



# QUARTALSMITTEILUNG

Q1 2020

## HELLOFRESH IM ÜBERBLICK

Kennzahlen	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
<b>Leistungsindikatoren</b>			
<b>Konzern</b>			
Aktive Kunden (in Mio.)	4,18	2,48	68,4%
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	14,74	8,88	65,9%
Bestellungen pro Kunde	3,5	3,6	(1,5%)
Mahlzeiten (in Mio.)	111,3	65,6	69,6%
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR) (ohne Retail)	47,4	47,1	0,5%
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR) (ohne Retail)	46,8	47,1	(0,7%)
<b>USA</b>			
Aktive Kunden (in Mio.)	2,64	1,40	88,6%
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	8,95	4,91	82,2%
Bestellungen pro Kunde	3,4	3,5	(3,4%)
Mahlzeiten (in Mio.)	61,3	32,2	90,3%
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR) (ohne Retail)	48,7	48,6	0,2%
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR) (ohne Retail)	47,3	48,6	(2,7%)
<b>International</b>			
Aktive Kunden (in Mio.)	1,54	1,08	42,3%
Anzahl der Bestellungen (in Mio.)	5,79	3,97	45,8%
Bestellungen pro Kunde	3,8	3,7	2,4%
Mahlzeiten (in Mio.)	50,0	33,4	49,6%
Durchschnittlicher Bestellwert (EUR) (ohne Retail)	45,3	45,3	(0,1%)
Durchschnittlicher Bestellwert bei konstanten Wechselkursen (EUR) (ohne Retail)	46,1	45,3	1,7%

Kennzahlen	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
<b>Ertragslage</b>			
<b>Konzern</b>			
Umsatz (in Mio. EUR)	699,1	420,1	66,4%
Umsatzwachstum bei konstanten Wechselkursen (in Mio. EUR)	691,1	420,1	64,5%
Contribution-Marge (in Mio. EUR)*	201,1	121,6	65,4%
Contribution-Marge (in % der Umsatzerlöse)*	28,8%	29,0%	(0,2 pp)
AEBITDA (in Mio. EUR)	63,1	(26,1)	341,8%
AEBITDA (in % der Umsatzerlöse)	9,0%	(6,2%)	15,2 pp
<b>USA</b>			
Umsatz (in Mio. EUR)	436,7	239,6	82,3%
Umsatzwachstum bei konstanten Wechselkursen (in Mio. EUR)	424,1	239,6	77,0%
Contribution-Marge (in Mio. EUR)*	131,5	74,6	76,3%
Contribution-Marge (in % der Umsatzerlöse)*	30,0%	31,2%	(1,2 pp)
AEBITDA (in Mio. EUR)	49,6	(22,7)	318,5%
AEBITDA (in % der Umsatzerlöse)	11,3%	(9,5%)	20,8 pp
<b>International</b>			
Umsatz (in Mio. EUR)	262,2	180,6	45,2%
Umsatzwachstum bei konstanten Wechselkursen (in Mio. EUR)	266,8	180,6	47,7%
Contribution-Marge (in Mio. EUR)*	72,3	47,8	51,3%
Contribution-Marge (in % der Umsatzerlöse)*	27,6%	26,5%	1,1 pp
AEBITDA (in Mio. EUR)	26,2	8,0	227,5%
AEBITDA (in % der Umsatzerlöse)	10,0%	4,4%	5,6 pp
<b>Vermögens- und Finanzlage des Konzerns</b>			
Nettoumlaufvermögen	(153,4)	(122,2)	
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	132,5	2,9	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	299,8	189,1	
Free Cashflow (in Mio. EUR)	111,3	(3,6)	
*abzgl. anteilsbasierte Vergütungsaufwand			

## HELLOFRESH LIEFERT EINE HERAUSRAGENDE PERFORMANCE IN Q1 2020 TROTZ HERAUSFORDERNDEN BEDINGUNGEN:

- im ersten Quartal 2020 erreicht die Zahl der aktiven Kunden 4,18 Millionen, gegenüber 2,97 Millionen im vierten Quartal 2019 (und 2,48 Millionen im ersten Quartal 2019).
- Das Vertrauen der Kunden ermöglichte uns 111,3 Millionen Mahlzeiten, trotz der derzeit schwierigen Bedingungen, zu liefern
- Sehr starkes Umsatzwachstum während des gesamten Quartals mit einem zusätzlichen Anstieg im März 2020 auf Grund der Covid-19-Situation
- Anstieg des Umsatzes um 64,5% für das Quartal auf Basis konstanter Wechselkurse
- AEBITDA-Marge von 9,0%, beide Geschäftssegmente liefern zweistellige AEBITDA-Margen
- EUR 111,3 Mio. Free Cashflow im 1. Quartal 2020
- bilanziell ausgewiesene liquide Mittel in Höhe von 299,8 Mio. EUR zum Quartalsende
- Guidance trotz sehr großer makroökonomischer Unsicherheit erhöht

## ERFOLGSLAGE DES KONZERNS

In Mio. EUR	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
Umsatzerlöse	699,1	420,1	66,4%
Beschaffungskosten	(240,6)	(152,1)	(58,2%)
% der Umsatzerlöse	(34,4%)	(36,2%)	1,8 pp
Vertriebskosten	(258,4)	(146,8)	(76,0%)
% der Umsatzerlöse	(37,0%)	(35,0%)	(2,0 pp)
Contribution-Marge	200,1	121,2	65,1%
Contribution-Marge (ohne SBC)	201,1	121,6	65,4%
% der Umsatzerlöse	28,8%	29,0%	(0,2 pp)
Marketingkosten	(118,6)	(132,0)	10,2%
% der Umsatzerlöse	(17,0%)	(31,4%)	14,4 pp
Marketingkosten (ohne SBC)	(118,0)	(131,8)	10,5%
% der Umsatzerlöse	(16,9%)	(31,4%)	14,5 pp
Allgemeine Verwaltungskosten, sonstige Erlöse und Aufwendungen	(34,9)	(29,5)	(18,3%)
% der Umsatzerlöse	(5,0%)	(7,0%)	2,0 pp
Allgemeine Verwaltungskosten, sonstige Erlöse und Aufwendungen (ohne SBC)	(30,8)	(25,9)	(18,9%)
% der Umsatzerlöse	(4,4%)	(6,2%)	1,8 pp
EBIT	46,6	(40,3)	215,6%
% der Umsatzerlöse	6,7%	(9,6%)	16,3 pp
Abschreibungen	10,6	10,0	6,0%
EBITDA	57,2	(30,3)	288,8%
% der Umsatzerlöse	8,2%	(7,2%)	15,4 pp

Special Items	0,3	-	-
anteilsbasierte Vergütungsaufwand	5,6	4,2	(33,3%)
AEBITDA	63,1	(26,1)	341,8%
% der Umsatzerlöse	9,0%	(6,2%)	15,2 pp
AEBIT	52,5	(36,1)	245,4%
% der Umsatzerlöse	7,5%	(8,6%)	16,1 pp

HelloFresh erzielte im ersten Quartal 2020 ein hohes Umsatzwachstum im Vergleich zum ersten Quartal 2019 mit 66,4% und 64,5% auf Basis konstanter Wechselkurse. Infolgedessen stieg der Konzernumsatz von EUR 420,1 Mio. im ersten Quartal 2019 auf EUR 699,1 Mio. in diesem Quartal. Das Umsatzwachstum ist in erster Linie auf eine Zunahme der Anzahl aktiver Kunden um 68,4% zurückzuführen, die sich im ersten Quartal 2020 auf 4,18 Mio. gegenüber 2,48 Mio. im Vorjahreszeitraum erhöhte. Während HelloFresh in den Monaten Januar und Februar eine etwas höhere Wachstumsrate als das bereits schnelle Wachstum im 4. Quartal 2019 verzeichnete, stieg das Wachstum in der 2. Märzhälfte auf Grund einer zusätzlichen Kundennachfrage, die durch die globale Entwicklung von Covid-19 ausgelöst wurde, weiter an. Die Umsetzung von Sperrmaßnahmen und die Schließung von Restaurants in den meisten unserer Hauptmärkte haben die Kundennachfrage nach hausgemachten Mahlzeiten in diesem Zeitraum erhöht.

Die Contribution-Marge, ohne Berücksichtigung des anteilsbasierten Vergütungsaufwands, blieb im ersten Quartal 2020 mit 28,8% des Umsatzes im Vergleich zu 29,0% im ersten Quartal 2019 weitgehend stabil. Diese Margenentwicklung ist das Ergebnis einer Reihe von gegenläufigen Faktoren: Auf der negativen Seite (i) eine allgemeine Erhöhung der gewährten Rabatte, die sich negativ auf die Contribution-Marge auswirkt, da diese direkt von den Einnahmen abgezogen werden, und (ii) ein Anstieg unserer Erfüllungskosten, da zusätzliche Maßnahmen zur Mitarbeitersicherheit und sozialen Distanzierung umgesetzt wurden, die durch (iii) weitere Effizienzsteigerungen der Beschaffungskosten ausgeglichen wurden.

In Fortsetzung des bereits in den letzten Quartalen erkennbaren Trends konnte HelloFresh seine Marketingkosten (inklusive anteilsbasiertem Vergütungsaufwand) in Prozent des Umsatzes im ersten Quartal 2020 um 14,4 Prozentpunkte auf 17,0% gegenüber 31,4% im Vorjahreszeitraum deutlich senken. Dieses Ergebnis ist umso beachtlicher, wenn man bedenkt, dass das erste Quartal die Periode mit der höchsten Aktivität der Neukundenakquise ist und daher saisonal typischerweise der Zeitraum, in dem das Unternehmen den höchsten Anteil seines Marketingbudgets ausgibt. Die vorteilhafte Auswirkung auf den Marketingaufwand im ersten Quartal 2020, ist in erster Linie eine Konsequenz aus (i) attraktiver Kundenakquisitionskosten, die in den meisten unserer Marketingkanäle erzielt wurden, (ii) starker Kundengewinne in den Marketingkanälen, die vergleichsweise weniger bezahlte Marketingausgaben erfordern, wie z.B. unser Weiterempfehlungsprogramm und die Reaktivierung ehemaliger Kunden, sowie (iii) einer Reduzierung der Marketingmaßnahmen in der zweiten Märzhälfte 2020, als sich die Nachfrage in einigen unserer wichtigsten Märkte der vollen Kapazität näherte.

Die allgemeinen Verwaltungskosten, sonstige Erlöse und Aufwendungen (inklusive anteilsbasiertem Vergütungsaufwand) sind im Vergleich zum Umsatz weniger stark gestiegen und daher von 7,0% im Verhältnis zum Umsatz im ersten Quartal 2019 auf 5,0% im ersten Quartal 2020 gesunken. In absoluten Zahlen stiegen diese von EUR 29,5 Mio. im ersten Quartal 2019 auf EUR 34,9 Mio. im aktuellen Zeitraum. Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen, sonstige Erlöse und Aufwendungen (ohne anteilsbasierten Vergütungsaufwand) sind auf relativer Basis von 6,2% im Verhältnis zum Umsatz im ersten Quartal 2019 auf 4,4% im ersten Quartal 2020 ebenfalls gesunken.

Das EBIT stieg im ersten Quartal 2020 auf EUR 46,6 Mio., was einer Marge von 6,7% entspricht, verglichen mit einer negativen Marge von (9,6)% im ersten Quartal 2019. Dies ist ein Ergebnis der oben beschriebenen Faktoren.

Das AEBIT stieg auf EUR 52,5 Mio., eine Marge von 7,5%, im Vergleich zu einer negativen Marge im ersten Quartal 2019 von (8,6)%.

Das AEBITDA stieg auf EUR 63,1 Mio., eine Marge von 9,0%, verglichen mit einer negativen Marge im ersten Quartal 2019 von (6,2)%.

## SEGMENTINFORMATIONEN

Die Ergebnisse für die drei Monate bis zum 31. März 2020 lassen ein starkes Wachstum und eine Margenverbesserung in beiden Segmenten erkennen.

In Mio. EUR	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>			
USA (extern)	436,7	239,6	82,3%
International (extern)	262,2	180,6	45,2%
Holding	37,2	26,1	42,5%
Konsolidierung	(37,0)	(26,2)	41,2%
<b>Summe</b>	<b>699,1</b>	<b>420,1</b>	<b>66,4%</b>
<b>Contribution-Marge*</b>			
USA	131,5	74,6	76,3%
International	72,3	47,8	51,3%
Holding	35,3	24,4	44,7%
Konsolidierung	(38,0)	(25,2)	50,8%
<b>Summe</b>	<b>201,1</b>	<b>121,6</b>	<b>65,4%</b>
<b>AEBITDA</b>			
USA	49,6	(22,7)	318,5%
International	26,2	8,0	227,5%
Holding	(12,7)	(11,4)	(11,4%)
Konsolidierung	-	-	-
<b>Summe</b>	<b>63,1</b>	<b>(26,1)</b>	<b>341,8%</b>
<b>AEBIT</b>			
USA	45,6	(27,2)	267,6%
International	20,9	3,5	497,1%
Holding	(14,0)	(12,4)	(12,9%)
Konsolidierung	-	-	-
<b>Summe</b>	<b>52,5</b>	<b>(36,1)</b>	<b>245,4%</b>

\*abzgl. anteilsbasierte Vergütungsaufwand

## Erfolgslage des US-Segments

<i>In Mio. EUR</i>	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
Umsatzerlöse (gesamt)	438,4	240,5	82,3%
Umsatzerlöse (extern)	436,7	239,6	82,3%
Beschaffungskosten	(133,7)	(76,3)	(75,2%)
% der Umsatzerlöse	(30,5%)	(31,7%)	1,2 pp
Vertriebskosten	(173,9)	(88,8)	(95,8%)
% der Umsatzerlöse	(39,7%)	(36,9%)	(2,7 pp)
Contribution-Marge	130,8	75,4	73,5%
Contribution-Marge (ohne SBC)	131,5	74,6	76,3%
% der Umsatzerlöse	30,0%	31,2%	(1,2 pp)
Marketingkosten	(76,1)	(94,4)	19,4%
% der Umsatzerlöse	(17,4%)	(39,3%)	21,9 pp
Marketingkosten (ohne SBC)	(75,8)	(94,2)	19,5%
% der Umsatzerlöse	(17,3%)	(39,2%)	21,9 pp
Allgemeine Verwaltungskosten, sonstige Erlöse und Aufwendungen	(11,2)	(9,2)	(21,7%)
% der Umsatzerlöse	(2,6%)	(3,8%)	1,2 pp
Allgemeine Verwaltungskosten, sonstige Erlöse und Aufwendungen (ohne SBC)	(10,1)	(8,8)	(14,8%)
% der Umsatzerlöse	(2,3%)	(3,7%)	1,4 pp
EBIT	43,5	(28,2)	254,3%
% der Umsatzerlöse	9,9%	(11,7%)	21,6 pp
Abschreibung	4,0	4,6	(13,0%)
EBITDA	47,5	(23,6)	301,3%
% der Umsatzerlöse	10,8%	(9,8%)	20,6 pp
Special Items	-	0,2	100,0%
anteilsbasierte Vergütungsaufwand	2,1	0,7	(200,0%)
AEBITDA	49,6	(22,7)	318,5%
% der Umsatzerlöse	11,3%	(9,5%)	20,8 pp
AEBIT	45,6	(27,2)	267,6%
% der Umsatzerlöse	10,4%	(11,3%)	21,7 pp

Der Umsatz des US-Segments stieg um 82,3% von EUR 239,6 Mio. im ersten Quartal 2019 auf EUR 436,7 Mio. im ersten Quartal 2020. Auf Basis konstanter Wechselkurse entspricht dies einer Wachstumsrate von 77,0%, die hauptsächlich durch das Wachstum der Anzahl aktiver Kunden um 88,6% bedingt ist.

Die Contribution-Marge in Prozent des Umsatzes, ohne anteilsbasiertem Vergütungsaufwand, sank um 1,2 Prozentpunkte auf 30,0%. Dies ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass insgesamt gestiegene Rabatte und höhere Vertriebskosten aus der Umsetzung, der zuvor beschriebenen Covid-19-bezogenen Sicherheitsmaßnahmen, die Einsparungen der Beschaffungskosten und die Auswirkungen der höheren Fixkosten mehr als ausgleichen.

Ähnlich wie der auf Konzernebene beobachtete Trend, ist der prozentuale Anteil der Marketingausgaben zum Umsatz, ohne den anteilsbasierten Vergütungsaufwand, im US Segment von (39,2)% im ersten Quartal 2019 auf (17,3)% in diesem Quartal deutlich zurückgegangen, was zu einer erheblichen Verbesserung um 21,9 Prozentpunkte geführt hat. Die allgemeinen Verwaltungskosten, ohne den anteilsbasierten Vergütungsaufwand, im Verhältnis zum Umsatz, sind von (3,7)% im ersten Quartal 2019 auf (2,3)% gesunken. Diese Verbesserungen sorgten dafür, dass das berichtete EBIT, AEBIT und AEBITDA in diesem Quartal deutlich gestiegen sind.

Das ausgewiesene EBIT stieg im ersten Quartal 2020 auf EUR 43,5 Mio., was einer Marge von 9,9 % entspricht, verglichen mit einer negativen Marge von (11,7)% im ersten Quartal 2019. Dies ist ein Ergebnis der oben beschriebenen Faktoren.

Das AEBIT stieg auf EUR 45,6 Mio., was einer Marge von 10,4% entspricht, im Vergleich zu einer negativen Marge im ersten Quartal 2019 von (11,3)%.

Das AEBITDA stieg auf EUR 49,6 Mio., eine Marge von 11,3%, verglichen mit einer negativen Marge im ersten Quartal 2019 von (9,5)%.

## Erfolgslage des Internationalen Segments

In Mio. EUR	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
Umsatzerlöse (gesamt)	263,0	181,0	45,3%
Umsatzerlöse (extern)	262,2	180,6	45,2%
Beschaffungskosten	(106,8)	(75,5)	(41,5%)
% der Umsatzerlöse	(40,6%)	(41,7%)	1,1 pp
Vertriebskosten	(84,1)	(57,7)	(45,8%)
% der Umsatzerlöse	(32,0%)	(31,9%)	(0,1 pp)
Contribution-Marge	72,1	47,8	50,8%
Contribution-Marge (ohne SBC)	72,3	47,8	51,3%
% der Umsatzerlöse	27,5%	26,5%	1,0 pp
Marketingkosten	(40,9)	(36,8)	(11,1%)
% der Umsatzerlöse	(15,6%)	(20,3%)	4,7 pp
Marketingkosten (ohne SBC)	(40,8)	(36,7)	(11,2%)
% der Umsatzerlöse	(15,5%)	(20,3%)	4,8 pp
Allgemeine Verwaltungskosten, sonstige Erlöse und Aufwendungen	(28,0)	(15,2)	(84,2%)
% der Umsatzerlöse	(10,6%)	(8,4%)	(2,2 pp)
Davon Holdingkosten	(16,8)	(7,3)	(130,1%)



Allgemeine Verwaltungskosten, sonstige Erlöse und Aufwendungen (ohne SBC and Holdingkosten)	(10,9)	(7,6)	(43,4%)
% der Umsatzerlöse	(4,1%)	(4,2%)	0,1 pp
EBIT	3,3	(4,1)	180,5%
% der Umsatzerlöse	1,3%	(2,3%)	3,6 pp
EBIT (ohne Holdingkosten & Mark-up)	20,1	3,1	548,4%
Abschreibungen	5,3	4,3	23,3%
EBITDA (ohne Holdingkosten & Mark-up)	25,4	7,4	243,2%
% der Umsatzerlöse	9,7%	4,1%	5,6 pp
Special Items	0,2	(0,3)	166,7%
anteilsbasierte Vergütungsaufwand	0,6	0,6	-
AEBITDA	26,2	8,0	227,5%
% der Umsatzerlöse	10,0%	4,4%	5,6 pp
AEBIT	20,9	3,5	497,1%
% der Umsatzerlöse	7,9%	1,9%	6,0 pp

Der Umsatz des internationalen Segments stieg auf Euro-Basis um 45,2% von EUR 180,6 Mio. im ersten Quartal 2019 auf EUR 262,2 Mio. im ersten Quartal 2020. Auf Basis konstanter Wechselkurse entspricht dies einer Wachstumsrate von 47,7%, die hauptsächlich durch das Wachstum der Anzahl aktiver Kunden um 42,3% begründet ist.

Die Contribution-Marge des internationalen Segments, ohne anteilsbasiertem Vergütungsaufwand, stieg um 1,0 Prozentpunkte auf 27,5%. Dies ist in erster Linie auf eine relative Verringerung unserer Beschaffungskosten zurückzuführen, die durch die höheren Rabatte und höheren Vertriebskosten aus der Umsetzung der zuvor beschriebenen Covid-19-bezogenen Sicherheitsmaßnahmen mehr als kompensiert wurden.

Der prozentuale Anteil der Marketingkosten im Verhältnis zum Umsatz, ohne den anteilsbasierten Vergütungsaufwand, ist mit (20,3)% im ersten Quartal 2019 im Vergleich zu (15,5)% in diesem Quartal gesunken, basierend auf den zuvor beschriebenen Trends für den Konzern. Die relative Minderung der Marketingaufwendungen im internationalem Segment war weniger ausgeprägt als im US Segment, da das internationale Segment bereits zuvor einen niedrigeren relativen Marketingaufwand auswies und darüber hinaus wurde im internationalen Segment im 1. Quartal 2020 das Geschäft in den nordischen Ländern weiter hochgefahren, was höhere Marketingausgaben als die durchschnittlichen Marketingausgaben des Konzerns erforderte. Die allgemeinen Verwaltungskosten, ohne den anteilsbasierten Vergütungsaufwand, im Verhältnis zum Umsatz, blieben mit (4,1)% im Vergleich zu (4,2)% im ersten Quartal 2019 unverändert. Alle Rentabilitätskennzahlen zeigten im 1. Quartal 2020 ein kontinuierliches Wachstum verglichen zur Vorjahresperiode.

Das ausgewiesene EBIT (nach Abzug der Holdingkosten in Q1 2020 in Höhe von EUR (16,8) Mio., in Q1 2019: EUR (7,3) Mio.) stieg in Q1 2020 auf EUR 3,3 Mio., was einer Marge von 1,3% entspricht, verglichen mit einer negativen Marge von (2,3)% im ersten Quartal 2019. Dies ist ein Ergebnis der oben beschriebenen Faktoren.

Das AEBIT stieg auf EUR 20,9 Mio., eine Marge von 7,9%, verglichen mit einer Marge im ersten Quartal 2019 von 1,9%.

Das AEBITDA stieg auf EUR 26,2 Mio., was einer Marge von 10,0% entspricht, verglichen mit einer Marge im ersten Quartal 2019 von 4,4%.

## ANTEILSBASIERTER VERGÜTUNGSaufWAND

Der Konzern unterhält anteilsbasierte Vergütungspläne, bei denen Konzerngesellschaften von den Direktoren und Mitarbeitern Arbeitsleistung als Gegenleistung für Eigenkapitalinstrumente der Gesellschaft oder einer der Tochtergesellschaft erhält. Im 1. Quartal 2020 wurden zwei neue Aktienoptionsprogramme, nämlich VSOP 2019 und RSUP 2019, eingeführt. Der entsprechende Aufwand nach Segmenten sind im Folgenden aufgeführt:

In MEUR	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
USA	2,1	0,7	200,00%
International	0,6	0,6	0,00%
Holding	2,9	2,9	0,00%
<b>Total</b>	<b>5,6</b>	<b>4,2</b>	<b>33,33%</b>

Die anteilsbasierten Vergütungsaufwendungen sind im Vergleich zum ersten Quartal 2019 sowohl auf Grund von einer höheren Teilnehmeranzahl an dem Programm als auch generell höherer Zuschüsse gestiegen.

## VOM EBIT ZUM AEBITDA

In Mio. EUR	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019	Veränderung
<b>EBIT</b>	<b>46,6</b>	<b>(40,3)</b>	<b>215,6%</b>
Abschreibung	10,6	10,0	
<b>EBITDA</b>	<b>57,2</b>	<b>(30,3)</b>	<b>288,8%</b>
Special Items	0,3	-	
anteilsbasierte Vergütungsaufwand	5,6	4,2	
<b>AEBITDA*</b>	<b>63,1</b>	<b>(26,1)</b>	<b>341,8%</b>
<b>AEBITDA-Marge</b>	<b>9,0%</b>	<b>(6,2%)</b>	<b>15,2 pp</b>
<b>AEBIT*</b>	<b>52,5</b>	<b>(36,1)</b>	<b>245,4%</b>
<b>AEBIT-Marge</b>	<b>7,5%</b>	<b>(8,6%)</b>	<b>16,1 pp</b>

\*abzgl. Holdingkosten

## FINANZLAGE DES KONZERNS

<i>In Mio. EUR</i>	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode</b>	<b>193,6</b>	<b>193,9</b>
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	132,5	2,9
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	(19,2)	(4,8)
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	(3,7)	(4,2)
Auswirkungen von Wechselkurs- und anderen Wertänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(3,4)	1,3
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>299,8</b>	<b>189,1</b>

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit stieg im ersten Quartal 2020 auf EUR 132,5 Mio. gegenüber EUR 2,9 Mio. im ersten Quartal 2019. Dies ist im Wesentlichen zurückzuführen auf (i) das Wachstum des Periodenergebnisses, das sich im ersten Quartal 2020 auf EUR 39,7 Mio. gegenüber EUR (46,2) Mio. im ersten Quartal 2019 erhöhte, und (ii) den positiven Zufluss aus der Veränderung des Working Capital in Höhe von EUR 58,9 Mio..

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit entspricht einem Mittelabfluss in Höhe von EUR (19,2) Mio. im ersten Quartal 2020. Der Anstieg des Mittelabflusses im Vergleich zum ersten Quartal 2019 in Höhe von EUR (4,8) Mio. ist hauptsächlich auf Ausgaben für den Erwerb von Sachanlagen in Höhe von EUR (15,7) Mio. zurückzuführen. Die wichtigsten Märkte für diese Investitionen waren die USA, Kanada und Neuseeland.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeiten ist hauptsächlich durch Leasingzahlungen (gemäß IFRS 16) in Höhe von EUR (3,5) Mio. im ersten Quartal 2020 bedingt.

Die Position des Free Cashflows der Gruppe stellt sich wie folgt dar:

<i>In Mio. EUR</i>	31. Mrz. 2020	31. Dez. 2019
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	132,5	2,9
Investitionen in Sachanlagen	(17,7)	(2,5)
Tilgung von Mietverbindlichkeiten ohne Zins (IFRS 16)	(3,5)	(4,0)
<b>Free Cashflow am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>111,3</b>	<b>(3,6)</b>

Durch einen hohen Free Cashflow hat HelloFresh seinen soliden Cash-Bestand auf EUR 299,8 Mio. weiter erhöhen können. Des Weiteren verfügt die Gesellschaft über eine revolvierende Kreditfazilität, von der EUR 66,9 Mio. nicht in Anspruch genommen wurden und die am Ende des ersten Quartals 2020 zur Verfügung steht.

## AUSBLICK

Die derzeit andauernde globale Covid-19-Pandemie und die sich damit abzeichnende Rezession schaffen ein erhebliches Maß an wirtschaftlicher Unsicherheit und führen daher auch zu einem höheren Risiko für uns, von jeglichem gegebenen Ausblick abzuweichen. Dennoch passen wir angesichts unserer Leistung im ersten Quartal 2020 unseren Ausblick für das Gesamtjahr 2020 wie folgt an:

- Wir erhöhen unser erwartetes Umsatzwachstum des Konzerns von zuvor etwa 22-27% auf Basis konstanter Wechselkurse auf nunmehr 40 - 55%.
- Wir erhöhen unsere erwartete Konzern AEBITDA-Marge von zuvor 4,0 % - 5,5 % auf jetzt 6% bis 10%

## EREIGNISSE NACH DER BERICHTSPERIODE

Keine besonderen Ereignisse nach Ablauf der Berichtsperiode.

Berlin, 05 Mai 2020

**Dominik Richter**  
Chief Executive Officer

**Thomas Griesel**  
Chief Operating Officer  
and Chief Executive  
Officer International

**Christian Gärtner**  
Chief Financial Officer

**Edward Boyes**  
Chief Commercial  
Officer

## SONSTIGES ERGEBNIS

<i>In Mio. EUR</i>	31. Mrz 2020	31. Dez. 2019
<b>Aktiva</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Sachanlagen	179,5	179,6
Immaterielle Vermögensgegenstände	15,7	15,2
Geschäfts- oder Firmenwert	47,1	49,6
Anteile an assoziierten Unternehmen	21,0	22,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	19,8	19,9
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	0,4	0,5
Latente Ertragsteueransprüche	2,1	1,8
<b>Summe langfristiger Vermögenswerte</b>	<b>285,6</b>	<b>288,7</b>
<b>kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte	50,5	44,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	22,0	8,6
Sonstige Finanzielle Vermögenswerte	10,0	8,9
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	21,8	26,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	299,8	193,6
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>404,1</b>	<b>281,5</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>689,7</b>	<b>570,2</b>

**KONZERN-BILANZ**

<i>In Mio. EUR</i>	31. Mrz 2020	31. Dez. 2019
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	165,7	164,6
Eigene Aktien	(2,7)	(2,7)
Kapitalrücklage	448,3	445,3
Sonstige Rücklagen	77,4	71,9
Bilanzverlust	(387,3)	(426,0)
Sonstiges Ergebnis	(11,5)	(7,0)
<b>Auf die Anteilseigner der Muttergesellschaft entfallendes Eigenkapital</b>	<b>289,9</b>	<b>246,1</b>
Nicht beherrschende Anteile	(0,8)	(0,8)
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>289,1</b>	<b>245,3</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	103,8	105,9
Latente Steuerverbindlichkeiten	0,7	0,8
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2,7	2,9
Langfristige Rückstellungen	0,8	0,8
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	0,7	0,7
<b>Summe langfristige Schulden</b>	<b>108,7</b>	<b>111,1</b>
<b>kurzfristige Schulden</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	182,9	135,9
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	19,3	21,8
Rückstellungen	13,4	13,7
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	3,9	3,8
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	72,4	38,6
<b>Summe kurzfristige Schulden</b>	<b>291,9</b>	<b>213,8</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>689,7</b>	<b>570,2</b>

## KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

In Mio. EUR	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019
Umsatzerlöse	699,1	420,1
Beschaffungskosten	(240,6)	(152,1)
Vertriebskosten	(258,4)	(146,8)
Marketingkosten	(118,6)	(132,0)
Allgemeine Verwaltungskosten	(32,1)	(29,6)
Sonstige betriebliche Erträge	1,0	1,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(3,8)	(1,7)
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>46,6</b>	<b>(40,3)</b>
Ergebnis aus Investitionen in assoziierten Unternehmen	(1,1)	-
Zinserträge	0,4	0,1
Zinsaufwendungen	(1,7)	(1,7)
sonstige Finanzerträge	3,9	3,0
sonstige Finanzaufwendungen	(6,6)	(5,9)
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>41,5</b>	<b>(44,8)</b>
Erträge/(Aufwendungen) aus Ertragssteuern	(1,8)	(1,4)
<b>Periodenergebnis</b>	<b>39,7</b>	<b>(46,2)</b>
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner der Muttergesellschaft	39,7	(46,1)
Nicht beherrschende Anteile	-	(0,1)
<b>Sonstiges Ergebnis:</b>		
<b>Posten, die in Folgeperioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden können</b>		
Währungsdifferenzen aus Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	(5,4)	14,8
Währungsdifferenzen aus der Umrechnung in der Darstellungswährung	0,7	(4,7)
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>(4,7)</b>	<b>10,1</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>35,0</b>	<b>(36,1)</b>
<b>Vom Gesamtergebnis entfallen auf:</b>		
Anteilseigner der Muttergesellschaft	35,0	(36,0)
Nicht beherrschende Anteile	-	(0,1)

**KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG**

<i>In Mio. EUR</i>	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019
<b>Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit</b>		
Periodenergebnis	39,7	(46,2)
Anpassung für:		
Ergebnis aus Investitionen in Beteiligungsunternehmen	1,1	-
Finanzerträge	(4,3)	(3,2)
Finanzaufwendungen	8,3	7,6
(Erträge aus) Ertragsteuern	(0,1)	1,4
Gezahlte Ertragsteuern	-	-
Abschreibungen auf Sachanlagen	4,0	3,3
Abschreibungen auf Nutzungsrechte	5,7	5,0
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	0,9	0,8
Verlust/Gewinn aus dem Abgang von Sachanlagen	-	0,9
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung (mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente)	5,6	4,3
Sonstige nicht zahlungswirksame Transaktionen	(3,6)	(0,1)
(Abnahme)/Zunahme der Rückstellungen	(0,7)	0,2
Veränderung des Nettoumlaufvermögens durch betriebliche Tätigkeit		
(Zunahme) / Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(13,8)	(4,9)
(Zunahme) / Abnahme der Vorräte	(6,6)	(7,1)
Zunahme / (Abnahme) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Verbindlichkeiten	47,5	33,8
Zunahme / (Abnahme) von Vertragsverbindlichkeiten	29,4	10,4
Nettoveränderung der Umsatzsteuerforderungen/-verbindlichkeiten und ähnlicher Steuern	2,4	2,1
(Zunahme) / Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	(0,7)	(1,5)
(Zunahme) / Abnahme der sonstigen nicht finanziellen Vermögenswerte	5,5	(1,0)
Zunahme / (Abnahme) der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	(0,1)	(0,6)
Zunahme / (Abnahme) der sonstigen nicht finanziellen Verbindlichkeiten	13,7	(0,7)
Erhaltene Zinsen	0,4	0,1
Gezahlte Zinsen	(0,2)	(0,2)
Gezahlte Zinsen - IFRS 16	(1,6)	(1,5)
<b>Netto-Mittelabfluss/(-zufluss) aus der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>132,5</b>	<b>2,9</b>



<i>In Mio. EUR</i>	01.01. - 31.03.2020	01.01. - 31.03.2019
<b>Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>		
Erwerb von Tochtergesellschaften abzüglich erworbener Zahlungsmittel	(1,0)	0,2
Erwerb von Sachanlagen	(15,7)	(3,9)
Softwareentwicklungskosten	(0,1)	(1,0)
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten	(1,9)	(0,1)
Erträge aus Anlagenabgänge Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-	2,5
Übertragung von Zahlungsmitteln auf Konten für gebundene Zahlungsmittel und langfristige Einlagen	(0,5)	(2,5)
<b>Netto-Mittelabfluss/(-zufluss) aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>(19,2)</b>	<b>(4,8)</b>
<b>Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>		
Erlöse aus der Ausgabe von gezeichnetem Kapital	-	(0,2)
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	(0,2)	-
Tilgungsbetrag unter IFRS 16	(3,5)	(4,0)
<b>Netto-Mittelabfluss/(-zufluss) aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(3,7)</b>	<b>(4,2)</b>
<b>Auswirkungen von Wechselkurs- und anderen Wertänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>(3,4)</b>	<b>1,3</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Geschäftsjahresbeginn</b>	<b>193,6</b>	<b>193,9</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Geschäftsjahresende</b>	<b>299,8</b>	<b>189,1</b>

HelloFresh SE  
Saarbrücker Strasse 37a  
10405 Berlin

[HelloFreshgroup.com](https://www.HelloFreshgroup.com)

