



HelloFresh vooruit met zevenmijlslaarzen

Het jonge maaltijdboxenbedrijf HelloFresh dat eind 2011 werd opgericht maakt wereldwijd een flinke groei door. Al snel na de oprichting, had ze begin 2013 ook één Nederlandse tak. Naar eigen zeggen is dit bedrijf in Nederland nu al marktleider in het leveren van maaltijdboxen. Maar achter HelloFresh zit dan ook een aantal grote buitenlandse investeerders.

Het valt niet mee om cijfers, visie en gegevens over de strategie van HelloFresh te weten te komen. Het bedrijf is voorzichtig geworden in het naar buiten brengen van informatie. "We hebben sinds kort nieuwe investeerders. Zij hebben een hele duidelijke visie over wat ze wel en niet kwijt willen"

zo zegt Marlies Jongman verantwoordelijk voor PR en communicatie van HelloFresh Nederland. "We hebben te maken met concurrentie en willen niet te veel prijs geven. We hebben hard gewerkt om te komen waar we nu zijn." Toch zijn er omzetcijfers te vinden van HelloFresh als groep, dus het totaal van de vestigingen in zes landen. Die getallen staan namelijk in een prospectus van één van de investeerders, namelijk Rocket Internet die voor 52 procent eigenaar is van HelloFresh. Rocket Internet is een beursgenoteerd bedrijf met een hoofdkantoor in Berlijn. Vanwege deelname aan de beurs moet het elk half jaar een aantal financiële gegevens vrijgeven. Daaruit kan volgens nieuwssite Distrifood opgemaakt worden dat HelloFresh sinds haar oprichting in november 2011 flink is gegroeid. De omzet kwam in 2013 uit op een totaal van 14,2 miljoen euro, in 2012 was dat nog €2,3 miljoen. Rocket Internet waardeert HelloFresh in 2014 zelfs als een 'proven winner' en noemt in de prospectus een waardering van 131 miljoen euro.

Fikse kapitaalinjectie

Rocket Internet is slechts één van de vier eigenaren van HelloFresh. Vorig jaar juni kwam het New Yorkse bedrijf Insight Venture Partners er als investeerder bij en samen met een andere investeerder, Phenomen VC, die al eerder in het bedrijf investeerde,

gaven de twee HelloFresh een kapitaalinjectie van ongeveer 44 miljoen euro. Die grote investering was het gevolg van de groei die HelloFresh sinds haar ontstaan heeft doorgemaakt. Bij deze kapitaalinjectie maakte HelloFresh bekend dat de start up in de Europese markt in 2014 winst zou gaan maken. September vorig jaar bleek dat het bedrijf goed op weg is om in dat jaar meer dan 50 miljoen euro omzet te halen. HelloFresh zag het aantal abonnementen sinds het einde van 2013 stijgen van 31.000 naar 81.000 in september 2014. CEO en oprichter Dominik Richter van het bedrijf geeft aan dat de potentie van HelloFresh groot is. "We creëren een nieuwe categorie in de markt en we bouwen aan een internationaal consumentenmerk." Begin dit jaar, in februari, werd er opnieuw fiks geïnvesteerd; Rocket Internet

Achter HelloFresh zit een grootse marketingaanpak

en Insight Venture Partners, staken nog eens 110 miljoen euro in HelloFresh om zogezegd 'de volgende ontwikkelingsfase te financieren en een groeiversnelling in te zetten'. HelloFresh heeft naast de eerder genoemde eigenaren, ook Vorwerk Direct Selling Ventures als aandeelhouder. Achter HelloFresh zit een grootse marketingaanpak, maar hoe die in elkaar steekt en wat hier aan wordt uitgegeven, kan Jongman niet prijsgeven. HelloFresh is naast in Nederland, ook actief in Duitsland, Oostenrijk, het Verenigd Koninkrijk, Australië en de Verenigde Staten. "Sinds kort belevaren we ook in Vlaanderen en Brussel", zegt Jongman. Onduidelijk is hoe groot de omzet in de verschillende landen is. Het prospectus vermeldt wel dat de helft van de omzet wordt gemaakt in Nederland, Duitsland en Oostenrijk.

Ambitieuze doelstelling

Volgens het prospectus bezorgde HelloFresh in 2013 in de landen waarin het actief is in totaal 2,372 miljoen dozen. Jongman zegt dat HelloFresh in Nederland marktleider is in het leveren van maaltijdboxen. Het hoofdkantoor van de Nederlandse HelloFresh zit in Amsterdam en daar werken 12 mensen in vaste dienst. "Ons doel is om eind 2015 één procent van de Nederlandse en Belgische



HelloFresh levert in heel Nederland behalve op de Waddeneilanden

huishoudens te voorzien van de maaltijdboxen. Dat zou overeenkomen met 75.000 maaltijd-dozen in één week", aldus Jongman. Ze kan echter niet aangeven op welk aantal dozen het bedrijf momenteel zit. In een eerder interview verklaarde Maartje Frederiks, de directeur van de Nederlandse tak van HelloFresh, dat het bedrijf in augustus 2014 in Nederland wekelijks tussen de twaalf- en dertienduizend dozen met maaltijd-ingrediënten levert. Eind 2015 zou er dus een vervijfvoudiging van het huidige aantal dozen in een week moeten worden afgeleverd. Dat is een zeer ambitieuze doelstelling. Maar volgens Frederiks is zo'n groei wel mogelijk. Ze voorziet een stroomversnelling in de online verkoop van food. "Momenteel is nog maar ongeveer één procent van de foodomzet online, maar in het Verenigd

Koninkrijk is dit bijvoorbeeld al 6%. Het kan hard gaan”, aldus de directeur in een interview met Distrifood.

Keuzes in boxen

HelloFresh levert klanten die een abonnement hebben wekelijks een doos met producten af. Daarin zitten voedingsmiddelen en ingrediënten voor maaltijden die volgens een bijgeleverd receptenboekje gemaakt kunnen worden. Op die manier ontzorgt HelloFresh de klant; want die hoeft niet meer naar de winkel en hoeft niet meer na te denken over wat er die avond op tafel komt. In de doos zitten spullen voor 3 of 5 gezonde maaltijden voor tussen de 1 tot 6 personen. De klant kan kiezen uit de 'Originalbox', waarin recepten en producten zitten voor vlees-, vis- en vegetarische gerechten. Deze box wordt het meest besteld. Dan is er de 'Veggiebox'. Die bevat voedsel voor drie gevarieerde vegetarische maaltijden voor twee personen. Als laatste is er de medium of de large 'Fruitbox' die zowel Hollands seizoensfruit als exotisch fruit bevat. Alle boxen hebben vaste prijzen en beginnen vanaf 34 euro voor 1 persoon met daarin drie maaltijden. Een blik op de site laat zien dat de Originalbox met daarin 3 maaltijden voor 4 personen 59 euro kost en de Veggiebox kost dat ook. De Fruitbox met gemiddeld vijftien stuks fruit, kost 14 euro. Alle maaltijden in de Original- en Veggiebox zijn binnen een half uur te bereiden. Via een account kan de klant bestellingen beheren en een klant moet de bestelling voor de woensdag doen om de doos de week erop te ontvangen. De doos wordt gratis thuisbezorgd en daartoe kan men kiezen voor de zaterdagochtend, zondagmiddag of maandag- of dinsdagavond. “Deze afleverdagen zijn afgestemd op de wensen van de klant. Het blijkt dat hij of zij liever na werktijden de dozen bezorgd krijgt.” HelloFresh levert in heel Nederland behalve op de Waddeneilanden.

Duurzaam inkopen staat niet gelijk aan biologisch of één bepaald keurmerk



De Veggiebox

Producten met een verhaal

Bij HelloFresh houden een inkoper én een diëtiste zich bezig met de samenstelling van de maaltijden. Er wordt rekening gehouden met de voedingswaarde, kwaliteit en HelloFresh stelt dat ze verse en verrassende voedingsmiddelen die bij het seizoen horen, in de doos doet. “Elke vestiging van HelloFresh in een bepaald land, doet zelf de inkoop en maakt eigen recepten”, zegt Jongman. “Want eten, is sterk cultuurgebonden.” Bij de inkoop van groenten vindt HelloFresh versheid en kwaliteit, maar ook het verhaal achter het product belangrijk, aldus Jongman. Ook geeft zij aan dat het bedrijf zo duurzaam mogelijk inkoop, maar dat staat niet gelijk aan biologisch of een bepaald keurmerk. Ook

zegt HelloFresh dat ze het liefst lokale producten inkoop en ze de groenten en het fruit waar mogelijk bij Nederlandse telers haalt. “Soms wijken we vanwege het oogpunt van variatie ook weleens uit naar buitenlandse producten.” Ook kiest HelloFresh soms voor groenten en fruit die niet bij iedereen bekend zijn en die dus niet snel in de supermarkt te vinden zijn. Jongman: “Zo leren consumenten met HelloFresh nieuwe producten kennen. Wij vertellen dan hoe je die kunt bereiden.”

Boxen in Zoetermeer ingepakt

De dozen met voedsel en ingrediënten worden bij Leen Menken Foodservice Logistics in Zoetermeer centraal ingepakt, zoals Leen Menken dit wel voor meer online boodschappendiensten doet. Bij Leen Menken worden alle artikelen in de juiste porties aangeleverd, zodat er geen voedsel verspild wordt. Olaf Vreeburg, head of operations bij HelloFresh, zei tegen Supplychainmagazine eens dat Hello Fresh een fijnmazig distributienetwerk met geconditioneerde bestelauto's heeft opgezet. Ze werkt daartoe met subcontractors. “Het voordeel van gekoelde bestelauto's is dat we eerder in de keten efficiënter kunnen werken. We hebben

minder handling en minder verpakkingskosten dan bij gebruik van koelboxen of andere oplossingen”, aldus Vreeburg. Het eerste jaar deed HelloFresh Nederland de logistiek nog zelf, maar ze zag al snel in dat een logistiek dienstverlener het beter kan. HelloFresh zegt heel gericht in te kopen bij verschillende partijen. Veel van de inkoop van groenten en fruit gaat via Vroegop-Windig in Amsterdam en soms ook rechtstreeks bij telers, aldus Jongman. “Via Vroegop-Windig benaderen we bestaande en nieuwe leveranciers en zo sluiten er ook regelmatig nieuwe leveranciers bij ons aan.” Op donderdagochtend worden alle online-bestellingen van de maaltijdboxen bijeengebracht en bij elkaar opgeteld en worden de benodigde hoeveelheden van groente, fruit, vlees en vis ingekocht. Als de recepten van de maaltijdbox van de komende week eenmaal bekend zijn, dan is volgens HelloFresh

op basis van de historie van gegevens van de abonnees redelijk goed voorspelbaar welke hoeveelheden de inkopers van het bedrijf bij haar leveranciers gaat inkopen. Wie de leveranciers van groenten en fruit voor HelloFresh zijn, hoeveel dat er zijn en welke leverings- of prijsafspraken HelloFresh met hen heeft, kan

Jongman niet zeggen. Wel geeft ze aan dat de leveranciers door het bedrijf zorgvuldig worden uitgekozen. “We hechten er belang aan dat de leveranciers, net als wij, passie en aandacht hebben voor het product en dat de producten zijn geproduceerd met respect voor het milieu en dierenwelzijn.”

Klant met groeipotentie

Op de site van HelloFresh is te zien dat Duijvestijn Tomaten in Pijnacker één van de leveranciers is van HelloFresh. Andere groentelieferanciers die in blogs op de site van HelloFresh worden genoemd, zijn paprikabedrijf Oostland Company in Berkel en Rodenrijs, Van Vugt Kruiden en Rijk Zwaan. Die laatste leverde vorig jaar als eerste haar nieuwe slasoort ‘Crunchy Cos’ exclusief aan Hello Fresh. Volgens Peter Duijvestijn van Duijvestijn Tomaten is HelloFresh een gewaardeerde klant. “We zijn

Leveranciers kiest HelloFresh zorgvuldig uit



Peter Duijvestijn:
“HelloFresh vraagt een hoge servicegraad van haar leveranciers”

erg trots op onze unieke samenwerking met hen en we hopen deze samenwerking nog vele jaren te kunnen voortzetten.” Het tomatenbedrijf levert via Vroegop-Windig al een aantal jaar zowel losse ronde tomaten als pruimtomaten. Duijvestijn ziet de afzet naar de maaltijdboxenleverancier steeds meer groeien. “Procentueel gezien van onze omzet, leveren we nog niet zo veel aan HelloFresh. Maar daar gaat het niet om. Iedere klant is voor ons belangrijk, klein of groot. En een klant als HelloFresh is wel uniek; ze vraagt een hoge service van haar leveranciers. En wij werken graag service-gericht.” Bovendien houdt Duijvestijn er rekening mee dat deze klant in de toekomst belangrijker kan worden. “Wie weet is het over aan aantal jaren wel heel normaal dat de consument maaltijdboxen via online-kanalen bestelt.” Vooral het afgelopen najaar zag Peter de bestellingen

toenemen. HelloFresh doet via Vroegop-Windig een bestelling voor de tomaten en dit bedrijf bestelt het weer bij The Greenery. De grootte van de bestelling verschilt per keer. Peter Duijvestijn: “Soms zijn het per keer 3 pallets, dan weer 6 pallets. Dat ligt natuurlijk aan de hoeveelheid maaltijdboxen die er geleverd moeten worden en aan de recepten.” De

uiteindelijke bestelling krijgt Duijvestijn ongeveer één week voor levering door. “We leveren de bestelling op de donderdag uit. De dag voor levering, die woensdag, krijgen we eventueel door of we iets meer of iets minder moeten leveren.” Duijvestijn geeft aan dat HelloFresh hoge eisen stelt aan het product, zowel aan kwaliteit als bijvoorbeeld aan het gewicht van de tomaten. “Wij moeten strikt aan die eisen voldoen. Mensen die een box bestellen, moeten daarmee tevreden zijn. En een goede kwaliteit leveren is belangrijk want er gebeurt natuurlijk ook wel wat aan handling met die tomaten. Ook is het belangrijk dat de juiste tomaten in de box terecht komen. Staat er op het recept zoveel tomaten van zoveel gram, dan moet dat wel kloppen. Anders smaakt de maaltijd toch anders.” ●