erzeugt haben. Das macht HelloFresh zum weltweit ersten klimaneutralen Anbieter von Kochboxen.

In Zusammenarbeit mit TerraPass hat HelloFresh US über 50.000 Tonnen Kohlenstoff mithilfe lokaler Projekte kompensiert und über 20.000 MWh an erneuerbarer Energie bezogen. Anlässlich des Tags der Erde (Earth Day) im April 2020 hat HelloFresh US die Carbon-Offset-Initiative ins Leben gerufen – einschließlich eines neuen Looks für unsere Verpackung, der die Vorteile in Bezug auf Emissionen und Lebensmittelabfälle verdeutlicht.

Unser CO₂-Management



In allen anderen Märkten arbeiten wir mit dem Klima-Tech-Startup Planetly zusammen und investieren in zertifizierte Klimaschutzprojekte weltweit. Zwischen jedem dieser Projekte und unserem Geschäftsmodell lässt sich ein enger Bezug herstellen. Wir konzentrieren uns auf Land- und Forstwirtschaft sowie die Ökostrombranche – von großen Windparks in der Mongolei bis zu Methan-Abscheidungsprojekten in den Niederlanden und der Türkei. Wir gehen davon aus, dass wir durch diese Partnerschaft für das Jahr 2020 rund 46.000 Tonnen Kohlenstoff kompensieren konnten.

Projekte zur CO₂-Kompensation in den Niederlanden

In den Niederlanden haben wir unsere Kohlenstoffemissionen durch die Unterstützung eines VCS-zertifizierten (Verified Carbon Standard) Projektes kompensiert, indem wir freigesetztes Methangas der Landwirtschaft aufgefangen haben. In landwirtschaftlich geprägten Gebieten der Niederlande hat die hohe Konzentration des Viehbestands dazu geführt, dass die Stickstoff-Absorptionsgrenze der lokalen Böden erreicht ist. Landwirt:innen können den überschüssigen Dung nicht mehr auf den umliegenden Feldern als Dünger verteilen. Stattdessen verwenden sie ihn, um Ökostrom zu erzeugen. Das reduziert zudem die Emissionen von Methan in der Atmosphäre.



Unsere HelloFresh Energy Policy

Seit 2020 folgen wir in Deutschland, den Niederlanden und Großbritannien der HelloFresh Energy Policy. Diese planen wir auch in den anderen Märkten unseres International Segments einzuführen. Die Policy definiert unsere energiebezogenen Richtlinien und Grundsätze sowie langfristige Ziele. In erster Linie vermeiden wir Kohlenstoffemissionen, wo immer dies möglich ist. Langfristig steigern wir unsere Energieeffizienz.

Unsere übergreifenden Grundsätze lauten:

- Wir legen verbindliche Energieziele fest, verfolgen diese kontinuierlich und messen uns an ihnen.
- Um diese Ziele zu erreichen, ziehen wir unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Bedingungen alle nötigen Ressourcen und Informationen hinzu.
- Wir kommen im Rahmen unserer Aktivitäten all unseren rechtlichen Verpflichtungen nach.
- Wir nutzen einen ganzheitlichen Ansatz, um sicherzustellen, dass wir Energieeffizienz sowohl in unserer Produktion und der Entwicklung berücksichtigen, also auch bei der Beschaffung von Systemen, Komponenten und Dienstleistungen.
- Wir schulen unsere Mitarbeitenden zu diesem Thema und stellen sicher, dass jeder einen Beitrag leisten kann.

Im Rahmen unserer Energy Policy arbeitet HelloFresh daran, in 2021 gemäß der ISO 50001 Norm für Energiemanagementsysteme zertifiziert zu werden. Die ISO 50001 ist ein internationaler Standard, der praktische Möglichkeiten aufzeigt, die Energienutzung ganzheitlich zu verbessern. Dazu dient die Entwicklung eines Energiemanagementsystems. Der Standard ermöglicht es HelloFresh, die Effizienz und das Bewusstsein für unseren Energieverbrauch weiter zu verbessern. So kann der Energieverbrauch pro Euro Umsatz gesenkt werden.

Zehn Prozent unserer verbrauchten Energie haben wir im Jahr 2020 aus erneuerbaren Quellen bezogen. Im Vergleich dazu war es 2019



10% der Energie in unseren Betriebsstätten stammen aus erneuerbaren Quellen

noch ein Prozent. Durch unser rapides Wachstum und die mögliche Wiedereingliederung eines Teils der Distributionslogistik, nimmt unser Gesamtenergieverbrauch zukünftig gegebenenfalls noch zu.

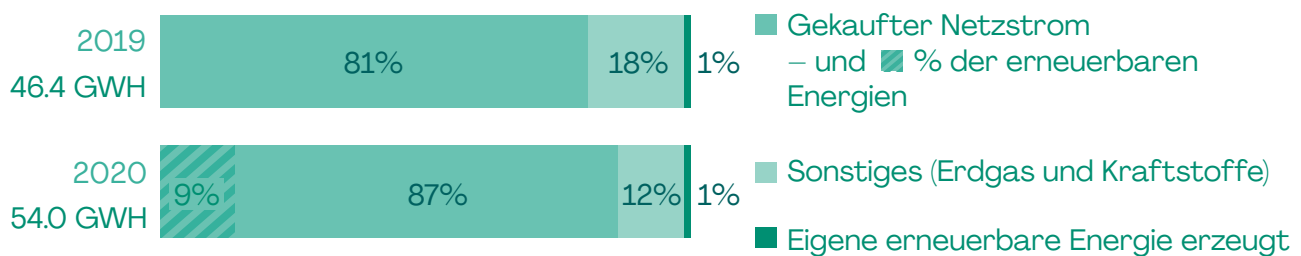
US EPA SmartWay-Programm und Green Power Partnership

HelloFresh US ist Teil des SmartWay-Programms der US-amerikanischen Umweltschutzbehörde. Dieses Programm hilft Unternehmen dabei, ihre Lieferketten zu bewerten, zu vergleichen und zu optimieren – und so ihre Transporteffizienz zu fördern. Außerdem sind wir 2020 der Green Power Partnership der EPA beigetreten. Das Programm hebt unsere Bemühungen hervor, die negativen gesundheitlichen Auswirkungen von Emissionen in der Luft durch den Einsatz von Ökostrom zu reduzieren. 100 Prozent des unternehmensweiten Strombedarfs von HelloFresh US (24,9 Mio. kWh/Jahr) konnten wir im Jahr 2020 bereits mit emissionsfreien Grünstromzertifikaten ausgleichen.



Energieverbrauch

Gesamter betrieblicher Energieverbrauch und Energieintensität in HelloFresh Einrichtungen*



HelloFresh Logistikflotten und Effizienzoptimierung der Logistik

Durch eine effiziente Routenplanung und zunehmend geteilte, emissionsfreie Routen, haben wir unsere CO₂-Emissionen im Jahr 2020 signifikant reduziert. Zusammen mit externen Logistikpartner:innen arbeiten wir daran, unsere Effizienz weiter zu optimieren und, wenn möglich, auf elektrische Fahrzeuge umzusteigen.

Elektrofahrzeuge in Benelux

Bis Ende 2020 haben wir 5,5 Prozent aller Routen in der Benelux-Region emissionsfrei mit unseren eigenen Elektrofahrzeugen abgedeckt. Dank effizienter Routenplanung und einer Erhöhung unserer emissionsfreien Routen konnten wir unsere CO₂-Emissionen im Bereich der Logistik im letzten Jahr pro Kochbox um 16 Prozent im Vorjahresvergleich senken.

Zusammen mit Mercedes-Benz Vans hat HelloFresh Netherlands zudem an einem maßgeschneiderten elektrischen Modell eines Kühlfahrzeugs mitgewirkt. Eingesetzt wurde es erstmals im Juli 2020 in Gent, Belgien. Die neuen Vans verfügen über ein verbessertes Batteriesystem, das weniger Strom für die Kühlung nutzt und somit mehr Energie für den Antrieb des Fahrzeugs verwenden kann. Pro Lieferroute können die neuen Elektrofahrzeuge mehr Kochboxen an Kund:innen ausliefern.

Optimierung der Flotten und Logistik in den Märkten

Benelux: Neben der Nutzung unserer eigenen Flotte arbeiten wir eng mit unseren Logistikpartner:innen zusammen, um die Beschaffung von Zutaten bei verschiedenen Lieferant:innen auf gemeinsamen Routen zu optimieren. Unsere Fahrer:innen können auf einer Route mehrere Standorte anfahren, um Zutaten abzuholen. Dadurch maximieren wir den nutzbaren Platz in unseren Fahrzeugen und reduzieren die zurückgelegte Strecke maßgeblich. Das spart nicht nur Transportzeit und Kraftstoff ein, sondern reduziert auch die Kohlenstoffemissionen für den Wareneingang um 20 Prozent.

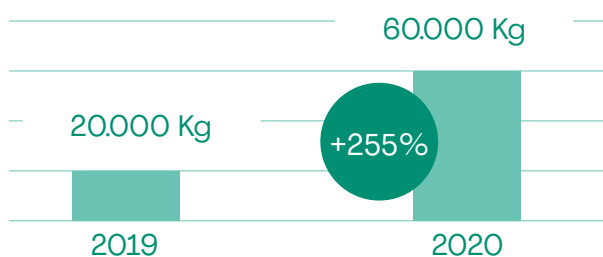
Australien: HelloFresh Australia arbeitete mit unserem Kurierdienst Be Cool zusammen, um eine Reihe neuer Zwischendepots in Albury (VIC), Orange (NSW) und Coffs Harbour (NSW) aufzubauen. Diese Initiative macht unserer Logistik effizienter und reduziert die Gesamttransportzeit. Durch die neuen Depots sparen unsere Fahrzeuge mehrere Stunden bei der Anlieferung. Für 2021 sind weitere Depots in Australien geplant.

Kanada: Nach dem Erfolg der elektrischen Zustellung in Vancouver testen wir derzeit zusammen mit verschiedenen Partner:innen weitere nachhaltige Optionen für die Auslieferung in British Columbia. In Montreal läuft derzeit ein Pilotprojekt mit elektrischen Fahrzeugen.

DACH: 2020 haben wir in der DACH-Region erstmals eine eigene HelloFresh Flotte erprobt. Diese hat das Potenzial, gekühlte Auslieferungen durchzuführen und so Transportverpackungen, wie Isoliermaterial und Eispacks einzusparen.

Wir arbeiten in all unseren DACH-Märkten mit der DPDgroup zusammen. DPD liefert in diesen Märkten nicht nur klimaneutral, sondern hat 2020 verschiedene Projekte zur E-Mobilitäts- und Routenoptimierung entwickelt. Diverse andere Logistikpartner:innen stärken und fördern außerdem die lokale emissionsfreie Auslieferung mit Elektrofahrzeugen.

Eingesparte CO₂ Emissionen in Kg durch den Einsatz von Elektrofahrzeugen in Belgien und den Niederlanden



Neuseeland: Das Logistikunternehmen South Island Linehaul nutzt Anhänger mit einem Zwischenboden, wodurch wir mehr Boxen effizient verstauen können. Dadurch reduzieren wir den CO₂-Ausstoß unserer Auslieferungen.

Skandinavien: Das skandinavische Logistikunternehmen Gordon hat seine Flotte durch Fahrzeuge mit HVO-Antrieb (Hydrotreated Vegetable Oils – Hydrierte Pflanzenöle) aufgestockt und führt erste Tests mit Elektrofahrzeugen durch. Darüber hinaus initiiert Gordon gemeinsame Auslieferungen an seine Kund:innen. Dadurch reduziert sich die Anzahl der Fahrzeuge, die sie für die Abwicklung der Aufträge benötigen.

Best practices

Erfahren Sie, was HelloFresh rund um die Welt unternimmt, um CO₂-Emissionen zu reduzieren:

Australien: HelloFresh Australia hat Solaranlagen auf sämtlichen Betriebsstätten in Sydney installiert. Dadurch konnten wir seit Beginn des Jahres 2020 148 MWh Strom einsparen und 104 Tonnen Kohlenstoff reduzieren. Zudem bauen wir eine neue Betriebsstätte in Melbourne, die bereits im zweiten Quartal im Jahr 2021 den Betrieb aufnimmt. Das Gebäude wird natürliches Oberlicht in den Aufenthaltsbereichen, Bewegungssensoren und zeitgesteuerte Beleuchtung nutzen sowie Ladestationen für Elektrofahrzeuge bereitstellen.

Benelux: Unser Vertriebszentrum in der Benelux-Region nutzt saubere, emissionsfreie Energie. Acht Prozent der Energie werden von unserer Solaranlage auf dem Dach erzeugt. Die restlichen 92 Prozent beziehen wir aus Windenergie. Dieses Vertriebszentrum verfügt außerdem über ein BREEAM-Exzellenzzertifikat, der weltweit anerkanntesten Bewertungsmethode für nachhaltige Gebäude.

DACH: Seit Januar 2021 nutzt unser Vertriebszentrum in Deutschland erneuerbare Energie von Lichtblick, Deutschlands größtem Ökostromanbieter.

Neuseeland: Unser Team in Neuseeland hat sich mit dem größten Anbieter von Ökostrom des Landes, Meridian, zusammengetan.

Gemeinsam haben wir einen Vertrag über zertifizierte erneuerbare Energie abgeschlossen. Dieser garantiert, dass wir die gesamte Energie für unsere Distributionszentren aus erneuerbaren Quellen beziehen und somit den Ausstoß von Kohlenstoff gänzlich vermeiden können.

Vereinigtes Königreich: Wir betreiben unser Vertriebszentrum in Banbury in Großbritannien zu 50 Prozent mit Ökostrom, unser Vertriebszentrum in Nuneaton sogar zu 100 Prozent. Künftig werden alle neuen Verträge hinsichtlich der Energieversorgung von HelloFresh in Großbritannien den Bezug von 100 Prozent erneuerbarer Energie vorsehen.

Vereinigte Staaten: Unsere Vertriebszentren in der Region Dallas-Fort Worth haben ihre Stromversorgung im November 2020 vollständig auf Windenergie umgestellt. Auch die Vertriebszentren für Green Chef in Swedesboro wechselten im Juni 2020 zu Windenergie. Darüber hinaus hat HelloFresh US Verträge über Windenergie für zwei weitere US-Betriebsstätten mit Start im Jahr 2021 abgeschlossen.

Nutzung pflanzlicher Angebote

Neben unserer Energierichtlinie tragen auch unsere vegetarischen Mahlzeiten dazu bei, unseren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. Die Lebensmittelproduktion trägt einen erheblichen Anteil zur globalen Erwärmung bei. Landwirtschaft, Aquakultur und Landnutzung sind dabei für bis zu 26 Prozent der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich.³

Im letzten Jahr haben wir die Anzahl der vegetarischen und veganen Rezepte unter unseren Menüs erhöht. Zusammen mit Köch:innen, die auf vegane Gerichte spezialisiert sind, entwickeln wir weitere Rezepte für unsere Kund:innen. Einige Märkte führen diese Angebote schneller ein als andere. In den skandinavischen Ländern bestehen bereits 42 Prozent der wöchentlichen Menüs aus rein pflanzlichen Optionen. Zudem wollen wir auch pflanzliche Milchersatzprodukte anbieten.

3) J. Poore, T. Nemecek, "Reducing Food's Environmental Impacts Through Producers and Consumers," Science 360, no. 6392 (June 2018): 987-882, <https://science.sciencemag.org/content/360/6392/987>.

Unsere Ziele für das Jahr 2021 und darüber hinaus

Interview mit **Thomas Griesel**,
Gründer und CEO, HelloFresh International



Im Jahr 2020 wurde HelloFresh zum weltweit ersten klimaneutralen Anbieter von Kochboxen. Inwiefern hängt das mit der globalen Strategie zur Kohlenstoffreduzierung zusammen?

Die Ankündigung, unseren direkten CO₂-Fußabdruck zu kompensieren, war ein wichtiger Schritt für uns. Die Zusammenarbeit mit TerraPass und Planetly hat uns dabei geholfen, unsere Umweltauswirkungen besser nachvollziehen zu können und diese letztlich durch lokale und globale Klimaschutzprojekte auszugleichen. Doch unsere CO₂-Emissionen beginnend mit dem Jahr 2020 zu kompensieren, stellt nur einen Teilaspekt unserer Gesamtstrategie dar.

Die Kompensation ist eine hilfreiche Maßnahme, um unseren Prozess zur Kohlenstoffreduzierung zu starten. Doch Netto-Null-Emissionen zu erzielen, reicht uns nicht. Wir wollen noch weiter gehen. Unsere Strategie zur Reduzierung der Kohlenstoffemissionen umfasst vier Schritte: Wir vermeiden, reduzieren, ersetzen und kompensieren. Da wir unseren CO₂-Ausstoß bereits erfolgreich kompensieren, planen wir für das Jahr 2021 eine weitere Vermeidung und Reduzierung unserer Kohlenstoffemissionen.

Wie bewertest Du Eure Umweltauswirkungen?

Zwischen 2019 und 2020 ist unser Nachhaltigkeitsteam stetig gewachsen. Zusammen mit diesem Team haben wir ein solides System zur Erfassung der Umweltauswirkungen unserer Betriebsstätten entwickeln können. Wir nutzen zahlreiche Daten, Erkenntnisse über unsere Kund:innen und qualitative Interviews, um zu verstehen, welche Themen für unsere Kund:innen, Mitarbeitenden, Partner:innen und Anteilseigner:innen von Bedeutung sind.

Im Jahr 2020 haben wir eine vielschichtige Wesentlichkeitsanalyse mit mehr als 30 Nachhaltigkeitsexpert:innen aus Wissenschaft und Lebensmittelbranche durchgeführt. Das daraus gewonnene Feedback hat uns dabei geholfen, unsere aktuellen Nachhaltigkeitsbemühungen erstmals zu bewerten. Auch wenn das Gesamturteil positiv ausgefallen ist, konnten wir Schlüsselbereiche identifizieren, in denen wir uns verbessern wollen: wie CO₂-Emissionen, nachhaltige Verpackungen, Lebensmittelverschwendung, Aufklärung von Kund:innen sowie Lebensmittelqualität und -sicherheit.

Alle der genannten Bereiche sind für uns sehr wichtig, dennoch haben wir uns dazu entschieden, uns für die zwei dringendsten Themen – CO₂-Emissionen und Lebensmittelverschwendung – konkrete Ziele zu setzen.

Wie sehen diese Nachhaltigkeitsziele von HelloFresh aus?

Wir haben uns dazu entschieden, unsere Nachhaltigkeitsziele in diesem Jahr erstmals öffentlich bekannt zu geben. Unser erstes Ziel konzentriert sich auf die Emissionen unserer Betriebsstätten. Bis Ende 2022 reduzieren wir diese um 60 Prozent. Berechnet wird das anhand des Indikators Gramm CO₂ pro Euro Umsatz. Als Ausgangsbasis dient das Jahr 2019.

Eine ganze Reihe von Initiativen sind bereits angelaufen, um dieses Ziel zu erreichen. Einer der ersten Schritte besteht darin, Energie aus Kohlekraftwerken gegen Energie aus erneuerbaren Quellen zu ersetzen. Zusätzlich investieren wir in Solaranlagen, um einen Teil unseres Stromverbrauchs in den Vertriebszentren selbst abzudecken. Wir befinden uns aktuell außerdem im Prozess, um die Zertifizierung gemäß ISO 50001 zu erhalten. Dabei handelt es sich um einen internationalen Standard, der unsere Energieeffizienz zertifiziert und uns dabei helfen wird, unser Ziel zu erreichen.

Wie steht es um die Lebensmittelverschwendung?

Lebensmittelabfall zu reduzieren, ist ebenfalls ein enorm wichtiger Aspekt unserer Nachhaltigkeitsstrategie. In vielen Ländern der Welt wird ein beträchtlicher Anteil der weltweiten Lebensmittelverschwendung von privaten Haushalten verursacht. Das ist vor allem auf Unklarheiten beim Mindesthaltbarkeitsdatum, schlechte Planung und Einkäufe über dem eigentlichen Bedarf zurückzuführen. Allein aus diesem Grund sind Kochboxen eine großartige Alternative.

Gleichzeitig sind wir uns natürlich darüber bewusst, dass auch am anderen Ende der Lieferkette Lebensmittelabfälle entstehen. Um dieses Problem anzugehen, reduzieren wir bis Ende 2022 die Menge an Lebensmittelabfällen, die in unseren Betriebsstätten anfallen und auf Mülldeponien oder durch Verbrennung abgelagert werden, um 50 Prozent pro Euro Umsatz.

Wie sehen die nächsten Schritte aus?

Unsere Mission besteht darin, die Art und Weise wie Menschen essen auf nachhaltige Weise zu verändern – und das für immer. Das betrifft nicht nur Veränderungen daran, wie Kund:innen einkaufen oder ihre Mahlzeiten zubereiten. Das bedeutet auch, nahrhafte und frische Zutaten auf nachhaltige Weise zugänglich zu machen. Aus diesem Grund arbeiten wir mit vielen anderen innovativen Partner:innen aus der Branche zusammen. Gemeinsam optimieren wir unsere Verpackungen, reduzieren die Lebensmittelabfälle, gestalten die Beschaffung unserer Zutaten verantwortungsbewusster und reduzieren unsere CO₂-Emissionen.

Für uns ist eines ganz klar: In einem rasant wachsenden Markt wie dem Kochboxen-Segment sind hohe Standards erforderlich, um Umweltauswirkungen entgegenzuwirken. Als weltweit führender Anbieter von Kochboxen nehmen wir unsere Verantwortung sehr ernst und möchten mit gutem Beispiel voran gehen.

Lebensmittelverschwendung

Die Reduzierung und Vermeidung von Lebensmittelabfällen ist ein Grundprinzip des Geschäftsmodells von HelloFresh. Dank unseres schlanken, nachfragebasierten Geschäftsmodells verursachen wir insgesamt weniger Abfälle. Wir beziehen genau die Mengen an Zutaten, die wir für die Bestellungen unserer Kund:innen benötigen, anstatt die Nachfrage zu schätzen und nicht verkaufte Lebensmittel zu verschwenden. Dieser Ansatz wird uns zudem dabei helfen, unserem Ziel der Kohlenstoffreduzierung nachzukommen. Denn weniger Lebensmittelverschwendung bedeutet gleichzeitig, dass weniger Lebensmittel auf Mülldeponien entsorgt werden müssen. Das verursacht wiederum weniger Treibhausgasemissionen. Ein weiterer wichtiger Schritt, um unseren CO₂-Fußabdruck zu verkleinern.

Indem unser schlankes Geschäftsmodell eine Überbelieferung an Lebensmitteln vermeidet, verursacht HelloFresh als wachsendes Unternehmen deutlich weniger Abfälle als konventionelle Lebensmitteleinzelhändler:innen. Neben der Reduzierung von Lebensmittelabfall unterstützt HelloFresh einen sicheren und nachhaltigen Anbau von Lebensmitteln und entsprechende Systeme zu ihrer Verarbeitung. Damit folgen wir dem UN-Nachhaltigkeitsziel 12, der Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster.



**2,2 g Lebensmittelabfälle
pro Mahlzeit in unseren
Produktionsbetrieben**

HelloFresh US hat ein Dashboard für den Bereich Beschaffung entwickelt, das den Ertrag aus Großbestellungen, die Menge der Zwischenreserve, die Leistung der Lieferant:innen und die Lebensmittelabfälle überwacht. Mithilfe des Dashboards können wir direkt die nötigen Daten der vergangenen Woche einsehen, um unsere Abfallmengen besser nachzuverfolgen.

Nur ein sehr geringer Anteil der Lebensmittel aus unserem Produktionsprozess gelangt nicht zu unseren Kund:innen. Wir spenden 73 Prozent der essbaren, nicht verkauften Zutaten an lokale Wohltätigkeitsorganisationen. Die Spenden kommen somit Menschen zugute, deren Ernährungslage unsicher ist.

HelloFresh möchte diesen verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln auch den Kund:innen näherbringen. Daher stellen wir Informationsmaterialien zum nachhaltigen Haushalten in der Küche bereit. Unsere Videoreihe Make It Right hilft Kund:innen dabei, Lebensmittelreste einfallsreich zu verwerten und gibt Tipps, wie eine Mahlzeit optimal gestaltet und Lebensmittelverschwendung vermieden werden kann.

Weltweite Studie zur Lebensmittelverschwendung

Im Jahr 2019 hat HelloFresh zusammen mit Wissenschaftler:innen des Wuppertal Institutes in Deutschland eine weltweite Studie zur Lebensmittelverschwendung durchgeführt. Die Studie schließt die Vereinigten Staaten, Kanada, Großbritannien, Deutschland, Belgien und die Niederlande mit ein. Im Rahmen der Studie haben wir fast 1.000 Kund:innen befragt, wie viele Lebensmittelabfälle bei der Nutzung unserer Kochboxen angefallen sind. Diese Ergebnisse wurden

anschließend mit den Mengen an verschwendeten Lebensmitteln beim Einkauf im Supermarkt oder dem Kauf von Fertiggerichten verglichen.

Das Ergebnis der Studie: Bei Kund:innen, die ihr Abendessen mit einer Kochbox von HelloFresh zubereitet haben, fielen 21 Prozent weniger Lebensmittelabfälle an als bei einer Mahlzeit, die sie mit Zutaten aus dem konventionellen Lebensmitteleinzelhandel zubereitet haben. Insgesamt fallen bei Menüs aus unseren Kochboxen 72 Prozent weniger Essensreste bei der Zubereitung an als bei anderen Mahlzeiten.

Dabei haben wir untersucht, wie viele Lebensmittel in den verschiedenen Phasen des Kochprozesses weggeworfen werden – vom Abfall aufgrund überschüssig eingekaufter Lebensmittel über beim Kochen anfallende Abfälle bis hin zu übriggelassenen Essensresten. Die Kund:innen haben ihre Erfahrungen aus jeweils sieben Tagen geteilt: Einmal aus sieben Tagen, an denen sie die Kochboxen von HelloFresh genutzt haben und im Vergleich dazu, die Erfahrungen aus sieben Tagen, an denen sie nach ihren eigenen Gewohnheiten, ohne Unterstützung durch Kochboxen, eingekauft, gekocht und gegessen haben.

Zudem verursacht die Zubereitung von Mahlzeiten nach unseren Rezepten weniger Treibhausgasemissionen: Die entsorgten Essensreste verursachen 29 Prozent weniger Emissionen als Mahlzeiten, die ohne unsere Kochboxen zubereitet werden. Grund dafür sind zum einen unsere exakt vorportionierten Zutaten und zum anderen unsere veganen und vegetarischen Mahlzeiten. Damit bieten wir unseren Kund:innen die Möglichkeit, selbst ihren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren.

Zusammenarbeit mit Expert:innen für Lebensmittelverschwendung

Im Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung beteiligt sich HelloFresh an einem Forschungsprojekt unter der Leitung der Universität Wageningen in den Niederlanden. Das Projekt mit dem Titel „Food Waste: Transition from Excess to Enough“ untersucht Veränderungen im Nahrungsmittelsystem. Der Fokus liegt hier auf Konzepten für Verbraucher:innen und den Einzelhandel. Gemeinsam untersuchen wir, wie wir eine Verringerung von exzessiver Lebensmittelverschwendung hin zu minimalen Abfallmengen erreichen.

In diesem Zusammenhang haben wir eine Haltbarkeitsanzeige, genannt Keep-It, auf der Verpackung von Lachs an einer Kontrollgruppe getestet, der wir unsere Kochboxen geliefert haben. Keep-It überwacht konstant die Temperatur eines Produkts und ermittelt dadurch die tatsächlich verbleibende Haltbarkeit. Dadurch war es den Teilnehmenden möglich, besser einzuschätzen, ob Lebensmittel noch genießbar sind – auch wenn sie das Verfallsdatum bei Lagerung im Kühlschrank bereits überschritten hatten. Die Ergebnisse der Studie lassen somit darauf schließen, dass die Haltbarkeitsanzeige zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung beitragen kann.

Aktuell prüfen nun mehrere Ministerien in den Niederlanden die Ergebnisse der Keep-It-Studie. Ob die Haltbarkeitsanzeige als Alternative für das klassische Mindesthaltbarkeits- und Verfallsdatum herangezogen werden kann, steht noch zur Debatte. Die niederländische Initiative Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung (Samen tegen voedselverspilling) hat die Reduzierung der Lebensmittelverschwendung als eine der zehn wichtigsten gesetzlichen Änderungen auf nationaler Ebene eingestuft.

Im April 2020 wurde HelloFresh offizielles Mitglied des Dialogforums Groß- und Einzelhandel des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. Ziel des Forums ist es, das UN-Nachhaltigkeitsziel 12 bzw. 12.3 zu unterstützen, um bis 2030 die weltweite Lebensmittelverschwendung pro Kopf auf Ebene des Einzelhandels und der Verbraucher:innen zu halbieren. Die Mitglieder verpflichten sich zu konkreten Maßnahmen zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung. Darüber hinaus unterstützen sie die Forschung des Thünen-Instituts, indem sie aussagekräftige Daten zur Lebensmittelverschwendung bereitstellen.

HelloFresh US beteiligt sich am Expert:innennetzwerk von ReFED. Dabei handelt es sich um eine Multistakeholder-Initiative der eben genannten Non-Profit-Organisation, die sich für die Reduzierung der Lebensmittelverschwendung in den USA einsetzt. ReFED verfolgt einen datengetriebenen Ansatz. Mit der „Roadmap to Reduce US Food Waste“ sowie der neuen Insights Engine haben sie die Perspektive der Branche auf die Lebensmittelverschwendung revolutioniert und eine Reihe von Lösungen ausgemacht.

 **Lebensmittel im Wert von 13 Mio. € wurden im Jahr 2020 an Wohltätigkeitsorganisationen gespendet**

Das ReFED-Expert:innennetzwerk besteht aus einer Gruppe von über 75 Mitgliedern. Sie stellen ihr Wissen und ihre Zeit wichtigen Projekten bei ReFED und den ReFED-Partner:innen zur Verfügung, vernetzen sich mit ihren Kolleg:innen aus dem Netzwerk und lernen voneinander. Die Expert:innen kommen aus unterschiedlichen Disziplinen und bringen verschiedene Perspektiven aus allen Bereichen der Lebensmittelindustrie mit. Gemeinsam arbeiten die Expert:innen daran, unsere Bemühungen zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung zu stärken, um unser gemeinsames Ziel zu erreichen: die Halbierung der Lebensmittelverschwendung bis 2030.

Lebensmittelspenden

HelloFresh ist stolz darauf, Hilfsbedürftige durch das Spenden nicht verkaufter Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen weltweit zu unterstützen. Im Laufe des Jahres 2020 wurden aus dem Gesamtbetriebsüberschuss mehr als 3,6 Tausend Tonnen nicht verkaufte Lebensmittel gespendet und 1,3 Tausend Tonnen als Abfall entsorgt. Während der COVID-19-Pandemie haben wir unsere Bemühungen dahingehend weiter verstärkt. Im Jahr 2020 haben wir Essensspenden im Wert von über 13 Millionen Euro an Wohltätigkeitsorganisationen geleistet. Zusätzlich haben wir mehrfach Geldspenden an Wohltätigkeitsorganisationen getätigt – insbesondere nach der ersten Welle der Pandemie.

Weltweit unterstützt HelloFresh regelmäßig folgende Wohltätigkeitsorganisationen mit Lebensmittelspenden:

Australien: Foodbank Australia, OzHarvest

Belgien: Belgischer Verband der Lebensmittelbanken

Kanada: Edmonton Food Bank, Langley Food Bank, Daily Bread Food Bank, Services and Housing In the Province, Second Harvest, Positive Living Fraser Valley Society, Inasmuch Community Society, The Pacific Community Resources Society, NightShift Street Ministries, Alexandra Park Neighborhood Literacy Centre und Scadding Court Community Centre

Frankreich: Restaurants du Coeur

Deutschland: Die Tafel

Niederlande: Voedselbanken NL, Buurtbuik

Neuseeland: KiwiHarvest

Schweden: Värmestugan Helsingborg

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

Vereinigte Staaten: Table to Table, Tarrant Area Food Bank, Food Bank of Contra Costa & Solano, We Don't Waste, South Jersey Food Bank, Second Helpings of Atlanta



Verpackung

Die kurze und effiziente Lieferkette von HelloFresh reduziert Plastikverpackungen, da die Zutaten weniger Zwischenstationen einlegen müssen. Um eine hervorragende Lebensmittelqualität, Frische und Sicherheit zu gewährleisten, können wir bei einigen Zutaten jedoch nicht auf die Verpackung verzichten. Zudem bleibt eine Reihe von Lebensmitteln mit entsprechender Verpackung länger frisch, wodurch wir Lebensmittelverschwendung entgegenwirken und unseren CO₂-Fußabdruck weiter verkleinern. Da in der gesamten Lieferkette weniger Lebensmittelabfall anfällt, tragen unsere Verpackungen dazu bei, unsere Treibhausgasemissionen zu reduzieren.

HelloFresh arbeitet ständig daran, neue Verpackungen zu testen und zu implementieren. Unsere kontinuierlichen, innovativen Bemühungen im Bereich der Verpackungsentwicklung stehen im Einklang mit dem UN-Nachhaltigkeitsziel 12 für eine nachhaltige Entwicklung: nachhaltig Produzieren und Konsumieren.

Unsere Verpflichtung in Bezug auf Verpackungen

Hinsichtlich Verpackungen verfolgt HelloFresh folgende Ziele:

- Verpackung nach Möglichkeit vollständig vermeiden,
- Verpackung, wenn sie notwendig ist, reduzieren,
- Verpackung für das Recycling optimieren.

Verpackungen: Best-Practice

In einer herkömmlichen Lieferkette legen Lebensmittel diverse Stopps auf dem Weg zu ihrem Endziel ein. Die Folge sind versteckte Umweltauswirkungen und zusätzliche CO₂-Emissionen. Bei HelloFresh können wir dank unserer schlanken Lieferkette unsere Zutaten, Verpackungen sowie die entsprechende Logistik besser kontrollieren. Beispielsweise handelt es sich bei der Verpackung, die bei unseren Kund:innen ankommt, oftmals um dieselbe Verpackung, in die unsere Lieferant:innen die Zutaten ursprünglich verpackt haben.

Wir wählen unsere Verpackungen nach anderen Gesichtspunkten aus als unsere Mitbewerber:innen. Unsere Philosophie ist es, Verpackungen so nachhaltig, effizient und bewusst wie möglich einzusetzen. Unser

Geschäftsmodell ermöglicht es uns, Kohlenstoffemissionen, Abfälle und Nachfrage zu überwachen und nachzuverfolgen. Durch den wöchentlichen Bestellrhythmus können wir uns schnell auf Änderungen einstellen und entsprechend reagieren.

Auch im Jahr 2020 haben wir unsere Bemühungen, die Plastikverpackungen für unsere Zutaten, weiter zu reduzieren, vorangetrieben. Wir sind kontinuierlich auf der Suche nach innovativen Verpackungslösungen, ohne dabei Kompromisse bei der Qualität und der Frische unserer Zutaten oder der Recyclingfähigkeit der Verpackungsmaterialien einzugehen.

Unsere HelloFresh Packaging Labs in Großbritannien und den USA stehen für Innovation, Wissensaustausch und Qualitätskontrolle. Unsere Expert:innen arbeiten unentwegt daran, unsere Verpackungen zu optimieren und sie nachhaltiger zu gestalten. Daher kooperieren wir regelmäßig mit Universitäten und Forschungsinstituten, um die Herausforderungen im Zusammenhang mit Verpackungen anzugehen.

Wir haben zudem große Fortschritte bei der Weiterentwicklung unseres

Unsere Verpackungsstrategie



Verpackungskonfigurator erzielt. Dieser berechnet automatisch den Bedarf an Sekundärverpackung, der pro Kochbox erforderlich ist. Mithilfe des Konfigurators können wir ermitteln, wie wir die Füllmenge der Kartons erhöhen, die Anzahl der Kühlpacks optimieren und ungenutzten Platz in unseren Boxen vermeiden.

Lebensmittelverschwendung vs. Plastikmüll

Bevor eine Kochbox von HelloFresh in der Küche unserer Kund:innen ankommt, sorgen wir für einen sicheren Transport unserer Zutaten, damit diese frisch bleiben und nicht verderben.

Wir liefern unseren Kund:innen genau die Menge an Zutaten, die sie für unsere Rezepte benötigen. Dieses Prinzip übertragen wir auch auf unsere Verpackungen. Wir beschränken uns strikt auf das Notwendigste, um die Sicherheit und Frische unserer Lebensmittel zu gewährleisten.

Für einige Lebensmittel ist eine Plastikverpackung unerlässlich. Die Haltbarkeitsdauer der Zutaten kann sich von einigen Tagen auf bis zu zwei Wochen erhöhen, sodass wir auf ausgewählte Zutaten verzichten und unseren Kund:innen stattdessen frische Zutaten anbieten können. Dieser Ansatz führt zu weniger Lebensmittelverschwendung und entsprechend

Verpackung pro Mahlzeit im Jahr 2020*

	Verpackung der Zutaten (primär)	Umverpackung (sekundär)	Gesamt
Plastik**	13 g	25 g	38 g
Papier	1 g	96 g	97 g
Gesamt	14 g	121 g	135 g

* Geschätzte Werte basierend auf Daten aus 63 % unserer Märkte.

** Kunststoff, Karton, gemischt.

weniger Treibhausgasemissionen. Obwohl das für die Kund:innen wie ein Übermaß an Verpackung wirken kann, gleicht HelloFresh dadurch den CO₂-Ausstoß aus⁴.

Im Rahmen unserer fortlaufenden Bemühungen für innovative Verpackungslösungen verwenden wir maßgeschneiderte, haltbare Papierverpackungen oder reduzieren Verpackungsgrößen. Wir ersetzen damit herkömmliche Kunststoffe und reduzieren unseren Plastikabfall, was zu weniger Kunststoff in Recyclingströmen führt.

Unsere Verpackungs-Highlights aus dem Jahr 2020

Verbesserte Kunststoffe

In vielen unserer Märkte haben wir unsere Verpackung auf leichteren und besser passenden Plastik umgestellt, um weniger Verpackungsmaterial recyceln zu müssen. In Kanada haben wir nicht nur unsere wachsbeschichteten Plastikverpackungen gegen konventionelle Plastikverpackungen ausgetauscht, sondern auch unsere Klebeetiketten auf den Verpackungen für Eiweißprodukte entfernt. Durch die Vereinfachung dieser Verpackung entstehen mehr Möglichkeiten zum Recycling sowie eine Gewichtsreduzierung bei Plastikverpackungen.

In Kanada ist HelloFresh außerdem von Hartkunststoffbehälter auf unempfindlicheren Pouches für Joghurt und andere Milchprodukte umgestiegen. Analog dazu liefern wir in Großbritannien unsere beliebtesten Gewürzmischungen nicht länger in Plastikbehältern, sondern in Tütchen. Durch die beiden Umstellungen sind die Zutaten leichter zu transportieren und für die Kund:innen einfacher zu recyceln.

Wir ermutigen unsere Lieferant:innen, auf nachhaltigere Verpackungslösungen umzusteigen. Beispielsweise liefern sie uns die meisten Backwaren in der DACH-Region jetzt in vollständig recycelbaren Verpackungen. Zusätzlich haben die Lieferant:innen ihre Verpackungen verkleinert. In Australien arbeitet unser Team mit dem lokalen Partner, RedCycle, für das Recycling von weichen Kunststoffen zusammen. So gewährleisten wir, dass Kund:innen sämtliche gelieferte weiche Kunststoffe in ihrem System

recyclen können. Zusätzliche Informationen auf der Verpackung helfen Kund:innen, diese Artikel richtig zu recyceln.

Verzicht auf Verpackungen

Mit den wechselnden Jahreszeiten und Wetterbedingungen können wir nunmehr auf bestimmte Verpackungen vollständig verzichten. In der DACH-Region versenden wir Produkte wie Zuckermais unverpackt. In den Sommermonaten versenden wir auch Salat und Radieschen in unseren Kochboxen ohne Plastikverpackungen.

In den Benelux-Ländern verzichten wir nach erfolgreichen internen Tests auf die Verpackung für einige Kräuter wie Lorbeerblätter, Thymian und Rosmarin sowie für Pastinaken und Chicorée.

Unabhängig von der Jahreszeit können wir in Großbritannien jetzt auch Kartoffeln, einzelne Tomaten und frischen Rosmarin unverpackt in unseren Kochboxen versenden.

Umstellung auf Papier

In allen europäischen Märkten stellt HelloFresh zukünftig von Plastik auf vollständig papierbasierte Verpackungen für Getreide und Reis um. Auch in Australien und Neuseeland testen wir gegenwärtig Papierlösungen für diese Zutaten. In einigen Regionen haben wir erfolgreich alle Plastikschalen durch Papier ersetzt.

Bei größeren Bestellungen vermeiden wir, die gleiche Zutat in mehreren Tüten in einer Box zu versenden. Stattdessen greifen wir auf größere Verpackungen zurück. Für alle übrigen Zutaten in Tüten testen wir derzeit den Wechsel von Tüten, die mit Kunststoff ausgekleidet sind, zu solchen, die vollständig aus recycelbarem Papier bestehen.

In der DACH-Region und in Skandinavien konnten wir durch unsere Kühltaschen aus recyceltem Papier den Anteil des eingesetzten Kunststoffs pro Box um etwa 50 Prozent reduzieren. Diese neue nachhaltige Verpackung haben unsere Teams in den HelloFresh Packaging Labs entwickelt. Zukünftig wollen wir diese bei Versänden an unsere Kund:innen auf der ganzen Welt nutzen.



4) Jim Erickson, "Those Home-Delivered Meal Kits are Greener Than You Thought, New Study Concludes," Michigan News, April 22, 2019, <https://news.umich.edu/those-home-delivered-meal-kits-are-greener-than-you-thought-new-study-concludes/>.

Eiweißprodukte frisch und sicher ausliefern

Wenn es um Verpackungen geht, stellt der Versand von Eiweißprodukten wohl die größte Herausforderung dar – das gilt insbesondere für Fleisch, Fisch oder Milchprodukte. In der Regel sind diese Zutaten am empfindlichsten und benötigen bei der Herstellung einen hohen Energieaufwand. Im Jahr 2020 konnten wir jedoch einige innovative Veränderungen an unserer Verpackung vornehmen.

- In den Benelux-Ländern haben wir die Plastikschen, mit der wir Lachs und marinierte Ente verpacken, durch Vakuumverpackungen ersetzt. Dadurch ist unser Bedarf an Verpackungsmaterial für Lachs um 25 Prozent und für marinierte Ente um 80 Prozent gesunken.
- Hartkunststoffbehälter für flüssige Milchprodukte haben wir in der DACH-Region durch nachhaltige und unempfindliche Pouches ersetzt. Diese Innovation hat den Lebensmittelabfall und den Kunststoffanteil um rund 70 Prozent reduziert.
- In Großbritannien haben wir die Vakuumverpackung für Hähnchen, Lamm und Lachs durch Thermoform-Kunststoffschaalen ersetzt. Dadurch konnten wir den Kunststoffverbrauch für die Verpackung von Eiweißprodukten um 30 Prozent reduzieren.

Eigenproduktion unserer Kühlpacks

Im Jahr 2019 ist unsere erste Eigenproduktion von Kühlpacks auf Wasserbasis angelaufen, um das für gelgefüllte Kühlpacks erforderliche Mikroplastik zu vermeiden. Nach der Einführung in Großbritannien haben wir diese Lösung auch in Australien, Neuseeland, Deutschland und Kanada eingeführt. Unsere neuen Kühlpacks minimieren nicht nur die Umweltauswirkungen des Herstellungsprozesses und des Transports, sondern vermeiden auch unnötige Transportwege und damit Kohlenstoffemissionen. Im Jahr 2020 sank unser Wasserverbrauch pro Mahlzeit auf 68 ml einschließlich der intern hergestellten Kühlpacks in unseren Vertriebszentren und Büros.

In Deutschland hat HelloFresh zusammen mit dem Fraunhofer-Institut (FEP) eine nachhaltigere Verpackungslösung für Kühlpacks in der DACH-Region entwickelt. Unser aktuelles Kühlpack ist in einer Hülle aus Plastikfolie verpackt, um eine passive Kühlung unserer temperaturempfindlichen Eiweiß- und Milchprodukte zu gewährleisten. Gemeinsam mit dem FEP wollen wir die derzeitige Laminatstruktur durch eine Monofolie ersetzen, um die Recyclingfähigkeit unserer Kühlpacks noch weiter zu optimieren. Im Zuge dessen planen wir außerdem, einige zusätzliche Funktionen zu ergänzen. Um den Gefrierzustand des Kühlpacks zu verlängern, verwenden wir Material mit geringerer Wärmeleitfähigkeit.



Optimierung der Sekundärverpackung Bessere Planung für die Verpackungsoptimierung

Neben der kontinuierlichen Entwicklung von Innovationen setzen wir Tools ein, mit denen wir unsere Verpackungen besser planen und optimieren können, um nur genau die Menge zu produzieren, die wir für die Bestellungen unserer Kund:innen benötigen. Unsere Teams in den USA, den Benelux-Ländern, Großbritannien und der DACH-Region nutzen eine Datenbank, um die exakte Menge an benötigtem Plastik zu berechnen – auf das Gramm genau. Wir haben darüber hinaus die Größe unserer Boxen und die damit verbundene Verpackung erheblich angepasst, damit wir keine unnötige und versteckte Verpackung sowie zu viel Luft in unseren Boxen verschicken.

In Australien verwenden wir ein Programm namens Tetris, um die Verpackung an die tatsächliche Größe und das Gewicht der Zutaten anzupassen, anstatt jede Bestellung anhand des Umfangs des Menüs zu verpacken. Dank dieses Tools können wir nunmehr kleinere Kühltaschen für Lieferungen von temperaturempfindlichen Lebensmitteln nutzen.

Unser Team in den Benelux-Ländern kalkuliert mit dem Programm die Bestellungen auf die gleiche Art und Weise und findet die ideale Kartongröße auf der Grundlage der Zutaten und Beigaben. Mithilfe dieses intelligenten Tools versenden wir keine unnötige Luft und haben die Menge an Sekundärverpackungen aus Karton deutlich verringert.

Ein ähnliches Tool namens Box Fit hat HelloFresh US entwickelt. Dieses ordnet auf der Grundlage des Umfangs der Zutaten den Bestellungen die passenden Boxen zu. So konnten in einem Pilotprojekt im vierten Quartal 2020 60 Prozent mehr kleinen Boxen anstelle von mittleren oder großen eingesetzt werden. Dadurch konnten wir außerdem den Einsatz von Kühlpacks und Isolierung der Boxen reduzieren. Gleichzeitig ist dadurch auch die Anzahl, der in ein Fahrzeug passenden Boxen gestiegen. Auf Basis dieser Erfahrungen wird Box Fit 2.0 im Jahr 2021 implementiert.

In Neuseeland arbeitet unser Team mit dem HelloFresh Logistikpartner South Island Linehaul daran, kleinere Boxen zu verwenden. So können wir einerseits das Platzangebot beim Versand optimal ausnutzen und müssen andererseits weniger Transportwege in Kauf nehmen.



In Australien verwendet HelloFresh Mehrwegbehälter aus Plastik (RPCs) und Paletten, um Lebensmittel von den Lieferant:innen zu den entsprechenden Lagern zu transportieren. Durch diese einfache Initiative können wir jährlich etwa 4.000 Tonnen CO₂-Emissionen und 3.000 Tonnen Abfall einsparen. Das entspricht fast 6.000 gepflanzten Bäumen und 27.000 entleerten Mülltonnen.

Plastic Bank

Unsere US-Marke Green Chef kompensiert zusammen mit Plastic Bank den anfallenden Plastikmüll jeder Bestellung. Das macht uns sehr stolz. Dank Plastic Bank konnten wir im Jahr 2020 ganze 100 Prozent der direkten CO₂-Emissionen und Plastikverpackungen jeder Green-Chef-Kochbox ausgleichen. Durch die Kompensierung unterstützen wir Plastik-Sammelstellen in maritimen Regionen wie den Philippinen, Indonesien und Haiti. Das wirkt sich spürbar auf die Reduzierung der Kunststoffverschmutzung in unseren Ozeanen aus. Gegenwärtig plant HelloFresh, die Zusammenarbeit mit Plastic Bank weltweit auszudehnen.

Nachhaltige Beschaffung von Zutaten

Qualität und Nachhaltigkeit zählen zu den beiden wichtigsten Kriterien bei der Auswahl unserer Lieferant:innen. Im Jahr 2020 haben wir bei HelloFresh unsere Lieferkette und die Beziehungen zu unseren Partner:innen in der Beschaffung weiter gestärkt. Nach Möglichkeit arbeiten wir mit Lieferant:innen, die Meeresressourcen und Ökosysteme an Land nachhaltig nutzen. Die Art und Weise, wie HelloFresh seine Lieferkette verwaltet, steht im Einklang mit den UN-Nachhaltigkeitszielen 14 – Leben unter Wasser – und 15 – Leben an Land – für eine nachhaltige Entwicklung.

Im Jahr 2020 haben wir die Suche nach hochwertigen Zutaten für unsere Rezepte intensiviert, einschließlich Industriezertifikaten und Standards. Alle Lieferant:innen müssen sich einer genauen Bewertung unterziehen, bevor wir ihre Zutaten in unsere Kochboxen aufnehmen. HelloFresh bevorzugt nach Möglichkeit lokale und nachhaltig operierende Lieferant:innen. Unser Fokus liegt auf Saisonalität, der Optimierung unserer Lieferkette sowie den Aspekten Logistik und der Reduzierung von CO₂-Emissionen. Saisonale Lebensmittel liefern nicht nur frischere und



schmackhaftere Zutaten für unsere Rezepte, der Bezug von Lebensmitteln über lokale Lieferant:innen führt auch dazu, dass wir weniger Kilometer zurücklegen und weniger Kohlenstoffemissionen produzieren.

Die Sicherheit und Qualität unserer Produkte ist für HelloFresh am wichtigsten. Gleichzeitig setzen wir uns auch für Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft, Fischerei und Tierhaltung ein. Insgesamt 96,4 Prozent unserer eingekauften Frischprodukte haben wir im Jahr 2020 von Lieferant:innen bezogen, die nach Global GAP zertifiziert sind, aus gleichwertig zertifizierten Betrieben oder aus Betrieben mit einer GFSI-anerkannten Zertifizierung stammen. 97,2 Prozent unserer Fisch- und Meeresprodukte, gemessen am Gewicht, sind ASC-, MSC- oder BAP-konform.

Mithilfe der Datenbank Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX) hat HelloFresh UK im Jahr 2020 den Plan einer höheren Transparenz in unserer Lieferkette in Angriff genommen. SEDEX ist eine Online-Datenbank, die dem transparenten Austausch von Informationen zur sozialen und ethischen Nachhaltigkeit von Unternehmen dient. Alle Direktlieferant:innen von HelloFresh UK sind auf der SEDEX-Plattform registriert.

Nachhaltige Beschaffung von Zutaten in der DACH-Region

Um die Beschaffung von Zutaten in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu optimieren und die allgemeinen Tierwohlstandards in der Nutztierhaltung in Deutschland zu verbessern, hat HelloFresh im Juli 2020 freiwillig zusätzliche Maßnahmen ergriffen.

Seit Juli 2020 bezieht HelloFresh Deutschland Geflügel nur noch von Lieferant:innen, die ihre Tiere mindestens nach den Standards der Initiative Tierwohl halten. Das bedeutet unter anderem, dass die Landwirt:innen ihren Tieren mehr Platz und einen Zugang zu Beschäftigungsmaterial zur Verfügung stellen müssen. Die teilnehmenden landwirtschaftlichen Betriebe werden zweimal jährlich überprüft.

Die Initiative Tierwohl informiert Kund:innen nicht nur über geltende Tierschutzstandards, sondern unterstützt Landwirt:innen auch finanziell bei der Umsetzung und Verbesserung entsprechender Maßnahmen. Finanziert wird diese Unterstützung durch zusätzliche Zahlungen von Unternehmen. HelloFresh Deutschland zahlt beispielsweise für jedes verkaufte Kilogramm Hühner- und Schweinefleisch in die Initiative Tierwohl ein. Diese Zahlung geht wiederum als Zuschuss zurück an die Landwirt:innen, damit sie den Tierschutz in ihren Betrieben verbessern können.

Auch bei der Auswahl unserer Lieferant:innen für andere Arten von Fleisch – insbesondere für Rindfleisch, spielt Regionalität eine wichtige Rolle für uns. Wir bieten unseren Kund:innen Simmentaler-Rindfleisch aus Deutschland, Österreich oder der Tschechischen Republik an, anstatt Rindfleisch aus Südamerika zu beziehen. Dadurch reduzieren wir den CO₂-Ausstoß während der Beschaffung maßgeblich.

Europäische Masthuhn-Initiative 2026

Die Europäische Masthuhn-Initiative wurde von einer Gruppe von NGOs mit dem Ziel initiiert, das Tierwohl von Masthähnchen in großem Umfang zu verbessern. In unseren europäischen Märkten hat HelloFresh zusammen mit Compassion in World Farming einen Fahrplan erarbeitet, um die sechs in der Verpflichtungserklärung festgelegten Standards bis 2026 zu erreichen.

1. Einhaltung aller EU-Tierschutzgesetze und -vorschriften
2. Maximale Besatzdichte von 30 kg/m² oder weniger
3. Züchtung von langsam wachsenden Hühnerrassen, die höhere Tierschutz-Kriterien erfüllen
4. Erfüllung verbesserter Umweltstandards
5. Betäubung in kontrollierter Atmosphäre mittels Intergasen oder mehrstufiger Systeme
6. Nachweis der Einhaltung der obigen Standards durch Audits unabhängiger Dritter

HelloFresh hat sowohl die Qualität des Hühnerfleisches für Kund:innen erhöht als auch die Überprüfung der landwirtschaftlichen Betriebe verbessert. Dadurch konnten wir das Risiko von Krankheitserregern in Lebensmitteln verringern. HelloFresh US hat bereits 2019 das amerikanische Äquivalent der Europäische Masthuhn-Initiative unterzeichnet.

Unser nachhaltiger Lieferant Giannone Poultry

Unser größter Lieferant von Hühnerfleisch in Kanada, Giannone Poultry, hat ein eigenes Verfahren zur Abwasserbehandlung entwickelt, das Verunreinigungen von Geflügel reduziert. Mit einem eigenen Biomasse-Kraftwerk auf Holzbasis, erzeugt Giannone Poultry den für die Produktion und den Anlagenbedarf erforderlichen Dampf.

Dieses System macht Dieselkraftstoff überflüssig und der ökologische Fußabdruck der Anlage reduziert sich erheblich. Das Unternehmen hat zudem ein System implementiert, das den Abfall aus all ihren Prozessen in Kraftstoff umwandelt, wodurch wir den Bedarf der Anlage an elektrischer Energie maßgeblich senken können.

Fallbeispiel – fTRACE

Aktuell testen wir in unseren deutschen Betriebsstätten gemeinsam mit fTRACE Möglichkeiten, um die Rückverfolgbarkeit unseres meistverkauften Eiweißprodukts zu verbessern. Mit dem im Dezember 2020 implementierten System stellen wir Kund:innen einen QR-Code zur Verfügung, um durch das Scannen Informationen über den Transportweg einer Zutat zu erhalten – vom landwirtschaftlichen Betrieb bis zu unseren Kund:innen.

Fallbeispiel – Das GGN-Verbraucherlabel

In unseren skandinavischen Märkten haben wir unsere Lachsverpackungen mit dem GGN-Verbraucherlabel (Global G.A.P Number – eine universelle Produktkennzeichnung für gute landwirtschaftliche Praxis) sowie einem QR-Code versehen. Indem Kund:innen den Code scannen, erhalten sie weitere Informationen zu den Lieferant:innen und Landwirt:innen, mit denen wir zusammenarbeiten. Aufgrund der höheren Tierschutzaufgaben haben wir im Jahr 2020 beschlossen, nur noch Lachs zu beziehen, der ein solches GGN-Verbraucherlabel trägt.

Unsere Mitarbeitenden

Bei HelloFresh würdigen wir Vielfalt in allen Dimensionen, indem wir viele einzigartige Perspektiven gleichermaßen einbeziehen und unsere Teams befähigen, ihre gesamte Persönlichkeit in ihre Arbeit einzubringen.

Die Art und Weise, wie Menschen essen, hin zu mehr Nachhaltigkeit zu verändern, ist ein ehrgeiziges Ziel, das wir nur mit intelligenten, innovativen und motivierten Mitarbeitenden erreichen. Daher ist es für HelloFresh von zentraler Bedeutung, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das außergewöhnliche Talente mit unterschiedlichsten Hintergründen anspricht und fördert.

Die Zufriedenheit, Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden sowie Diversität und berufliche Weiterentwicklung sind für uns essenziell. Wir sind stolz, dass wir unsere Bemühungen in diesen Bereichen trotz des herausfordernden letzten Jahres deutlich ausbauen konnten.

Unser Unternehmen hat 2020 ein beispielloses Wachstum verzeichnet, aufgrund dessen wir mehr als 5.000 neue Arbeitsplätze über das Jahr hinweg schaffen konnten. Wir sind uns sicher, dass unsere Bemühungen, HelloFresh zu einem großartigen Arbeitsplatz zu machen, einer der Hauptgründe dafür ist, dass unsere über 11.860 Mitarbeitenden sogar unsere ehrgeizigsten Ziele erreicht und übertroffen haben.

Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden

Unterstützung in Zeiten von COVID-19

Inmitten der COVID-19-Pandemie ist sowohl die Sicherheit unserer Kund:innen als auch die unserer Mitarbeitenden wichtiger geworden denn je. Anfang 2020 ist die Nachfrage nach unseren Kochboxen massiv gestiegen. Dank unserer engagierten Mitarbeitenden auf der ganzen Welt konnten wir unsere Kund:innen auch während dieser herausfordernden Zeit sicher mit frischen und hochwertigen Zutaten versorgen – ohne unsere Mitarbeitenden zu gefährden.

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden haben wir im Jahr 2020 mit verschiedenen Maßnahmen sichergestellt, die im Folgenden aufgeführt werden.

Vertriebszentren

Mit 20 Vertriebszentren auf der ganzen Welt standen wir vor einer enormen Herausforderung. Zum einen mussten wir die Gesundheit und Sicherheit tausender Mitarbeitenden gewährleisten, zum anderen mussten unsere Boxen zusammengestellt und ausgeliefert werden. Um das zu bewältigen, haben wir nicht nur sämtliche Vorschriften der örtlichen Behörden befolgt, sondern auch zusätzliche Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen in all unseren Betriebsstätten umgesetzt:

- Wir haben den Zugang zu allen Vertriebszentren eingeschränkt. Besucher:innen mussten einen obligatorischen Gesundheitsfragebogen ausfüllen und vor dem Betreten der Betriebsstätte ihre Temperatur messen lassen.
- Wir haben in Schutzmasken investiert, noch bevor die örtlichen Behörden diese verbindlich gemacht haben. Dank dieser sorgfältigen Vorbereitung konnten wir ausreichend Masken mit unseren Mitarbeitenden teilen. Sie sind in allen operativen Bereichen Pflicht.
- Wir haben für ausreichend Abstand gesorgt. An Stellen, an denen das Einhalten des nötigen Abstands nicht möglich war, haben wir Plexiglasscheiben installiert.
- Wir haben Wärmeüberwachungskameras angebracht, um die Temperatur unserer Mitarbeitenden zu überwachen.

Darüber hinaus haben wir unseren positiv getesteten Mitarbeitenden vierzehn Tage bezahlten Urlaub gewährt. In einigen Fällen haben wir Mitarbeitenden zusätzlichen bezahlten Urlaub angeboten, beispielsweise wenn sie sich nach einem Kontakt mit einem bestätigten COVID-19-Fall in Quarantäne begeben mussten.

Lebensmittelsicherheit und COVID-19

Die Pandemie hat sich auf diverse Teile unseres Geschäfts ausgewirkt. Doch eine der größten Herausforderungen bestand darin, unsere globalen Lieferketten sicher zu verwalten. Unser Team für Lebensmittelsicherheit und -qualität hatte bereits klar definierte COVID-19-Strategien zur Risikominderung festgelegt, noch bevor sich die Pandemie auf sämtliche Märkte ausgewirkt hatte. Dadurch war es HelloFresh möglich, nicht nur schnell und effizient auf die sich rasch wandelnden Umstände und deren Auswirkungen auf unsere Lieferkette zu reagieren, sondern auch der wachsenden Nachfrage nach unserem Produkt angemessen zu begegnen.

„Uns ging es vor allem darum, uns weiterhin auf unsere bestehenden Prozesse zu konzentrieren“, berichtet Adam Best, Senior Director of International Food Safety and Quality Assurance. „Außerdem wurde schnell bekannt, dass COVID-19 nicht über Lebensmittel übertragen werden kann⁵.“

Dennoch haben wir unsere Hygienestandards durch zusätzliche Kontrollen von Zutaten aus stark betroffenen Regionen erhöht. Darüber hinaus haben wir einen eigenen Krisenstab gebildet, der eng mit den entsprechenden Behörden zusammenarbeitet. Mit Erkenntnissen aus der gesamten Branche und den Erfahrungen von HelloFresh konnten wir branchenweit-beispielhafte Maßnahmen zur Risikominderung treffen.

„Ich möchte diese Gelegenheit nutzen, um allen Teammitgliedern für ihren großartigen Einsatz zu danken“, sagt Alex Bayerlein, Vice President of Production. „Dank Euch konnten wir unseren Kund:innen auf der ganzen Welt frische Gerichte sicher nach Hause liefern.“

Unsere Fahrer:innen

Um sowohl Fahrer:innen als auch Mitarbeitende in unseren Vertriebszentren zu schützen, haben wir Betriebsabläufe festgelegt, durch die unsere Fahrer:innen die Vertriebszentren nicht länger betreten mussten. Alle Auslieferungen wurden kontaktlos durchgeführt. Zudem haben wir unsere Lieferpartner:innen angewiesen, die gleichen strengen Hygienemaßnahmen einzuhalten, wie unsere eigenen Fahrer:innen.

Unsere Mitarbeitenden im Büro

Unsere Büros sind in zehn verschiedenen Städten auf der ganzen Welt angesiedelt. Unsere talentierten Teams arbeiten dort Tag für Tag an neuen Innovationen. Nachdem in diesen Städten der Lockdown ausgerufen wurde, hat die Mehrheit unserer Büroangestellten nur

noch von zu Hause aus gearbeitet. Dass sich unsere Mitarbeitenden so schnell an die Arbeit von zu Hause gewöhnt haben, macht uns sehr stolz. Eine interne Umfrage hat ergeben, dass unsere Mitarbeitenden ihre Produktivität bei der Arbeit von zu Hause aus aufrechterhalten und teilweise sogar steigern konnten.

Um unsere Mitarbeitenden zu unterstützen, die von zu Hause arbeiteten, haben wir ihnen folgende Leistungen angeboten:

- Soweit möglich, stellten wir je nach Bedarf Bürogeräte (zusätzliche Bildschirme, Tastaturen, Bürostühle, Laptops usw.) zur Verfügung.
- In einigen Ländern haben wir unseren Mitarbeitenden Zuschüsse für die Arbeit von zu Hause gezahlt, etwa für Internetkosten.
- Wir haben darüber hinaus verschiedene Formen der mentalen Unterstützung bereitgestellt – für eventuelle Probleme hinsichtlich Isolation, Stress und Angst in Folge der COVID-19-Pandemie.



Mitarbeitende weltweit

Als der Lockdown in den Städten gegen Mitte des Jahres wieder aufgehoben wurde, haben sich einige Mitarbeitende dazu entschieden, ins Büro zurückzukehren. Um die Sicherheit aller bei der Arbeit in unseren Berliner Büros zu gewährleisten, haben wir verschiedene Arbeitsschutzmaßnahmen ergriffen. Die Maßnahmen haben wir unseren Teams auf der ganzen Welt zur Verfügung gestellt, damit sie diese in ihren jeweiligen Regionen adaptieren konnten. Diese Maßnahmen umfassten:

- Allen Mitarbeitenden, deren Arbeit nicht zwingend in unseren Büros erfolgen musste, stand es frei, zurückzukehren. Ferner boten wir den Mitarbeitenden, die zwingend im Büro arbeiten mussten, eine Erstattung für Park- oder Taxikosten an.
- Alle Mitarbeitenden mussten regelmäßig einen Gesundheitsfragebogen ausfüllen, um festzustellen, ob sie sicher ins Büro zurückkehren konnten.
- Unsere Büros wiesen zu jeder Zeit eine maximale Kapazität von 50 Prozent auf, sodass die Mitarbeitenden bei der Arbeit einen Sicherheitsabstand einhalten konnten.
- In allen Büros wurden Stationen für die Handdesinfektion, Plexiglasscheiben und Hinweisschilder für die Abstandsregelung angebracht.
- Es war Pflicht, eine Maske zu tragen, sofern der nötige Abstand nicht eingehalten werden konnte. Diese wurden von der Büroleitung bereitgestellt.
- Wir haben unseren Mitarbeitenden regelmäßige Informationen zum Thema Gesundheit und Sicherheit, die neuesten betrieblichen und regionalen COVID-19-Vorschriften sowie Nachrichten und zusätzliches Schulungsmaterialien zukommen lassen.

5) "Coronavirus disease (COVID-19): Food Safety for Consumers," World Health Organization, 14 August 2020, <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19-food-safety-for-consumers>.

Psychisches und physisches Wohlbefinden der Mitarbeitenden

Im Zuge des COVID-19-Ausbruchs haben wir neben Sicherheitsmaßnahmen verschiedene Ressourcen und Leistungen für das physische und psychische Wohlbefinden bereitgestellt:

- In Großbritannien und Kanada haben wir mittwochs Wellness-Workshops angeboten, die sich mit verschiedenen Themen der mentalen und physischen Gesundheit befassen haben.
- Im Rahmen verschiedener unternehmensinterner virtueller Communities und Veranstaltungen haben wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit gegeben, sich auch aus der Ferne untereinander auszutauschen.
- Wir haben uns mit lokalen Berater:innen und Psycholog:innen zusammengetan, um Therapieangebote für Mitarbeitende in Großbritannien und Deutschland zugänglich zu machen.
- Alle Mitarbeitenden hatten kostenlosen Zugang zu Headspace, einer mobilen Meditations-App.
- Wir haben jede Woche kostenlose virtuelle Yoga- und Fitnesskurse angeboten und in einigen Märkten Mitgliedschaften in Fitnessstudios und Abonnements für Fitness- und Trainings-Apps bezuschusst.

Diversität unserer Mitarbeitenden

Bei HelloFresh ist jede:r herzlich willkommen. Wir erweitern dieses Prinzip auch auf Partner:innen, mit denen wir zusammenarbeiten möchten, auf Communities, denen wir angehören, und auf Mitarbeitende, die wir einstellen wollen. Allein an unserem Berliner Hauptsitz arbeiten über 80 verschiedene Nationalitäten, darunter Menschen verschiedener Hautfarben, Ethnien, Glaubensrichtungen und sexuellen Orientierungen. Unsere inklusiven Unternehmenswerte werden in unserem [Verhaltenskodex](#) deutlich. Wir setzen uns gegen

Diskriminierung und für Vielfalt ein – auf der Basis gegenseitigen Respekts, Vertrauens und Fairness.

Im Jahr 2020 haben wir unsere Bemühungen für mehr Diversität gestärkt und skalierbar umgesetzt. Dazu gehören unsere neu gebildeten Komitees für Diversität und Inklusion (D&I), Trainings für Vielfalt sowie unternehmensweite Veranstaltungen und Initiativen. Verschiedene Stakeholder, Mitarbeitende und Führungskräfte führen regelmäßige, offene und transparente Dialoge. Diese Bemühungen haben unter anderem den Grundstein dafür gelegt, dass sich HelloFresh als Vorreiter in Sachen Diversität etablieren konnte.

Komitee für Diversität

HelloFresh setzt sich nicht nur dafür ein, Diversität bewusst zu fördern, sondern auch dafür, Maßnahmen zu ergreifen, die sich positiv und spürbar auf das Leben unserer Mitarbeitenden auswirken – unabhängig ihres Hintergrunds oder ihrer Identität. Unsere D&I-Komitees an mehreren unserer Standorte auf der ganzen Welt sind die treibende Kraft hinter unseren Initiativen. Unsere Komitees werden auf freiwilliger Basis von Mitarbeitenden initiiert. Diese arbeiten eng mit den jeweiligen Führungskräften zusammen, um sicherzustellen, dass die Maßnahmen, Betriebsabläufe und das Management unseres Unternehmens unser Engagement für Diversität widerspiegeln.

Unsere D&I-Komitees haben sich im Jahr 2020 das Ziel gesetzt, ihre Strukturen zu formalisieren und sie an ein offizielles Mandat zu binden. Dieser Prozess wurde durch die globale Protestbewegung für mehr soziale Gerechtigkeit beschleunigt, die unternehmensweit Interesse geweckt hat, zuzuhören, zu lernen und sich zu engagieren.

Die Komitees haben im Laufe des Jahres verschiedene Initiativen umgesetzt. Dazu gehörten antirassistische Trainings sowie Trainings zum Thema Diversität, D&I-Foren, an denen zahlreiche Stakeholder teilgenommen haben, die Gründung von Mitarbeitenden-Ressourcengruppen (Employee Resource Groups, ERGs), die Organisation gemeinnütziger Initiativen und Veranstaltungen wie zum Beispiel Monat des globalen Bewusstseins für Vielfalt, Pride Events oder Feierlichkeiten zum Internationalen Frauentag.

Wohlbefinden und Arbeit von zu Hause aus

Wir haben unsere Mitarbeiter am HelloFresh-Hauptsitz gefragt, wie sie sich gefühlt haben, als sie während der Pandemie von Remotestandorten aus arbeiten mussten.



91% der Mitarbeitenden gaben an, sich bei der Ausübung ihrer Tätigkeit sicher und zuversichtlich zu fühlen



86% haben das Gefühl, dass sich ihre Vorgesetzten um ihr Wohlergehen kümmern



89% waren der Meinung, ausreichend Unterstützung erhalten zu haben, um von zu Hause aus effektiv arbeiten zu können

“Wir, vom HelloFresh Komitee für Diversität und Inklusion (Berliner Büro), setzen uns dafür ein, ein inklusives, respektvolles und wertschätzendes Umfeld zu fördern. Wir sind der festen Überzeugung, dass unterschiedliche Ideen und Hintergründe ein stärkeres und kreativeres Arbeitsumfeld schaffen, in dem wir bessere Ergebnisse erzielen. Alle Mitarbeitenden verdienen es, in einem sicheren und integrativen Umfeld arbeiten zu können. Das ist es, was uns in unseren Bemühungen täglich antreibt. Aus diesem Grund werden wir ebendiese Ziele durch Maßnahmen, Aufklärungsarbeit und durch gemeinnützige Initiativen unterstützen.”

-Leitbild von HelloFresh SE zu den Themen Diversität und Inklusion, wie vom Ausschuss am 28. September 2018 vereinbart.

“Ich bin der Auffassung, dass jede:r den Freiraum bekommen sollte, der nötig ist, um seinen oder ihren Hintergrund zu feiern sowie persönlich und beruflich zu wachsen – nicht trotz, sondern wegen des Hintergrunds. HelloFresh ist bereits ein sehr vielfältiger Ort. Ich hoffe, dass die D&I-Komitees dazu beitragen, strukturelle und einzelne Probleme in den Vordergrund zu rücken, damit wir ihnen effektiv und transparent begegnen können.”

-Dina Mehrez, Senior Director of Strategic Product Development and D&I committee member.

Maßnahmen im Bereich Diversität und Inklusion bei HelloFresh

Mitarbeitenden-Ressourcengruppen

In Berlin, den USA und den Benelux-Ländern treffen sich unsere Mitarbeitenden-Ressourcengruppen (ERGs) regelmäßig, um an Trainings, Diskussionsrunden, Networking Events und an weiteren wichtigen Anlässen teilzunehmen. Die Mitarbeitenden-Ressourcengruppen bestehen aus freiwilligen Mitarbeitenden mit einem gemeinsamen Interesse an Themen wie Diversität, Frauen in Führungspositionen, LGBTQIA+, kulturelle Diversität und die Unterstützung für berufstätige Eltern und Personen, die Angehörige pflegen.

Stärkung von Frauen

Wir wollen ein Umfeld schaffen, in dem Frauen zu Führungskräften aufsteigen können. In den USA fördern wir das vor allem durch unsere Mitarbeitenden-Ressourcengruppen, Gleichstellungsteams (GET), Maßnahmen zur beruflichen Weiterentwicklung, zum Netzwerken sowie durch gemeinnützige Initiativen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter. Außerdem haben wir im Jahr 2020 Power of Women gegründet, unsere in Berlin ansässige Mitarbeitenden-Ressourcengruppe, die unsere weiblichen Mitarbeitenden unterstützen soll. Mit unserem Women-in-Tech-Stipendium wollen wir zudem eine größere Geschlechtervielfalt in einem Bereich schaffen, der traditionell von Männern dominiert wird. Im Jahr 2021 werden wir dieses Projekt erweitern und zwei zusätzliche Stipendien an talentierte Frauen aus dem technischen Bereich vergeben.



Im Sinne der Frauenförderung haben wir in einem größeren, allgemeineren Umfang an McKinseys Studie Women in the Workplace Report teilgenommen – einer umfassenden Studie über die Positionen von Frauen in Unternehmen. Wir haben uns einer Kohorte von über 600 Unternehmen angeschlossen, um unsere Betriebsdaten sowie qualitative Antworten von Frauen aus unserem Unternehmen bereitzustellen.

Black Lives Matter

Im Zuge der Black-Lives-Matter-Bewegung 2020 wollten wir sicherstellen, dass sich unsere Schwarzen Mitarbeitenden bei HelloFresh sicher und unterstützt fühlen. An mehreren unserer Standorte weltweit haben wir virtuelle, professionell moderierte Diskussionsrunden abgehalten, um allen Stimmen in unserem Unternehmen Gehör zu verschaffen. In Town-Hall-Meetings haben wir über die Bekämpfung von Rassismus diskutiert. An einigen Standorten haben Teams der obersten Führungsebene an Fortbildungsmaßnahmen zur Gleichstellung, Antirassismus und Unconscious Bias teilgenommen. An unseren US-Standorten tätigen unsere Mitarbeitenden-Ressourcengruppen vierteljährlich große Geldspenden an lokale Organisationen, die sich für Schwarze Communitys einsetzen.

Schließlich haben wir mit unserer Social-Media-Kampagne HelloVoices den People of Color und deren Organisationen in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie eine Stimme gegeben.

LGBTQIA+-Community

Die FreshPride-Komitees an unseren Standorten auf der ganzen Welt arbeiten daran, ein integratives und sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen bzw. zu fördern und dabei gleichzeitig die berufliche Weiterentwicklung unserer LGBTQIA+-Mitarbeitenden zu fördern. Ein zentraler Teil dieser Arbeit besteht aber auch darin, Möglichkeiten der Begegnung für LGBTQIA+-Mitarbeitende bei HelloFresh zu schaffen. Zudem organisieren sie über das ganze Jahr verteilt verschiedene Veranstaltungen und internationale Sensibilisierungskampagnen.

Anerkennung der innerbetrieblichen Diversität

Wir sind uns bewusst, wie wichtig es bei einem so vielfältigen Unternehmen wie HelloFresh ist, die unterschiedlichen Kulturen, Hintergründe und Persönlichkeiten unserer Belegschaft anzuerkennen und die Vielfalt zu feiern. So haben wir – über verschiedene Kommunikationskanäle und mit diversen Veranstaltungen und Maßnahmen – Anlässe wie die NAIDOC-Woche, den Internationalen Frauentag, den Tag der indigenen Völker und den Hispanic Heritage Month gefeiert.



47% weibliche Angestellte



86 Nationalitäten am Hauptsitz in Berlin



41% der Führungspositionen von Frauen besetzt (Associate Director und höhere Positionen)



mehr als 57 % der offenen Führungspositionen intern besetzt (Associate Director und höhere Positionen)



Unser integrativer Einstellungsprozess

Interview mit **Kasia Feng**,
Director, Diversity Equity & Inclusion, HelloFresh US



Bei HelloFresh feiern wir Diversität in allen Dimensionen. Wir beziehen sämtliche Perspektiven gleichermaßen mit ein und bestärken unsere Mitarbeitenden darin, ihre Individualität auch bei der Arbeit zu leben. In unserem Interview erklärt Kasia Feng die Maßnahmen, die wir ergreifen, um unseren Einstellungsprozess im Einklang mit unseren Versprechen für Diversität und Inklusion zu gestalten.

Wie adressieren wir Stellenausschreibungen in den USA, um ein vielfältige Bandbreite an Bewerber:innen zu erhalten?

Wir sprechen eine Vielzahl diverser Kandidat:innen an und geben ihnen Einblicke in unsere Kultur. Mit Mathison und Jopwell arbeiten wir gemeinsam daran, gezielt die Diversität der Bewerbungen zu erhöhen. Bis Ende 2040 hat HelloFresh US dank Mathison bereits über 2.400 vielfältige Kandidat:innen in der Pipeline gezählt. Wir veröffentlichen Stellenausschreibungen außerdem auf Jobportalen, die ihren Fokus auf Diversität richten. Mit Plattformen wie beispielsweise LinkedIn gewähren wir den Kandidat:innen Einblick in unsere Unternehmenskultur, einschließlich der Initiativen unserer Mitarbeitenden-Ressourcengruppen

Wie stellen wir sicher, dass unser Einstellungsprozess fair und integrativ ist?

2020 haben alle Führungskräfte bei HelloFresh US an einem Training zum Thema Unconscious Bias teilgenommen und einen Aktionsplan erstellt, um einen tiefgreifenden Wandel im Unternehmen herbeizuführen. Die Verantwortlichen unseres Einstellungsprozesses haben zudem ein Training zu integrativen Einstellungsverfahren absolviert, bei dem unser Team in diversen Bewerbungsverfahren, Verfassen von integrativen Stellenbes-

chreibungen, Abbau von Vorurteilen bei der Auswahl der Kandidat:innen sowie in der integrativen Gesprächsführung beim Bewerbungsgespräch geschult wurde. Um einen echten Wandel im Verhalten sowie auf kognitiver Ebene voranzutreiben, werden wir uns weiterhin vierteljährlich mit unseren Talent-Akquisitionsteams treffen. In diesem Kontext haben wir uns mit integrativen Einstellungsverfahren befasst und den Bereich Diversity, Equity & Inclusion (DE&I, Diversität, Gleichberechtigung & Integration) bei HelloFresh gefestigt und weiter ausgebaut.

Wie überwachen wir die Wirksamkeit dieser Maßnahmen, um innerhalb der Belegschaft mehr Diversität zu schaffen?

Wir verwenden den Equal Hiring Index (EHI, Gleichstellungsindex für die Einstellung) von Mathison, um die Wirksamkeit unserer Bemühungen im Bereich Diversität über zwei Dimensionen dynamisch zu messen: der Einstellung von Personal sowie die Personalbindung. Der Index zur Einstellung von Personal deckt Bereiche wie die Bewerbung, Bewerbungsgespräch und Onboarding ab, während der Index zur Personalbindung unsere Programme zur beruflichen Weiterentwicklung, Förderung von Feedback, Community und Kultur evaluiert. Zwischen Februar und November 2020 konnten wir eine Verbesserung unseres Ergebnisses um 37 Prozent verzeichnen. Wichtig festzuhalten ist, dass dies keine statische Größe ist, sondern Teil eines dynamischen Dashboards, das unser Team für die Priorisierung und Implementierung von Schlüsselmaßnahmen verwendet. Diese können zu einem nachhaltigen, messbaren Wandel führen.

Wie fördert HelloFresh unsere zunehmend vielfältige Belegschaft und stellt sicher, dass wir unserem Versprechen für Vielfalt treu bleiben?

Anfang 2020 hat HelloFresh anlässlich unseres Versprechens für Diversität die erste DE&I-Abteilung angekündigt. Zur Unterstützung unserer Belegschaft in einem zunehmend herausfordernden Jahr, haben wir mehrere Listening Sessions in einem geschützten Rahmen veranstaltet. Zudem haben wir unsere Mitarbeitenden-Ressourcengruppen neu strukturiert, die neue Initiative FreshParents ins Leben gerufen und Executive-Sponsoren ernannt. Wir haben uns zu monatlichen kulturellen Feiern verpflichtet und arbeiten mit verschiedenen lokalen Organisationen zusammen, die sich für Vielfalt einsetzen. Außerdem haben wir einen DE&I-Rat ins Leben gerufen. Diesem gehören externe Expert:innen an, die uns helfen, fokussiert und innovativ zu bleiben.

Förderung unserer Mitarbeitenden

Der Lernprozess hört bei HelloFresh nie auf. Der Leitgedanke, sich kontinuierlich auf beruflicher Ebene weiterzuentwickeln, ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur – und gilt gleichermaßen für die Mitarbeitenden in unseren Vertriebszentren und an den lokalen Standorten sowie am internationalen Hauptsitz in Berlin. Wir bieten unseren Mitarbeitenden verschiedene Programme und Trainings an und stellen ihnen Fördermittel zur Verfügung, um sie bei ihrer individuellen Entwicklung ihrer beruflichen Qualifikation zu unterstützen.

- 2020 hat das Global Learning & Development (L&D)-Team seine erste Weiterbildungskampagne gestartet – einschließlich einer Reihe von Workshops und Vorträgen zum Thema Datenkompetenz. Diese wurden für alle Mitarbeitenden in unseren Berliner Büros über einen Zeitraum von zwei Monaten kostenlos angeboten.
- In Deutschland, Großbritannien, den USA, Kanada sowie Australien und Neuseeland steht unseren Mitarbeitenden in den Büros ein jährliches Budget für Weiterbildung zur Verfügung. Sie können dieses für Trainings, Webinare, Bücher, Konferenzen oder Coaching-Sitzungen verwenden.
- Alle Mitarbeitenden erhalten zweimal jährlich eine Leistungsbeurteilung, basierend auf dem Feedback ihrer direkten Vorgesetzten und Kolleg:innen. Der Beurteilungszyklus ist vollkommen

transparent aufgesetzt und soll unseren Mitarbeitenden helfen, ihre beruflichen Ziele bei HelloFresh zu verwirklichen.

- Unsere australischen Mitarbeitenden haben Zugang zu Trainings des Australian Institute of Management. Diese Kurse decken inhaltlich Themen wie emotionale Intelligenz, Analytik und Coaching ab.
- An unserem Standort in Kanada haben wir 2020 unser eigenes Learning Management System, namens Bridge, eingerichtet. Die Plattform bietet über 50 Kurse von internen und externen Referent:innen an.
- In den meisten Ländern bieten wir regelmäßig kostenlose Inhouse-Trainings an, die sich mit einer Vielzahl von Themen wie Verhandlung, Projektmanagement und SQL (Datenbanksprache) beschäftigen.
- In unseren Berliner Büros zählen wir Mitarbeitende aus über 80 verschiedenen Nationen. Daher stellen wir hier Budget für Deutsch Sprachkurse zur Verfügung. In Großbritannien unterstützen wir Kolleg:innen entsprechend mit Englisch Sprachkursen.
- In den USA ermöglicht unser Stretch Assignment-Programm Mitarbeitenden, die im Kund:innendienst tätig sind, an kurzfristigen Projekten mit anderen Teams zu arbeiten. Dadurch erhalten sie weitere Einblicke in unser Unternehmen und können ihre Kompetenzen weiter ausbauen, etwa durch die Zusammenarbeit mit den Kolleg:innen, die die Entwicklung unserer Rezepte verantworten. Das Programm kann Mitarbeitende auf ihre nächste Position vorbereiten, sei es im Bereich Kund:innendienst oder in einem neuen Team.



Unsere Community

Für HelloFresh hat die Unterstützung der lokalen Communities, in denen wir leben und arbeiten, hohe Priorität.

Als weltweit größter Anbieter von Kochboxen haben wir die Verantwortung, unserer Community und unserem umfangreichen Lieferant:innennetzwerk etwas zurückzugeben. Das Jahr 2020 hat die Welt mit beispiellosen Herausforderungen konfrontiert. Doch wir konnten in dieser schwierigen Zeit unsere Communitys unterstützen, indem wir diverse Geldspenden getätigt und Hilfsprojekte ins Leben gerufen haben. Darüber hinaus entwickelten und implementierten wir Richtlinien, um sicherzustellen, dass unsere Partner:innen und Lieferant:innen sich an die gleichen ethischen Standards halten wie wir.

Richtlinie zum Ethischen Handel

HelloFresh arbeitet intensiv daran, enge Beziehungen mit unseren vertrauenswürdigen Lieferant:innen auf der ganzen Welt zu knüpfen. 2020 mussten wir aufgrund einer beispiellosen, weltweiten Nachfrage nach unserem Produkt noch enger mit immer mehr Lieferant:innen

zusammenarbeiten. Wir haben uns nicht nur dazu verpflichtet, die Einhaltung von Rechten und das Wohlergehen unserer eigenen Mitarbeitenden sicherzustellen, sondern auch, faire und ethisch vertretbare Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden unserer Lieferant:innen und Dienstleistenden zu gewährleisten. Das schließt neben unserer Null-Toleranz-Strategie gegenüber Zwangsarbeit, Kinderarbeit, Diskriminierung und menschenunwürdiger Behandlung auch das Verbot nicht gesetzmäßiger Arbeitszeiten mit ein. Wir erwarten, dass alle Lieferant:innen und Dienstleistenden die Arbeitnehmerrechte ihrer Mitarbeitenden respektieren, für sichere und hygienisch einwandfreie Arbeitsplätze sorgen und ihre Mitarbeitenden rechtzeitig entlohnen.

Diese Verpflichtung ist seit 2020 in unserer Ethical Trading Policy niedergeschrieben. Die Richtlinie legt klar fest, welche Erwartungen HelloFresh an den Umgang mit Arbeitskräften stellt. Sie richtet sich nach den Standards der International Bill of Rights und der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit.



Unsere Ethical Trading Policy gilt weltweit für alle Marken der HelloFresh-Gruppe, deren direkte und indirekte Lieferant:innen, Dienstleistende und Unterauftragnehmer:innen. Alle Parteien müssen sich unangekündigten Kontrollbesuchen oder Audits unterziehen, um die Einhaltung der Ethical Trading Policy sicherzustellen.

Spenden

2020 haben wir mit diversen Geld- und Sachspenden Organisationen auf der ganzen Welt unterstützt. Dabei haben sich unsere Bemühungen auf jene konzentriert, die besonders unter sozialer Ungerechtigkeit, den Folgen der COVID-19-Pandemie und Umweltkatastrophen gelitten haben.

HelloFresh hat Spenden im Wert von über 13 Millionen Euro an Organisationen auf der ganzen Welt geleistet und damit Familien und Communitys unterstützt, die besonders schwer von den Folgen der COVID-19-Pandemie betroffen waren. Darunter waren Geldspenden im Wert von über 170.000 Euro an Lebensmittelbanken auf der ganzen Welt enthalten. Wir haben eine gemeinsame Spendenaktion mit unseren Kund:innen initiiert, die sich an den COVID-19 Response Fund (ein Fonds zur Bekämpfung von COVID-19) der Food Banks Canada gerichtet hat. Mit dieser Geldspende konnten wir über 50.000 frische Mahlzeiten für kanadische Familien bereitstellen, deren Ernährungslage aufgrund der Pandemie unsicher war. Mit einer weiteren Geldspende von über 100.000 Pfund haben wir den staatlichen Gesundheitsdienst in Großbritannien,

NHS und seine Mitarbeitenden an vorderster Front unterstützen können. Ferner konnten wir Familien unterstützen, die 2020 hart von Naturkatastrophen getroffen wurden. Im Januar waren wir infolge widriger Witterungsverhältnisse nicht in der Lage, unsere Boxen an die Familien auf der kanadischen Insel Neufundland auszuliefern. Stattdessen haben wir diese nicht verwendeten Lebensmittel an Familien von Militärangehörigen auf dem CFB-Gagetown-Militärstützpunkt in Oromocto, New Brunswick in Kanada geliefert. Insgesamt waren das über 7.000 frische Mahlzeiten.

Am anderen Ende der Welt, in Australien, haben wir unsere Mitarbeitenden im Zuge der verheerenden Waldbrände Anfang 2020 animiert, Geld für die New South Wales Landfeuerwehr zu sammeln. Den gesammelten Geldbetrag haben wir dann verdoppelt und gespendet. Ende 2020 haben wir uns mit unseren australischen Kund:innen für ein Spendenprogramm zusammengetan. Gemeinsam haben wir an Weihnachten 200.000 Dollar an OzHarvest, eine der führenden Organisationen zur Rettung von Lebensmitteln, überreicht. Dadurch wurden hilfsbedürftigen Familien mit Nahrungsmitteln versorgt. Das Spendenprogramm führen wir auch in 2021 weiter.

Als Antwort auf die Black-Lives-Matter-Bewegung hat auch HelloFresh US im Kampf um soziale Gerechtigkeit Stellung bezogen und der Brooklyn NAACP, eine der ältesten und einflussreichsten Organisationen, die sich für die Bürgerrechte von People of Color einsetzt, eine Geldspende überreicht.



Einbindung und Aufklärung unserer Community

Wir möchten die Art und Weise, wie Menschen essen, nachhaltig verändern – das endet nicht bei unseren Kund:innen. Wir leben in einer Welt, in der sich viele Familien von Fast Food ernähren und hoch verarbeitete Lebensmittel konsumieren. Daher ist es uns wichtig, vor allem Kinder über die Herkunft von Lebensmitteln aufzuklären.

In Deutschland haben wir unsere Partnerschaft mit Ackerdemia e.V. im letzten Jahr verlängert, einer Initiative zur Unterstützung eines Schulgartens in der Nähe unseres Hauptsitzes in Berlin. Im Rahmen dieses Projektes lernen die Schulkinder, ihre eigenen Lebensmittel anzubauen und zu ernten, und entdecken dabei den Wert frischer Zutaten und gesunder Ernährung. In ähnlicher Weise hilft unsere Partnerschaft mit Evergreen in Kanada mit seinem School Ground Greening Program, ein Programm zur Begrünung des Schulgeländes. Zusammen mit unseren Kund:innen unterstützen wir das Anlegen von Gemüseärten an Schulen in ganz Kanada mit einer jährlichen Spende.

Der Community etwas zurückgeben: Beyond the Box

Ziel des Programms besteht darin, die überwiegende Mehrheit unserer frischen, nicht verkauften Zutaten lokalen wohltätigen Organisationen zu spenden, welche jene unterstützen, die mit Ernährungsunsicherheit konfrontiert sind. Dank unserer wöchentlichen Rotation der Rezepte können wir unsere überschüssigen Zutaten erfassen, lange bevor sie verderben. So können sie schneller ihren Weg zu Bedürftigen finden, anstatt auf Mülldeponien entsorgt zu werden. Durch Beyond the Box und mit Hilfe unserer gemeinnützigen Partner:innen haben wir im Jahr 2020 mehr als 3,6 Millionen Mahlzeiten gespendet.

Neben der Spende von überschüssigen Zutaten an Hilfsbedürftige haben wir 2020 in den USA unser Meals With Meaning-Programm gestartet.

Im Rahmen dieses Programms haben wir über 700.000 Mahlzeiten, im Wert von über 1,4 Millionen Euro, an Personen und Familien gespendet, deren Ernährungslage infolge der COVID-19-Pandemie unsicher war. Um Kochboxen direkt zu den Menschen nach Hause zu liefern, haben wir uns mit dem Staat New York bzw. seinem Nourish New York-Programm sowie mit der Stadt Newark zusammengeschlossen.

„HelloFresh war ein wichtiger Partner im COVID-19-Lebensmittelhilfsprogramm der Stadt Newark. Wir sind sehr dankbar für ihre Hilfe bei der Bereitstellung von Mahlzeiten für unsere Einwohner und Familien, die von den Folgen dieser Pandemie besonders betroffen waren“, so der Bürgermeister der Stadt Newark, Ras Baraka.

Einer der Gründe für den Erfolg von Beyond the Box sind unsere weitreichenden und langfristigen Partnerschaften. Table to Table, unser langfristiger Partner bei der Lebensmittelhilfe in Newark, hat strategische Chancen wahrgenommen, um für die Communitys in New Jersey die größtmögliche Wirkung zu erzielen. Die Lebensmittel, die wir spenden, liefern nicht nur Nahrung, sondern sind auch ein Zeichen der Hoffnung und Würde für die Menschen – die gerade in herausfordernden Zeiten wie diesen dringend benötigt werden.

Hier einige unserer Beyond-the-Box-Vertriebspartner (sowohl neue als auch bestehende):

- City of Newark (NJ)
- State of New York and New York State Division of Veterans' Services
- City Harvest (NY)
- Memorial Sloan Kettering Cancer Center (NY)
- Texas National Guard
- Multiple Sclerosis Association of America

Zusätzlich zu unseren laufenden Spendenprogrammen für Lebensmittelüberschüsse und den neu gestarteten Spendenprogrammen



von Mahlzeiten haben wir die NAACP und zahlreiche lokale Community-Organisationen mit Sach- und Geldspenden unterstützt. Im Rahmen unseres HelloPerks-Programms verteilen wir mit unseren Boxen Beipackzettel für das St. Jude's Children's Hospital (Kinderkrankenhaus) und für Feeding America (Nahrung für Amerika), um deren Fundraising zu unterstützen bzw. ihnen zu helfen, über zwei Millionen Kund:innen zu erreichen.

„Dank der Partnerschaft mit HelloFresh konnten wir über die letzten sieben Jahre erstaunliche 198 neue Community-Gruppen mit Lebensmitteln versorgen, die sich um hungernde Menschen kümmern. Wir konnten in allen vier Bezirken, in denen wir arbeiten, kostenlose Lebensmittelmärkte errichten sowie Ausgabestellen in der Nachbarschaft und Distributionszentren eröffnen. So konnten wir das Angebot an frischen Produkten für die Menschen in den Gebieten, in denen Lebensmittel oft zu knapp sind, exponentiell erhöhen. HelloFresh ist ein unglaubliches Geschenk für Table to Table und für die Hunderttausende Menschen, die von ihren großzügigen Spenden profitieren.“

-Julie Kinner, Director Recipient Relations & Community Affairs, Table to Table

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

HelloFresh toleriert keine Korruption oder Bestechung jeglicher Art. Unser Code of Conduct legt klare Richtlinien zur Vermeidung von Interessenkonflikten fest. Mitarbeitenden von HelloFresh ist es nicht gestattet, Geld, Zuwendungen, Dienstleistungen, Geschenke oder andere Gegenstände von Wert anzubieten oder zu fordern, um Verträge mit Geschäftspartner:innen zu gewinnen.

Darüber hinaus gibt unsere konzernweite Anti-Corruption Guideline, klare Verhaltensregeln und Erwartungen für alle Mitarbeitenden. Unser Code of Conduct verbietet außerdem Praktiken, die unserer Verpflichtung zu fairem Wettbewerb widersprechen. Dazu gehören beispielsweise wettbewerbswidrige Vereinbarungen und Preisabsprache



Blick in die Zukunft

Wir sind in das Jahr 2020 mit ambitionierten Zielen gestartet – nämlich mit der Absicht, uns zu einem der führenden Unternehmen im Bereich der Nachhaltigkeit zu entwickeln. Daher sind wir auf unsere Erfolge des letzten Jahres besonders stolz – allen voran, dass wir 2020 zum weltweit ersten klimaneutralen Anbieter von Kochboxen geworden sind. Nichtsdestotrotz ist uns bewusst, dass wir unsere Bemühungen weiter ausbauen müssen, um unseren Fortschritt auch in den kommenden Jahren voranzutreiben.

Mit Blick auf die Zukunft planen wir, unsere Umweltauswirkungen vollständig zu erfassen und entlang der gesamten Lieferkette von HelloFresh zu minimieren. Dazu gehört die Reduzierung der CO₂-Emissionen unserer Betriebsstätten um 60 Prozent pro Euro Umsatz bis 2022, die Steigerung unserer Energieeffizienz sowie die Entwicklung von innovativen und umweltfreundlichen Verpackungslösungen. Mithilfe vertrauenswürdiger Partner:innen und Expert:innen im Bereich Abfallmanagement werden wir unsere Verpackungsabfälle noch weiter optimieren. Außerdem haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2022 die

Menge unserer Lebensmittelabfälle, die aus unseren Betriebsstätten auf Mülldeponie entsorgt werden, um 50 Prozent pro Euro Umsatz zu reduzieren.

Wir halten an unseren Bemühungen für mehr Diversität fest und fördern das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden. Wir möchten HelloFresh zu einem Ort machen, der Talente aus allen Bereichen des Lebens willkommen heißt und fördert. Auch unsere lokalen Communitys rund um den Globus unterstützen wir weiterhin.

Nicht zuletzt verpflichten wir uns, unsere Kund:innen dabei zu unterstützen, bewussthafte Entscheidungen zu treffen und sie mit umweltfreundlichen Mahlzeiten zu versorgen.

Wir haben in den letzten 10 Jahren bereits viel erreicht, trotzdem stehen wir erst am Anfang unserer Nachhaltigkeitsreise. Wir werden 2021 und darüber hinaus auf unseren Nachhaltigkeitsbemühungen des Jahres 2020 aufbauen. Wir sind überzeugt, dass das der beste Weg ist, die Art und Weise, wie Menschen essen, nachhaltig zu verändern.

Erstmals gibt HelloFresh Nachhaltigkeitsziele bekannt:

- Die Reduzierung der CO₂-Emissionen sämtlicher Produktionsstätten pro Euro Umsatz um 60 Prozent bis 2022
- Die Reduzierung der Lebensmittelabfälle, die auf Mülldeponien oder durch Verbrennung entsorgt werden, um 50 Prozent pro Euro Umsatz bis 2022

Als Ausgangsbasis für die beiden Ziele dient das Jahr 2019.

