



NICHT- FINANZIELLER KONZERN- BERICHT



CORPORATE GOVERNANCE, VERANTWORTUNG UND NACHHALTIGKEIT

Brief des Vorstandsvorsitzenden

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, liebe Heroes,

damit Delivery Hero langfristig erfolgreich sein kann, müssen wir unseren Werten treu bleiben und zugleich unseren Kunden ein großartiges Erlebnis bieten. Ein entscheidender Aspekt wertorientierten Handelns besteht darin, Verantwortung für die sozialen und ökologischen Auswirkungen unserer Tätigkeiten zu übernehmen und kontinuierlich darauf hinzuwirken, dass wir in beiden Bereichen einen positiven Beitrag leisten. Ich freue mich sehr, dass wir diesbezüglich durch die Entwicklung unserer Programme in den Bereichen Corporate Social Responsibility, Nachhaltigkeit, Diversität und Inklusion erhebliche Fortschritte erzielen konnten.

Delivery Hero wächst schnell und ist als Online-Marktplatz für Essensbestellungen und -lieferungen weltweit vertreten. Doch auch beim Thema Nachhaltigkeit wollen wir innerhalb unserer Branche eine Führungsrolle übernehmen und Maßstäbe für den Einsatz nachhaltiger Geschäftsmethoden setzen. Im Sinne eines verantwortungsbewussten und nachhaltigen Wachstums haben wir verschiedene Kerninitiativen entwickelt und ausgebaut, die nachhaltige Lösungen für unsere Geschäftstätigkeit bereitstellen. Ich persönlich habe mich 2019 der Klimaschutzinitiative Leaders for Climate Action angeschlossen und lege den Schwerpunkt nun auf die Entwicklung eines Programms zur Kompensation und Senkung unserer CO₂-Emissionen. Delivery Hero hat sich nunmehr verpflichtet, als Konzern bis 2021 klimaneutral zu sein.

2019 konzentrierten wir uns auf die Ausarbeitung von Strategien für jede einzelne unserer CSR- und Nachhaltigkeitssäulen sowie auf die Grundsteinlegung für globale Projekte. Wir erweiterten unser Programm, das nun die folgenden vier Säulen umfasst:

- **Environment:** Nachhaltige Verpackungen, Emissionen
- **Diversity & Inclusion (D&I):** inklusives Führungsverhalten, gerechte Systeme, inklusive Unternehmenskultur, befähigte Mitarbeiter
- **Ethics:** Fahrersicherheit, Gesundheit und Arbeitsschutz, Menschenrechte
- **Giving Back:** ehrenamtliches Engagement, Lebensmittelspenden, „Hero Month“

Unsere globalen Marken sind ebenfalls an vielen der Initiativen beteiligt, die wir 2019 auf den Weg gebracht haben, allen voran zu den Themen nachhaltige Verpackung und Emissionen, Lebensmittelspenden und inklusive Unternehmenskultur. Sicherlich haben wir noch jede Menge zu tun – doch ich sehe den zahlreichen Möglichkeiten für Delivery Hero, die Welt durch einen positiven Beitrag zu einem besseren Ort zu machen, mit großer Vorfreude entgegen. Unsere ehrgeizigen Ziele werden uns antreiben, in jeder Hinsicht Höchstleistung zu erbringen und unsere Erfolgsgeschichte langfristig weiterzuschreiben.

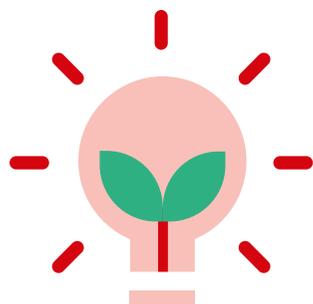
Der vorliegende Bericht fasst unsere wichtigsten Nachhaltigkeitserfolge im Jahr 2019 sowie unsere Pläne für die Zukunft zusammen.

Ihr
Niklas Östberg



NACHHALTIGKEIT UND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BEI DELIVERY HERO

Nachhaltiges Denken und Handeln basieren auf festen Werten und Prinzipien – und diese bilden gemeinsam das tragende Fundament für den Unternehmenserfolg von Delivery Hero. Wir möchten einen Beitrag zur Schaffung stabiler wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Bedingungen für heutige und zukünftige Generationen leisten, indem wir für die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeiten Verantwortung übernehmen. Dabei orientieren wir uns an den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung.



Our Values



We always aim higher



We deliver solutions



We are heroes because we care



Strategie und Wesentlichkeit

2019 widmeten wir unter anderem der Schärfung der strategischen Ausrichtung unserer Programme in den Bereichen Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR). Konkret entwickelten wir die strategischen Rahmenbedingungen für die drei Nachhaltigkeitssäulen, die wir 2018 eingeführt hatten, nämlich „**Environment**“, „**Diversity & Inclusion**“ (D&I) und „**Giving Back**“. Zudem beschlossen wir, den Themen Unternehmensethik und Arbeitsschutz mehr Relevanz einzuräumen und diese unter der neuen Säule „**Ethics**“ zusammenzufassen. Die folgende Grafik stellt unseren strategischen CSR-Ansatz und die zugrunde liegenden Absichten dar:

Im Rahmen unserer ursprünglichen Wesentlichkeitsanalyse, die wir 2018 durchführten, bewerteten und priorisierten wir die Relevanz sozialer, ökologischer und führungspezifischer Themen für Delivery Hero und seine Stakeholder. Die Ergebnisse dieser Auswertung zogen wir als Grundlage für den Prozess der Entscheidungsfindung und Strategieentwicklung im CSR-Bereich heran. Dieser Prozess mündete schließlich in die Auswahl der wesentlichen Themen, die sich einerseits auf die Wertschöpfung des Unternehmens auswirken können und andererseits als wichtig für die unterschiedlichen Stakeholder von Delivery Hero erkannt wurden.

Ende 2019 führten wir erneut eine Wesentlichkeitsanalyse durch, um zu überprüfen, wie wir unsere wesentlichen Belange klassifizieren und kategorisieren. Im Anschluss daran haben wir die Namen der wesentlichen Belange geändert und nunmehr zehn wesentliche Themen identifiziert, die in der folgenden Wesentlichkeitsmatrix grafisch dargestellt sind.

Environment

Nachhaltige Verpackungen
Emissionen

Diversity & Inclusion

Inklusives Führungsverhalten
Gerechte Systeme
Inklusive Unternehmenskultur
Befähigte Mitarbeiter

Ethics

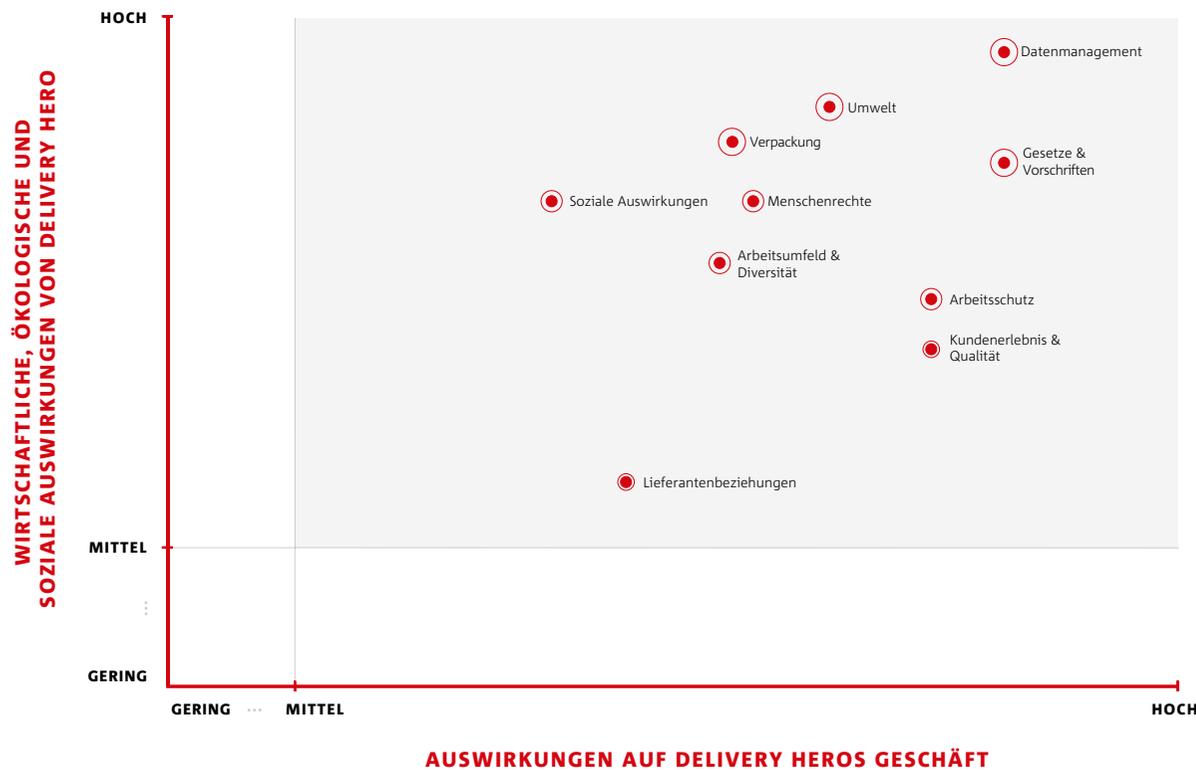
Fahrsicherheit
Gesundheit und Arbeitsschutz
Menschenrechte

Giving Back

Ehrenamtliches Engagement
Lebensmittelspenden
„Hero Month“



WESENTLICHKEITSMATRIX VON DELIVERY HERO



Bei der Überprüfung der wesentlichen Themen 2019 sind wir folgendermaßen vorgegangen:

1. Identifizierung von Themen: Ermittlung von Themen, die potenziell wichtig für Delivery Hero sind.
2. Externe Auswirkungen: interne Bewertung der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen von Delivery Heros Geschäftstätigkeit auf jedes einzelne Thema.
3. Interne Auswirkungen: interne Bewertung der Auswirkungen eines jeden einzelnen Themas auf Delivery Heros Vision, Strategie und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit. Zusätzlich Berücksichtigung der Eintrittswahrscheinlichkeit und -schwere.
4. Wahrnehmung der Stakeholder: Bewertung der Bedeutung der Themen für die Stakeholder.



5. Wesentlichkeitsmatrix: Abbildung der wesentlichen Themen nach zwei Dimensionen:
- Wirtschaftliche, ökologische und soziale Auswirkungen von Delivery Hero
 - Auswirkungen auf Delivery Hero's Geschäft

6. Regulatorische Relevanz: Zuordnung der wesentlichen Themen zu den nichtfinanziellen Aspekten im Einklang mit dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz.

Einbindung der Stakeholder

Unsere Stakeholder spielen für unsere Geschäftstätigkeit eine wesentliche Rolle. Dementsprechend ist es für unseren Erfolg als Unternehmen von entscheidender Bedeutung, dass wir enge Beziehungen zu ihnen aufbauen und auch pflegen. Zur Ausarbeitung und Umsetzung einer Nachhaltigkeits- und CSR-Strategie entwickelte Delivery Hero deshalb einen Prozess zur Befragung und Einbeziehung von Stakeholdern, der uns die Möglichkeit gibt, deren Erwartungen und Ideen fortlaufend einzuholen. Dadurch sind wir in der Lage, wichtige Stakeholder in die Ausarbeitung und Evaluierung unserer CSR-Strategie einzubeziehen und diese mithilfe des Feedbacks kontinuierlich, flexibel und schnell zu aktualisieren.

Eine gute Beziehung zu Lieferanten und Restaurants trägt zu unserem Unternehmenswachstum bei. Wesentliche Aspekte wie eine pünktliche Bezahlung, gerechte Behandlung und ein schnelles Onboarding sind die Grundvoraussetzungen für fruchtbare Beziehungen. Ende 2019 begannen wir zudem mit der Ausarbeitung eines Verhaltenskodex („Code of Conduct“) für unsere Lieferanten mit dem Ziel, verantwortungsbewusste Geschäftspraktiken zu fördern und Risiken für finanzielle, Reputations- und Supply-Chain-Schäden zu minimieren.

WESENTLICHE THEMEN UND INHALTE DES NICHTFINANZIELLEN KONZERNBERICHTS

NICHTFINANZIELLE ASPEKTE	WESENTLICHE THEMEN	SEITE
Allumfassender Aspekt, wirkt sich auf alle nicht-finanziellen Aspekte aus (Umwelt-, Arbeitnehmer-, Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte, Bekämpfung von Korruption und Bestechung)	Gesetze & Vorschriften Datenmanagement Lieferantenbeziehungen	
Umweltbelange	Verpackung	S. 52
	Umwelt	
Arbeitnehmerbelange	Arbeitsumfeld & Diversität	S. 53–54
	Arbeitsschutz	S. 55
Achtung der Menschenrechte	Menschenrechte	S. 55
Sozialbelange	Soziale Auswirkungen	S. 56–57
Weitere nichtfinanzielle Aspekte	Kundenerlebnis & Qualität	S. 51





DELIVERY HERO'S STAKEHOLDER

Investoren und Aktionäre

Wir verpflichten uns,
die Renditen für unsere Investoren zu steigern.

Jahresabschluss, provisorische Berichte,
Investoren-Meetings, spezifische E-Mail-Kommunikation

Kunden

Wir konzentrieren uns darauf, das Leben
unserer Kunden durch innovative Dienstleistungen
und gutes Essen zu verbessern.

Zufriedenheits-Befragungen, Social Media,
Brand-Studien (Schwerpunktgruppen + Befragungen)

Mitarbeiter

Wir möchten unsere Mitarbeitenden motivieren
und einbinden, damit sie ihr Bestes geben können.

Engagement-Befragung, Leistungsmanagementprozess,
All-Hands/Update Meetings, Berichte an Aufsichtsrat

Restaurantpartner und Lieferanten

Wir wollen mit unseren Partnern und Lieferanten Beziehungen
nach hohen sozial-ethischen und ökologischen Standards führen.

Engagement-Befragung (Restaurant NPS),
Account Management, Betriebsabläufe, Lieferanten-Onboarding

Lokale Kommunen

Wir wollen die Gemeinden unterstützen,
in denen wir tätig sind.

Freiwilligen-Programm, Konferenzen, Partnerschaften

Behörden

Wir pflegen einen offenen Dialog mit den
Behörden und halten uns an die Gesetze.

Dialog mit Aufsichtsbehörden in den lokalen Märkten

■ Bedeutung der Stakeholder-Gruppe

■ Beispiele unserer Stakeholder-Aktivitäten

Kundenerlebnis & Qualität

Die Erfahrung und das Erlebnis, die wir unseren Kunden bieten, wenn sie unsere Plattform nutzen und Essenslieferungen von uns bekommen, wirken sich ebenfalls maßgeblich auf unser Geschäft aus. Dieses Kundenerlebnis setzt sich aus einer Vielzahl von Aspekten zusammen, beispielsweise der Benutzerschnittstelle einer App, den Lieferzeiten, der Transparenz in Bezug auf die verwendeten Zutaten, den Preisen und der Restaurantauswahl.

Ob ein Kunde mit dem Bestell- und Liefererlebnis zufrieden oder unzufrieden ist, entscheidet darüber, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass er oder sie erneut über uns bestellt oder unsere Marke weiterempfiehlt. Deshalb hat unser Global-Customer-Experience-Team einen Prozess entwickelt, um in Zusammenarbeit mit unseren globalen Marken das Kundenerlebnis nachvollziehen und verbessern zu können. Ein wesentlicher Teil dieses Prozesses besteht darin, die entscheidenden Faktoren für Kundenloyalität auf Grundlage des gemessenen NPS (Net Promoter Score) zu analysieren, der Aussagen darüber trifft, warum Kunden bei unseren Marken bestellen.

UMWELTSCHUTZ

Wir sehen es als unsere Pflicht an, unser Geschäft umweltfreundlicher zu gestalten und die negativen Auswirkungen unserer Tätigkeiten fortlaufend zu minimieren. Die Umweltauswirkungen unseres Sektors bestehen in erster Linie in den Treibhausgasemissionen, die wir und unsere Partner verursachen, sowie im Kunststoff, der für die Herstellung der Lebensmittelverpackungen verwendet wird. Um diese Auswirkungen zu steuern, haben wir in 2019 strategische Rahmenbedingungen für unser ökologisches Engagement ausgearbeitet, wobei wir den Fokus auf die Verwendung nachhaltiger Verpackungen sowie die Kompensation und Senkung unserer Emissionen legen.





Unsere Erfolge im Jahr 2019:

- Ausarbeitung eines global skalierbaren Programms für nachhaltige Verpackungen, welches mit einem Pilotprojekt im dritten Quartal 2020 starten wird
- Feldtests von nachhaltigen Verpackungsprodukten für Lösungen, die die strengen Anforderungen der Lebensmittellieferung sicher erfüllen
- Identifizierung bevorzugter Anbieter von nachhaltigen Verpackungen
- Investitionen in Bio-Lutions, einen Hersteller biologisch abbaubarer Verpackungen
- Messung der CO₂-Fußabdrücke unserer europäischen Unternehmen im Jahr 2019
- CO₂-Neutralität unserer europäischen Unternehmen am 1. Januar 2020
- Verpflichtung zur weltweiten Klimaneutralität bis zum Jahr 2021

Verpackung

Die Verpackungen für die Lebensmittel, die über unsere Plattformen bestellt werden, werden aus Kosten- und Verfügbarkeitsgründen herkömmlicherweise aus Kunststoff hergestellt. Wir sind uns durchaus bewusst, welche ökologischen Auswirkungen mit diesem Rohstoff verbunden sind – angefangen bei den Emissionen, die bei seiner Produktion entstehen, bis hin zum dauerhaften Vorkommen von Plastik in der Umwelt nach der Entsorgung der Verpackungen. Dementsprechend suchen wir nach Lösungen, um diese Auswirkungen effektiv zu verringern.

Unsere Restaurantpartner kaufen ihre Verpackungsmaterialien unabhängig von Delivery Hero ein. Wir pflegen enge Beziehungen zu unseren Restaurants und sind der Überzeugung, dass wir dazu beitragen können, sie nicht nur über die Wichtigkeit nachhaltiger Verpackungsmaterialien aufzuklären, sondern ihnen auch Zugang zu umweltfreundlicheren Alternativen zu verschaffen.

Zu diesem Zweck setzen wir vor allem auf die Entwicklung eines global skalierbaren Programms für nachhaltige Verpackungen, in dessen Rahmen wir Restaurants mit Verpackungen beliefern werden. 2019 haben wir den Grundstein gelegt, um ein solches Programm zu konzipieren, auszuarbeiten und zu testen. Wir haben verschiedene Verpackungslösungen eingekauft und im Rahmen von Praxistests eingesetzt, um herauszufinden, welche Produkte für unsere Zwecke am besten geeignet sind. Im Laufe des Jahres 2020 werden wir auf ausgewählten Märkten ein Pilotprojekt auf den Weg bringen, um weitere Erfahrungen und Erkenntnisse in Hinblick auf den bestmöglichen Ansatz für die weltweite Umsetzung unseres Verpackungsprogramms zu sammeln.

In Mai 2019 investierten wir zudem in die Bio-Lutions International AG. Dieses Hamburger Start-up-Unternehmen produziert Verpackungen und Einweggeschirr aus landwirtschaftlichen Reststoffen. Diese Investition stellt einen wichtigen Schritt in Richtung nachhaltiger Verpackungsoptionen für unsere Lieferkette dar.

Emissionen

Wie bei den meisten Unternehmen entstehen auch durch unsere Tätigkeiten sowie die unserer Lieferkette und unserer Partner Treibhausgasemissionen. Da die Erderwärmung ein drängendes Thema von weltweiter Relevanz ist, sehen wir uns in der Verantwortung, die Auswirkungen dieser Emissionen zu begrenzen. Wir sind der Überzeugung, dass am Anfang jedes Handelns ein Bekenntnis steht. Deshalb haben wir uns selbst das Ziel gesteckt, bis Ende 2021 klimaneutral zu werden. Unser Ansatz besteht darin, unsere CO₂-Bilanz zu berechnen, um zu erkennen, in welchen Bereichen wir unseren Treibhausgasausstoß kompensieren sollten. Dies bietet uns die Möglichkeit, die Folgen unseres CO₂-Fußabdrucks schnell zu minimieren.

2019 konzentrierten sich unsere Anstrengungen auf drei Bereiche: die vollständige Ausarbeitung von Methoden für

die Berechnung unserer CO₂-Emissionen, die Einführung eines Kompensationsprogramms sowie die Grundsteinlegung für ein Programm zur Verringerung unserer Umweltauswirkungen. Dabei arbeiteten wir mit der ClimatePartner GmbH zusammen, die uns bei der Entwicklung der Methoden für die Berechnung unserer CO₂-Bilanz beriet und unterstützte. Unsere Methode basiert auf den Standards des Greenhouse Gas Protocol und wir unterscheiden zwischen Emissionen (Scope 1–3), die unmittelbar durch Delivery Hero verursacht werden – also durch unsere eigenen Lieferflotten, Materialien, die wir an Restaurants verkaufen sowie unsere internen Geschäftsprozesse –, und den durch unsere Partner verursachten CO₂-Ausstoß, z. B. durch Verpackungen, die Restaurants über Dritte beziehen, die Lieferaktivitäten unserer Partnerrestaurants usw. Wir wollen sicherstellen, dass wir ein genaues Verständnis davon bekommen, welche Emissionen operativ gesenkt werden können, da wir unmittelbare Kontrolle darüber haben, und welche Emissionen zwar im Zusammenhang mit unseren Tätigkeiten entstehen, aber nicht direkt von uns gesteuert werden können.

In Bezug auf diesen Sachverhalt haben wir uns für einen zentralisierten Managementansatz entschieden, da die genaue Berechnung der Treibhausgasbilanz spezielles Fachwissen und eine einheitliche Methodik voraussetzt. Dementsprechend haben wir zentral auf Ebene von Delivery Hero SE ein Projektteam ins Leben gerufen, das Daten unserer lokalen Unternehmen erhebt und in Zusammenarbeit mit unserem Umweltberatungsunternehmen die Treibhausgasbilanz (in t CO₂-Äquivalent) berechnet. Für Bereiche, in denen keine genauen Daten vorliegen, ziehen wir Schätzungen heran, die allgemein üblichen und anerkannten Ansätzen entsprechen.

Im Jahr 2019 beliefen sich die CO₂-Emissionen unserer Berliner Zentrale auf 8.537 t CO₂. Diese Emissionen kompensieren wir durch Unterstützung eines Waldschutzprojekts in Peru. Im Zuge der weiteren Auswertung unserer Treibhausgasbilanz werden wir über die errechneten Emissionen regelmäßig berichten.





ARBEITEN BEI DELIVERY HERO

Die Erfolgsgeschichte von Delivery Hero wird entscheidend von unserem hochmotivierten und -qualifizierten Personal weltweit mitgeschrieben. Die Gewinnung, Entwicklung und Bindung kompetenter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die unsere Werte verinnerlichen und täglich mit Leben füllen, ist deshalb sehr wichtig für uns. Unser Schwerpunkt liegt auf der Schaffung eines Arbeitsumfelds mit hervorragenden Bedingungen, die vielfältig, integrativ, gleichberechtigt und sicher sind.

Unsere Erfolge im Jahr 2019:

- Globale Neuformulierung unserer Unternehmenswerte
- Erreichung eines Employee Net Promoter Score (eNPS) von 35
- Ausarbeitung einer Diversitäts- und Inklusionsstrategie sowie Einführung eines entsprechenden Programms
- Veranstaltung von Meet-ups zur Präsentation unserer Arbeit und zum Netzwerken
- Schulung von mehr als 400 Beschäftigten zum Thema unbewusste Vorurteile in unserer Berliner Zentrale

- Start der weltweiten Einführung einer Schulung zum Thema unbewusste Vorurteile
- Integration von Diversität und Inklusion in unseren Onboarding-Prozess
- Gründung von zwei Mitarbeiterkreisen zu Diversität und Inklusion
- Delivery Hero's erste Teilnahme am Pride Festival

Delivery Hero als Arbeitgeber

Delivery Hero beschäftigt weltweit mehrere Tausend Menschen. Unsere Zusammenarbeit mit Restaurants fördert zusätzlich die Beschäftigung und trägt zur Schaffung von Arbeitsplätzen an unseren Standorten bei. Als Unternehmen streben wir danach, ebenso vielfältig zu sein wie die Gesellschaften, in denen wir tätig sind. Unsere Kultur fördert Offenheit und Respekt und macht sich dafür stark, dass jeder die Chance hat, seine Meinungen und Ideen frei zu äußern.

Unser Ansatz im Bereich Human Resources ist weiterhin sowohl zentral als auch dezentral ausgerichtet. Wir haben unsere Expertise innerhalb unserer zentralen HR-Teams vertieft und stehen deshalb weltweit mit professioneller Unterstützung in Personalfragen zur Verfügung. Gleichzeitig sind

wir aktuell dabei, regionale HR-Exzellenzzentren aufzubauen, um unsere an lokale Marktanforderungen und -regeln angepasste Unterstützung auszubauen. 2019 haben wir die Cloud-Lösung Workday eingeführt, um unsere Personalsysteme zu verschlanken und zu optimieren. Dadurch sind wir nun in der Lage, unsere stetig wachsende Belegschaft effektiver zu verwalten. Zudem bekommen unsere Führungskräfte die Tools und Daten an die Hand, um ihre Aufgabe als Teamleiter erfolgreich zu erfüllen. Auch die Einführung von Verfahren wie standardisierten Personalbeurteilungsprozessen wird dadurch erleichtert. Wir werden die regionale Einführung von Workday im Laufe von 2020 fortsetzen.

Wir bieten unseren Mitarbeitern zahlreiche Benefits, die uns als Arbeitgeber noch attraktiver machen sollen. Durch die Bereitstellung von Angeboten wie Fitnessstudio-Mitgliedschaften und Gesundheitschecks unterstreichen wir den Wert der Gesundheit und des Wohlbefindens unserer Mitarbeiter für uns als Unternehmen. Aus- und Weiterbildungsangebote mit einem Jahresbudget von € 1.000 pro Vollzeitbeschäftigten helfen uns, als innovatives und fortschrittliches Unternehmen zu wachsen. Darüber hinaus bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als Beitrag zu ihrer langfristigen Absicherung individuelle Formen der betrieblichen Altersvorsorge.

Im Rahmen der Personalbeschaffung veranstalten wir verschiedene Meet-ups, um unsere eigene Arbeit vorzustellen, Kontakte zu knüpfen und neue Mitarbeiter für unser Unternehmen zu gewinnen. 2019 richteten wir insgesamt 25 solcher Meet-ups in unserer Zentrale in Berlin aus.



Inklusives Führungsverhalten

Vorbildliches Verhalten durch Geschäftsleitung und Führungskräfte.

Gerechte Systeme

Garantierte Chancengleichheit in HR- und Geschäftsprozessen.

Inklusive Unternehmenskultur

Vermittlung der Voraussetzungen für die Förderung und Achtung von Vielfalt.

Befähigte Mitarbeiter

Vermittlung der Fähigkeiten innerhalb der Belegschaft für den Aufbau einer von Diversität und Inklusion geprägten Unternehmenskultur.



Diversität und Chancengleichheit

Delivery Hero hat sich Diversität und Inklusion auf seine Fahne geschrieben und versteht sich als Botschafter seiner vielfältigen Kunden und Märkte. Diversität hilft uns, die Produkte, Plattformen und Dienstleistungen zu entwickeln, die unseren breiten Kundenstamm am effektivsten ansprechen. Zugleich steigern wir die Motivation unserer Mitarbeiter sowie deren Identifikation mit dem Unternehmen. Delivery Hero verpflichtet sich zur Förderung der Chancengleichheit für alle Beschäftigten, damit wir jedem einzelnen ein herausragendes Arbeitnehmererlebnis bieten können.

2019 legten wir unser Diversitäts- und Inklusionsprogramm (D&I) vor und definierten im Rahmen einer entsprechenden Strategie unseren Ansatz zur Schaffung eines gerechten und vorurteilsfreien Arbeitsumfelds. Unsere Strategie konzentriert sich auf vier Kernbereiche: Inklusives Führungsverhalten, gerechte Systeme, inklusive Unternehmenskultur und befähigte Mitarbeiter. Diese vier Bereiche sind auf der vorherigen Seite dargestellt.

In jedem der vier Bereiche unseres D&I-Programms haben wir verschiedene Maßnahmen ergriffen. So nahm unser Managementteam an einem externen Workshop teil, um von der Führungsebene aus Wertmaßstäbe zu setzen und als Vorbild fungieren zu können und zugleich die strategischen Unternehmensziele in Bezug auf Diversität und Inklusion zu formulieren.

Zur Ausgestaltung gerechter Systeme arbeitete unser D&I-Team im Rahmen einer Bewertung unserer HR- und Geschäftsprozesse mit allen Funktionen der Personalabteilung zusammen. Für die Bereiche, in denen das Potenzial für Vorurteile erkannt wurde, wurden Aktionspläne entwickelt, um Gleichberechtigung und Chancengleichheit besser gewährleisten zu können.

Zum Aufbau einer inklusiven Unternehmenskultur integrierten wir Diversität und Inklusion in unser Personalentwicklungsprogramm, um sicherzustellen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch unser umfangreiches Schulungsangebot in die Lage versetzt werden, über ihre unbewussten Vorurteile zu reflektieren und sich einen Führungsstil anzueignen, der stärker auf Inklusion ausgerichtet ist. 2019 haben wir uns als Ziel gesteckt, unsere Personalmanager bis 2020 in Bezug auf das Thema unbewusste Vorurteile zu schulen. Bis Ende 2019 hatten 68% der Manager in unserer Zentrale und 70% der Manager in unseren Unternehmen der MENA-Region eine entsprechende Schulung durchlaufen. Für die übrigen Regionen haben wir einen globalen Rollout-Plan aufgestellt.

Um unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu befähigen, sich am Aufbau einer Unternehmenskultur zu beteiligen, in der Diversität und Inklusion hochgehalten werden, ist es aus unserer Sicht unerlässlich, ihnen im Rahmen spezieller Ressourcengruppen die erforderlichen Mittel und Kompetenzen an die Hand zu geben. Solche Gruppen bezeichnen wir bei Delivery Hero als „Hero Communities“. Wir freuen uns sehr, dass 2019 aus unserer Belegschaft heraus zwei solcher Hero Communities ins Leben gerufen wurden. Unsere „Proud Heroes“ fungieren als Anlaufstelle für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich mit der LGBTQI+-Community identifizieren oder diese unterstützen. 2019 arbeiteten die „Proud Heroes“ eng mit unserem D&I-Team zusammen, um Delivery Hero's erste Teilnahme am Pride Festival in Berlin zu organisieren. Ziel dieser Parade ist es, die Öffentlichkeit über die Rechte der LGBTQI+-Community aufzuklären und diese zu fördern. Unsere Beschäftigten muslimischen Glaubens organisierten sich ebenfalls als „Muslim Heroes“ und arbeiteten gemeinsam mit internen Teams an der Ausrichtung von Veranstaltungen im Fastenmonat Ramadan sowie an der Einrichtung neuer Gebetsräume in den Bürogebäuden unserer Berliner Zentrale.

Delivery Hero verpflichtet sich zur strengen Einhaltung aller lokal und global geltenden Gesetze und Vorschriften. Dazu gehören insbesondere auch die Bestimmungen des Gesetzes zur Förderung der Transparenz von Entgeltstrukturen (Entgelttransparenzgesetz). Die gesetzlich vorgeschriebenen Berichtspflichten werden in Form eines gesonderten zusammengefassten Lageberichts erfüllt.

Weitere Informationen zur Gender Diversity (geschlechtsspezifischen Vielfalt) bei Delivery Hero und zu den entsprechenden Zielsetzungen in Bezug auf die geschlechtsspezifische Vielfalt in unserem Vorstand, Aufsichtsrat und den beiden darunterliegenden Führungsebenen finden Sie in unserem Corporate Governance Bericht auf Seite 22.

Mitarbeiterzufriedenheit

Damit wir unsere Ziele und Ambitionen erreichen können, ist es entscheidend, dass wir bei Delivery Hero zufriedene und motivierte Mitarbeiter haben. Mithilfe des sogenannten Employee Engagement fördern wir die Personalbindung, das Unternehmenswachstum, die künftige Personalbeschaffung und den Aufbau einer robusten Unternehmenskultur. Um nachvollziehen zu können, in welchen Bereichen wir bereits gut abschneiden und wo Verbesserungen nötig sind, führen wir vierteljährliche Mitarbeiterbefragungen durch, die auf dem „Employee Net Promoter Score“ (eNPS) basieren. Diese Kennzahl gibt Auskunft über die Loyalität unserer Beschäftigten gegenüber Delivery Hero sowie ihren Einsatz für unser Unternehmen. Die Umfrageergebnisse dienen uns als Grundlage für Aktionspläne in Bereichen, in denen Verbesserungsbedarf erkannt worden ist. 2019 erreichten wir für unsere Berliner Zentrale einen durchschnittlichen eNPS von 35 Punkten bei einer durchschnittlichen Teilnahmequote von 74%. Zudem weiteten wir die Durchführung von Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit auf unsere Tochterunternehmen weltweit aus, so dass nun alle Teile des Konzerns unser System nutzen.





ETHIK

Ethisches Verhalten gehört zu unseren höchsten Prioritäten. Unsere Werte, Prinzipien und Standards schaffen Vertrauen – und das benötigen wir, um für unsere Kunden ausgezeichnete Serviceleistungen zu erbringen.

2019 haben wir Unternehmenswerte formuliert, die derzeit in allen Unternehmen von Delivery Hero eingeführt und kommuniziert werden. Vertrauen beginnt stets mit unseren Führungskräften, die in Bezug auf ethische Standards und Verhaltensnormen eine Vorbildrolle für unsere Beschäftigten einnehmen. Unser Geschäftserfolg hängt auch davon ab, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jederzeit moralisch, verantwortungsbewusst und gesetzeskonform handeln. Diese Standards spiegeln sich in unseren alltäglichen Geschäftstätigkeiten sowie in unseren Beziehungen untereinander, zu unseren Geschäftspartnern, Investoren und den anderen Stakeholdern von Delivery Hero wider.

Um die große Bedeutung von Integrität hervorzuheben, haben wir „Ethics“ zur vierten Säule unserer Nachhaltigkeits- und CSR-Strategie gemacht.

Arbeitsschutz

Bei Delivery Hero beschäftigen wir weltweit mehrere Tausend Menschen und legen höchsten Wert darauf, dass jeder einzelne an seinem Arbeitsplatz sicher ist – sei es im Büro, auf der Straße oder auf Geschäftsreise. Dementsprechend genießt der Arbeitsschutz einen hohen Stellenwert bei Delivery Hero. Wir schulen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie sie Unfälle vermeiden und zu einem für jedermann sicheren Arbeitsumfeld beitragen können.

In unserer Zentrale in Berlin gibt es zahlreiche arbeitsschutzrelevante Einrichtungen, die unsere Beschäftigten nutzen können, beispielsweise spezielle Gebets-, Erste-Hilfe- und Ruheräume. 2020 schaffen wir weitere Räum-

lichkeiten für unsere Arbeitnehmer, unter anderem einen Yoga-Raum und ein Gesundheitszentrum. Darüber hinaus stellen wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ergonomisch gestaltete Arbeitsplätze bereit, die mit höhenverstellbaren Schreibtischen, Bürostühlen und Monitoren ausgestattet sind und somit an die individuellen Bedürfnisse angepasst werden können.

Die Sicherheit unserer Fahrer hat ebenfalls einen sehr hohen Stellenwert für Delivery Hero. Deshalb arbeiten wir an der Einführung weltweiter Sicherheitsstandards, um für mehr Einheitlichkeit innerhalb unseres internationalen Konzerns zu sorgen.

Menschenrechte

Wir verpflichten uns in all unseren Tätigkeiten zur uneingeschränkten Achtung der Menschenrechte. Wir gehen aktiv gegen jede Form von Zwangs- oder Pflichtarbeit, alle anderen Formen der modernen Sklaverei, Kinderarbeit und Menschenhandel vor. Diskriminierung und Ungleichheit haben bei Delivery Hero ebenfalls keinen Platz. Dies ist für uns unabhängig vom Standort ein integraler und natürlicher Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit.

GESETZE & VORSCHRIFTEN

Wir sind verpflichtet, alle geltenden Gesetze und Vorschriften in unseren Märkten zu befolgen. In diesem Abschnitt gehen wir näher auf einige der ethischen und gesetzlichen Standards ein, zu deren Einhaltung wir uns ausdrücklich bekennen.

Werte, Prinzipien, Standards und Verhaltensnormen

Wir handeln in Einklang mit den Grundsätzen von Ethik und Integrität sowie mit allen geltenden Gesetzen und stets im Interesse von Delivery Hero. Delivery Hero toleriert keine Form von Betrug, Bestechung bzw. Korruption oder sonstigen Formen regelwidrigen Verhaltens durch unsere

Mitarbeitenden und andere Stakeholder. Wir erwarten von allen unseren Beschäftigten, dass sie sich weder an Aktivitäten beteiligen noch Aufgaben erfüllen, die den Interessen von Delivery Hero entgegenstehen. Alle geschäftlichen Entscheidungen müssen stets im besten Interesse des Unternehmens und nicht zum persönlichen Vorteil getroffen werden. Diese Geschäftspraktiken sind in einem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) niedergelegt worden, der innerhalb des gesamten Unternehmens verteilt wurde und regelmäßig auf den neuesten Stand gebracht wird. Unseren lokalen Unternehmen obliegt es, den Inhalt an alle relevanten Personen weiterzugeben.

Beratungs- und Meldeverfahren für Compliance-Angelegenheiten und - Verstöße

Jeder Beschäftigte von Delivery Hero trägt die Verantwortung, auf potenzielle oder tatsächliche Verstöße gegen geltende Gesetze, den Verhaltenskodex von Delivery Hero oder interne Richtlinien zu reagieren. Für die Meldung schwerwiegender Compliance-Verstöße und gesetzeswidriger Geschäftspraktiken haben wir eine mehrsprachige Online-Whistleblower-Plattform eingerichtet, die rund um die Uhr verfügbar ist. Unser Whistleblower-System garantiert eine anonyme Meldung sowie den höchsten Grad an Sicherheit für Whistleblower. Mitarbeiter sollten sich jedoch zunächst an ihren direkten Vorgesetzten oder die zuständige Compliance-Abteilung wenden und von der Whistleblower-Plattform nur Gebrauch zu machen, wenn dies nicht möglich erscheint. Alle gemeldeten Vorfälle werden von Delivery Hero sorgfältig geprüft und, sofern angemessen, gemäß den Richtlinien und Verfahren für gemeldete Compliance-Verstöße behandelt. Die Vertraulichkeit der Informationen, die eine anzeigende Person in Bezug auf einen (möglichen) Compliance-Verstoß übermittelt, wird so weit wie möglich geschützt. Der Empfänger der Informationen von Delivery Hero darf diese nur in dem Umfang weitergeben, wie dies im gesetzlich zulässigen





Rahmen erforderlich ist. Delivery Hero achtet den Wunsch nach Vertraulichkeit und anonymer Meldung. Die Beratungs- und Meldeverfahren für Compliance-Angelegenheiten und - Verstöße werden regelmäßig überprüft. Das Nachhaltigkeits- und CSR-Team kümmert sich fortlaufend um die Prüfung und Aktualisierung unserer ethischen Grundsätze durch Berücksichtigung gemeldeter Bedenken und Verstöße in geschäftlichen Entscheidungen.

Datenmanagement

Der verschärfte Wettbewerb in den Märkten, in denen Delivery Hero tätig ist, setzt eine stärkere Orientierung am Kunden und insbesondere einen Fokus auf die kontinuierliche Verbesserung des Kundenerlebnisses voraus. Vor dem Hintergrund der umfassenden Digitalisierung und einer besser informierten sowie zunehmend proaktiven und anspruchsvollen Kundschaft führt kein Weg daran vorbei, moderne Technologien zu nutzen, um maximale Kundenzufriedenheit zu erzielen und dauerhaft sicherzustellen sowie Kundendaten sorgfältig und verantwortungsvoll zu verarbeiten.

Die Datenschutzrichtlinien unserer Unternehmen erfüllen die Anforderungen von Artikel 13 und 14 der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Sie werden regelmäßig überprüft, um sicherzustellen, dass sie aktuell und richtig sind.

Wir informieren unsere Kunden und sonstigen Stakeholder beim Besuch unserer Website darüber, welche Daten erhoben werden, und erklären die Nutzungsweise dieser Daten. Alle Kundendienstmitarbeiter werden geschult, um die Anfragen betroffener Personen im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung zu bearbeiten, und bekommen relevante Musterformulare zur Verfügung gestellt. Personenbezogene Daten sind Informationen, die sich direkt oder indirekt auf eine Person beziehen, beispielsweise Vor- und Nachname, Standortdaten oder eine E-Mail-Adresse.

Unsere Kunden können jederzeit von ihren Rechten als betroffene Personen Gebrauch machen, indem sie eine entsprechende Anfrage an eine der in der Datenschutzerklärung angegebenen E-Mail-Adressen oder an dpo@deliveryhero.com senden. Jede Anfrage wird im Anschluss an eine Identitätsprüfung innerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Frist beantwortet. Auf vielen Plattformen wurde in den Kunden-Accounts eine DSGVO-Funktion integriert, um die Ausübung der Rechte betroffener Personen zu erleichtern und zu gewährleisten. Über diese Funktion können Kunden ihre gespeicherten Daten einsehen, ihre Einwilligung in den Erhalt von Werbung widerrufen und ihre Nutzerkonten jederzeit löschen. Die Löschung erfolgt innerhalb von 48 Stunden durch mehrfache Überschreibung der personenbezogenen Daten.

Delivery Hero verpflichtet sich zum Schutz der Daten seiner Kunden und Arbeitnehmer. Unabhängig von externen Audits werden alle Systeme, die im Rahmen von internen Risikoanalysen als gefährdet eingestuft werden, einer Datenschutz-Folgenabschätzung unterzogen und im Rahmen eines Kontrollprozesses kontinuierlich geprüft. Darüber hinaus werden regelmäßig Penetrationstests durchgeführt und bei Bedarf Anpassungen vorgenommen.

Jeder Beschäftigte nimmt einmal im Jahr an einer Pflichtschulung zum Thema Datenschutz teil, die mit einem Abschlusstest endet, der bestanden werden muss. Zudem verlangen wir von jedem Arbeitnehmer die Unterzeichnung unseres Verhaltenskodex, der ebenfalls Abschnitte zu Datenschutz und -sicherheit enthält. Schließlich werden abteilungsspezifische Schulungen erteilt, um den jeweiligen Anforderungen Rechnung zu tragen und die einzelnen Abteilungen für das Thema zu sensibilisieren.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Delivery Hero wird durch seine Unternehmenswerte angetrieben. Dazu zählt auch das Motto „We are Heroes because we care“, das unsere soziale Verantwortung als Unternehmen in den Mittelpunkt rückt. Unser Ziel ist es, einen wesentlichen Beitrag zur Gesellschaft an unseren Standorten zu leisten. Dazu richten wir unsere Nachhaltigkeitssäule „Giving Back“ strategisch nach den Stärken unseres Unternehmens aus.

Unsere Erfolge im Jahr 2019:

- Einführung einer Option für unsere Kunden, Mahlzeiten per App zu spenden
- Einführung neuer Regeln für ehrenamtliches Engagement
- Ausweitung unserer Freiwilligen-Kampagne „Hero Month“ auf zehn Länder
- 3.343 Stunden weltweit ehrenamtliches Engagement im Rahmen von „Hero Month“

Unser soziales Engagement zielt darauf ab, auf drei Arten einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. So ermöglichen wir unseren Kunden, einen guten Zweck zu unterstützen, der ihnen am Herzen liegt. Zudem nutzen wir unsere eigenen Kompetenzen und Systeme, um einen positiven Beitrag zu unserer Gesellschaft zu leisten, und geben darüber hinaus unseren Mitarbeitern die Chance, sich sozial zu engagieren.

Der Kampf gegen den Hunger hat im Rahmen unseres sozialen Engagements höchste Priorität. Dieses Ziel liegt unseren Kunden am Herzen und entspricht zugleich unserer Identität als Unternehmen. 2019 boten efood und hipMenu, unsere Marken in Griechenland bzw. Rumänien, ihren Kun-





den die Möglichkeit, Mahlzeiten für bedürftige Menschen zu spenden. Insgesamt halfen unsere Kunden, 126.321 Menschen satt zu machen. Für 2020 haben wir uns das Ziel gesteckt, unser Programm für Lebensmittelspenden auf weitere Plattformen und Märkte auszuweiten.

Um unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, sich für soziale Belange einzusetzen, haben wir neue Rahmenbedingungen für ehrenamtliches Engagement eingeführt, die jedem Arbeitnehmer von Delivery Hero erlauben, zwei Arbeitstage im Jahr für eine ehrenamtliche Tätigkeit zu nutzen. Beschäftigte können ihre Tage im gesamten Jahr nutzen, um die Arbeit lokaler gemeinnütziger Organisationen einzeln oder in Gruppen zu unterstützen.

2018 führten wir mit dem „Hero Month“ eine Ehrenamtskampagne ein, die jedes Jahr im Oktober stattfindet. Darauf aufbauend erweiterten wir diesen Aktionsmonat 2019 auf zehn Länder und beteiligten drei weitere unserer Marken an dieser Kampagne. Weltweit leisteten unsere Heros im Hero Month insgesamt mehr als 3.343 Stunden ehrenamtliche Arbeit.

HINWEISE ZUM NICHTFINANZIELLEN BERICHT

Der vorliegende nichtfinanzielle Konzernbericht der DH Gruppe (im Folgenden als „Delivery Hero“ bezeichnet) erfüllt die inhaltlichen Vorgaben gemäß § 315b, c sowie § 289b bis e des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) in Bezug auf wesentliche Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, die Achtung der Menschenrechte sowie die Bekämpfung von Korruption und Bestechung.

Darüber hinaus orientiert sich dieser Bericht an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI). Dies gilt insbesondere für die Beschreibung unserer grundlegenden Managementansätze und die durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse. Für die Zukunft plant Delivery Hero, im Zuge der Erweiterung seines Nachhaltigkeitsprogramms noch umfangreicher und ausführlicher über seine Maßnahmen zu berichten. Bis dahin stehen die Nachhaltigkeits- und CSR-Abteilung sowie die PR- und Investor-Relations-Abteilung für sämtliche Fragen zu diesem Bericht zur Verfügung.

Delivery Hero erbringt Online- und Food-Delivery-Dienste in mehr als 44 Ländern in vier geographischen Regionen: Europa, Mittlerer Osten und Nordafrika (MENA), Asien und Amerika. Ausführliche Informationen zum Geschäftsmodell von Delivery Hero finden Sie im zusammengefassten Lagebericht 2019 ab Seite 58.

Innerhalb der Abschnitte zu den einzelnen Aspekten werden die jeweils verfolgten Konzepte und Due-Diligence-Prozesse sowie die vorliegenden Ergebnisse beschrieben. In Einklang mit § 315b Abs. 1 Satz 3 HGB wird außerdem auf nichtfinanzielle Informationen zu einzelnen Aspekten im zusammengefassten Lagebericht hingewiesen. Darüber hinaus beschreibt der nichtfinanzielle Bericht wesentliche Risiken im Sinne von § 289c Abs. 3 Nr. 3 und 4 HGB, sofern diese Informationen für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage der Kapitalgesellschaft sowie der Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf nichtfinanzielle Aspekte erforderlich sind.

Delivery Hero hat bislang noch keine bedeutsamen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren im Sinne von § 289c Abs. 3 Nr. 5 HGB festgelegt, die für die Geschäftstätigkeit von Bedeutung sind. Zudem besteht kein unmittelbarer Zusammenhang zwischen den im Jahresabschluss ausgewiesenen Beträgen gemäß § 289c Abs. 3 Nr. 6 HGB und nichtfinanziellen Belangen.

Delivery Hero setzt alles daran, wesentliche Risiken und Chancen mit möglichen geschäftlichen Auswirkungen frühzeitig zu erkennen. Zu diesem Zweck unterhält das Unternehmen ein Managementsystem zur Erkennung und Handhabung von Risiken. Die Risikomanagementfunktion wird von der Fachabteilung Governance, Risk & Compliance (GRC) ausgeübt.

Delivery Hero beurteilt Nachhaltigkeitsrisiken grundsätzlich nach Berücksichtigung risikomindernder Maßnahmen. Bezüglich der Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Aspekte von Delivery Hero wurden keine wesentlichen Risiken im Zusammenhang mit den eigenen Tätigkeiten des Unternehmens oder mit dessen Geschäftsbeziehungen, Produkten und Dienstleistungen identifiziert, die schwerwiegende negative Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Belange haben.

Weitere Informationen zum Risikomanagement bei Delivery Hero finden Sie im Risiko- und Chancenbericht 2019 ab Seite 72.

