

NICHTFINANZIELLER KONZERNBERICHT

Brief des Vorstandsvorsitzenden:

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, liebe Heroes,

2020 war ein beispielloses Jahr für die Menschen auf der ganzen Welt. Dank unserer Kernwerte ist es Delivery Hero gelungen, unseren Kunden, die sich während der Coronapandemie auf uns verlassen haben, weiterhin ein herausragendes Kundenerlebnis zu bieten. Unsere Heroes leben unsere Werte jeden Tag und bringen positiven Wandel in den Bereichen, in denen sie agieren. Unseren dabei entstehenden ökologischen Fußabdruck wollen wir verstehen und ergreifen Maßnahmen, um diesen nicht außer Acht zu lassen.

Nachdem wir im Jahr 2019 unsere Corporate Social Responsibility (CSR) und Sustainability-Teams aufgestellt haben, konnten wir das Jahr 2020 nutzen, um verschiedenste Projekte im gesamten Unternehmen zu lancieren. In großen Schritten bringen wir unsere ehrgeizigen Ziele voran und ich freue mich darauf, was uns 2021 alles erwartet.

Eines unserer Projekte, auf das ich sehr stolz bin, ist unsere Zusammenarbeit mit dem Welternährungsprogramm (World Food Programme), das 2020 mit dem Nobelpreis ausgezeichnet wurde. Zusammen haben wir eine „tech4good“-Lösung in unsere Plattformen in verschiedenen

Ländern integriert, die unsere Kunden in die Lage versetzt, die durchschnittlichen Kosten einer Mahlzeit für Menschen in Hungersnot zu übernehmen. Dank dieser Kooperation und anderer Spendenaktionen unserer globalen Marken konnten wir im Jahr 2020 Menschen in Not mit über 2,3 Millionen Mahlzeiten versorgen.

Auch der Umweltschutz und die Bekämpfung des Klimawandels sind sehr wichtige Themen für mich. Ich habe mich 2019 der Klimaschutzinitiative „Leaders for Climate Action“ angeschlossen und angekündigt, dass wir bis Ende 2021 weltweit klimaneutral sein werden. Wir haben bereits enorme Fortschritte auf dem Weg zu diesem ehrgeizigen Ziel gemacht und ich freue mich verkünden zu dürfen, dass wir mit Beginn des Jahres 2021 in unseren europäischen und lateinamerikanischen Geschäftsaktivitäten klimaneutral wirtschaften.

In vielen Märkten, in denen wir uns bewegen, haben wir während der Pandemie im Jahr 2020 wesentliche Versorgungsaufgaben übernommen. Wie viele Unternehmen auf der ganzen Welt haben auch wir uns durch die Coronapandemie an neue Formen des Arbeitens gewöhnen müssen.

Es ist uns gelungen, die notwendigen Anpassungen schnell vorzunehmen und Lieferungen kontaktlos durchzuführen. So haben wir für den größtmöglichen Schutz unserer Mitarbeiter*innen gesorgt und zur Eindämmung der Coronapandemie beigetragen.

Im Folgenden fassen wir zusammen, was unser Unternehmen im Jahr 2020 erreicht hat, und geben einen Einblick in unsere Pläne für die Zukunft. Delivery Hero hat großes Potenzial, einen Beitrag zur Bekämpfung von gesellschaftlichen und ökologischen Problemen zu leisten, und ich freue mich sehr darauf zu sehen, welche positive Wirkung unsere Geschäftsaktivitäten auch künftig in Bezug auf lokale und globale Herausforderungen haben werden.

Ihr



Niklas Östberg

NACHHALTIGKEITSANSATZ UND ZENTRALE ASPEKTE

Unsere Werte

Nachhaltig denken und auf Grundlage von Werten und Prinzipien handeln – dies sind die wesentlichen Grundlagen für den Erfolg von Delivery Hero. Wir möchten unseren Beitrag leisten, um für die heutige, aber auch für zukünftige Generationen stabile wirtschaftliche, soziale und ökologische Verhältnisse zu schaffen. Dies bedeutet, für alle negativen Folgen unserer Geschäftstätigkeit die Verantwortung zu übernehmen, an diesen Auswirkungen durch Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks zu arbeiten und zu Lösungen beizutragen, die sich an den Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung orientieren.

Unsere strategischen Prioritäten

Nachhaltigkeit bedeutet Verantwortung: Wenn wir mit unseren Mitarbeiter*innen und unserer Umwelt verantwortungsbewusst umgehen und unser Geschäft auf vorausschauende und rücksichtsvolle Weise betreiben, tragen wir zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Letztlich möchten

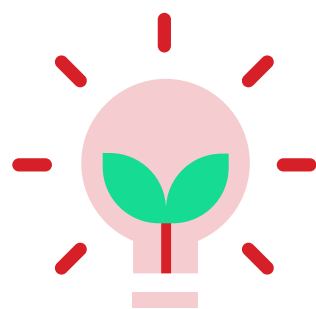
wir unseren Anteil leisten, um die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen Realität werden zu lassen, und möchten diese daher in Zukunft noch stärker in unsere Nachhaltigkeitsstrategie und Unternehmenswerte integrieren. Unserer Überzeugung nach wird unser Unternehmen durch diese Ausrichtung noch erfolgreicher werden und das nicht nur heute, sondern auch für viele weitere Jahre.

Will man Verantwortung wahrnehmen, erfordert dies strategisches Denken, klar definierte und realistische Ziele sowie eine effektive Organisationsstruktur. Wir haben einen Großteil des Jahres 2019 darauf verwendet, unsere Strategie sowie die notwendigen Abteilungsstrukturen und Prozesse zu entwickeln und die Grundlagen für die von uns ins Auge gefassten strategischen Projekte zu schaffen. Im Berichtsjahr 2020 waren einige der strukturellen Prozesse zwar noch nicht abgeschlossen, trotzdem konnten wir strategische Projekte bereits in Angriff nehmen.

Ein Höhepunkt des Jahres 2020 war die im dritten Quartal erfolgte Aufnahme von Delivery Hero in den DAX 30, Deutschlands bedeutendster Aktienindex. Dies stellt ein klares Zeichen dar, dass der Markt von unserer Wachstumsstrategie und unserem Geschäftsmodell nachhaltig überzeugt ist. Während unser strategischer Rahmen dadurch bestätigt wird, sind wir uns auch der damit einhergehenden Verantwortung gegenüber Erwartungen an Transparenz bewusst.

Delivery Hero ist im Laufe des Jahres 2020 weiterhin sehr schnell gewachsen. Unser Team für unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit (CSR & Sustainability-Team) trägt diesem Wachstum Rechnung und passt unseren Ansatz und unsere Strategie an das sich entwickelnde Geschäft an. Die CSR & Sustainability-Abteilung besteht aus mehreren, für unterschiedliche Themen verantwortlichen Teams und berichtet an den Director of Sustainability, CSR & Safety, der wiederum an den/die Leiter*in für Personalangelegenheiten, den Chief People Officer, und letztlich an den CEO berichtet.

Das Jahr 2020 stand eindeutig im Zeichen der COVID-19-Pandemie. Dabei kristallisierte sich heraus, dass unsere Dienstleistungen in Zeiten von Lockdowns von essenzieller Bedeutung sein können. In vielen Ländern konnten wir dazu beitragen, Menschen mit Nahrungsmitteln, Medikamenten und anderen Waren zu versorgen. Wir haben alles daran gesetzt, die Übertragungsrate unter unseren Mitarbeiter*innen, Fahrer*innen, Partnerrestaurants und Kunden während der Pandemie so niedrig wie möglich zu halten. Dazu haben wir verschiedene Maßnahmen umgesetzt, wie kontaktlose Lieferungen, Kontaktverfolgungsprozesse, Social Distancing oder, wo immer möglich, Arbeit im Homeoffice.



Our Values

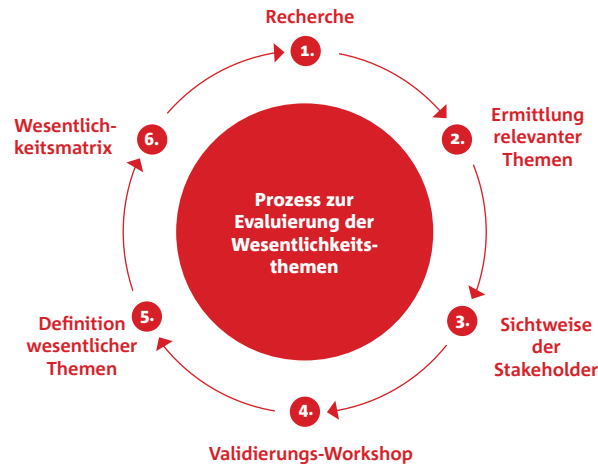


Unsere wesentlichen Themen

Der auf vier Säulen ruhende Ansatz von Delivery Hero in puncto Nachhaltigkeitsmanagement und -berichterstattung resultiert aus der Überarbeitung der Wesentlichkeitsanalyse der vorangegangenen Jahre. Unterstützt durch ein externes Beratungsunternehmen haben wir den Prozess im Oktober und November 2020 neu überdacht. Grundlage bildeten dabei die verschiedenen Definitionen von Wesentlichkeit, die von Berichterstattungsrahmenwerken wie den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und der EU-Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie von verwandten und kommenden Rahmenwerken des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) und den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) angeboten werden.

Der Prozess, der ausschließlich interne Stakeholder involvierte, hatte das primäre Ziel, eine Wesentlichkeitsanalyse zu entwickeln, die mit der aktuellen Berichterstattungspraxis und den rechtlichen Anforderungen in Einklang steht und die umgehend für den vorliegenden nichtfinanziellen Bericht für 2020 verwendet werden konnte. Für 2021 haben wir eine weitere grundlegende Überarbeitung der Wesentlichkeitsanalyse ins Auge gefasst, um alle relevanten Abteilungen von Delivery Hero einzubeziehen. Dies wird auch externe Stakeholder einschließen.

PROZESS ZUR EVALUIERUNG DER WESENTLICHKEITSTHEMEN



Die Arbeit aus dem Homeoffice zwang uns 2020, eine Reihe virtueller Workshops abzuhalten. Zu Beginn war dabei lediglich unser CSR & Sustainability-Team involviert, welches auf Grundlage internationaler Nachhaltigkeitsrahmenwerke (Nachhaltigkeitsziele der UN, SASB und andere), des Wettbewerbsumfeldes sowie der von Delivery Hero angepeilten Ziele eine Themenliste zusammenstellte. Die vereinbarten und sich im Entwurfsstadium befindlichen Themen wurden anschließend einer größeren Gruppe interner Stakeholder vorgestellt, die einen Online-Fragebogen ausfüllten und die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen für Delivery Hero und die vorher festgelegten Stakeholder-Gruppen evaluierten.

DIE STAKEHOLDER VON DELIVERY HERO

<p style="text-align: center;">Fahrer*innen</p> <p>Wir möchten, dass die Fahrer*innen sicher unterwegs sind, und sie dazu befähigen, auch weiterhin eine herausragende Lieferererfahrung zu bieten.</p> <p>Umfragen zum Engagement (Engagement Surveys, Fahrer-NPS), Sicherheitstraining und -initiativen, Kommunikation, Förder- und Unterstützungsprogramme.</p>	<p style="text-align: center;">Investoren</p> <p>Wir sind bestrebt, den Shareholder Value zu steigern.</p> <p>Wir informieren transparent und rechtzeitig zur Lage von Delivery Hero über Jahresabschlüsse und bilaterale Gespräche mit Investoren und Analysten sowie durch Präsentationen des Unternehmens auf Investorenkonferenzen und Roadshows.</p>	<p style="text-align: center;">Restaurants</p> <p>Wir möchten unsere Partnerrestaurants zur Einhaltung sozialer, ethischer und umweltbezogener Standards ermutigen.</p> <p>Befragungen zum Engagement (Engagement Surveys) (Restaurant-NPS), Account Management.</p>
<p style="text-align: center;">Mitarbeiter*innen</p> <p>Wir möchten unsere Mitarbeiter*innen motivieren, einbinden und weiterentwickeln, sodass sie ihr volles Potenzial erreichen können.</p> <p>Umfragen zum Mitarbeiterengagement (Engagement Surveys), Schulungen, Leistungsmanagementprozesse, All Hands-/Update-Meetings, Berichte an den Aufsichtsrat.</p>	<p style="text-align: center;">Gemeinden/NGOs</p> <p>Wir möchten die Gemeinden, in denen wir tätig sind und arbeiten, aktiv unterstützen.</p> <p>Freiwilligenprogramme, virtuelle Gespräche/Veranstaltungen, Partnerschaften.</p>	<p style="text-align: center;">Aufsichtsbehörden</p> <p>Wir sind daran interessiert, mit den Aufsichtsbehörden einen offenen Dialog zu führen und gesetzliche Bestimmungen und Vorschriften einzuhalten.</p> <p>Dialog mit den Aufsichtsbehörden in den lokalen Märkten.</p>
<p style="text-align: center;">Kunden</p> <p>Wir konzentrieren uns darauf, den Alltag unserer Kunden durch herausragende und innovative Dienstleistungen zu verbessern.</p> <p>Befragungen zur Kundenzufriedenheit, Social Media, Markenstudien (Schwerpunktgruppen + Befragungen).</p>	<p style="text-align: center;">Lieferanten</p> <p>Wir beabsichtigen, alle Beziehungen zu unseren Lieferanten auf Grundlage hoher sozialer, ethischer und umweltbezogener Standards zu führen.</p> <p>Account Management, Lieferanten-Onboarding.</p>	

■ Weshalb ist der Stakeholder wichtig? ■ Beispiele für Engagement-Aktivitäten/Ressourcen

Die endgültige Liste wesentlicher Themen wurde in Abstimmung mit verschiedenen internen Stakeholdern im Rahmen eines entsprechenden Workshops validiert. Die Diskussion führte zur Überarbeitung ausgewählter wesentlicher Themen und einer aktualisierten Wesentlichkeitsmatrix. Zudem wurden Reportingschwellen für den nichtfinanziellen Bericht sowie für unsere zusätzliche GRI-Berichterstattung

definiert. Die folgende Grafik stellt das Ergebnis unserer Wesentlichkeitsbewertung für das Berichtsjahr 2020 dar.

Sie zeigt die neue Zuordnung der Themen zu den vier Säulen, wobei zehn Themen im nichtfinanziellen Bericht und 16 in unserem GRI Content Index behandelt werden.

DIE WESENTLICHKEITSMATRIX VON DELIVERY HERO

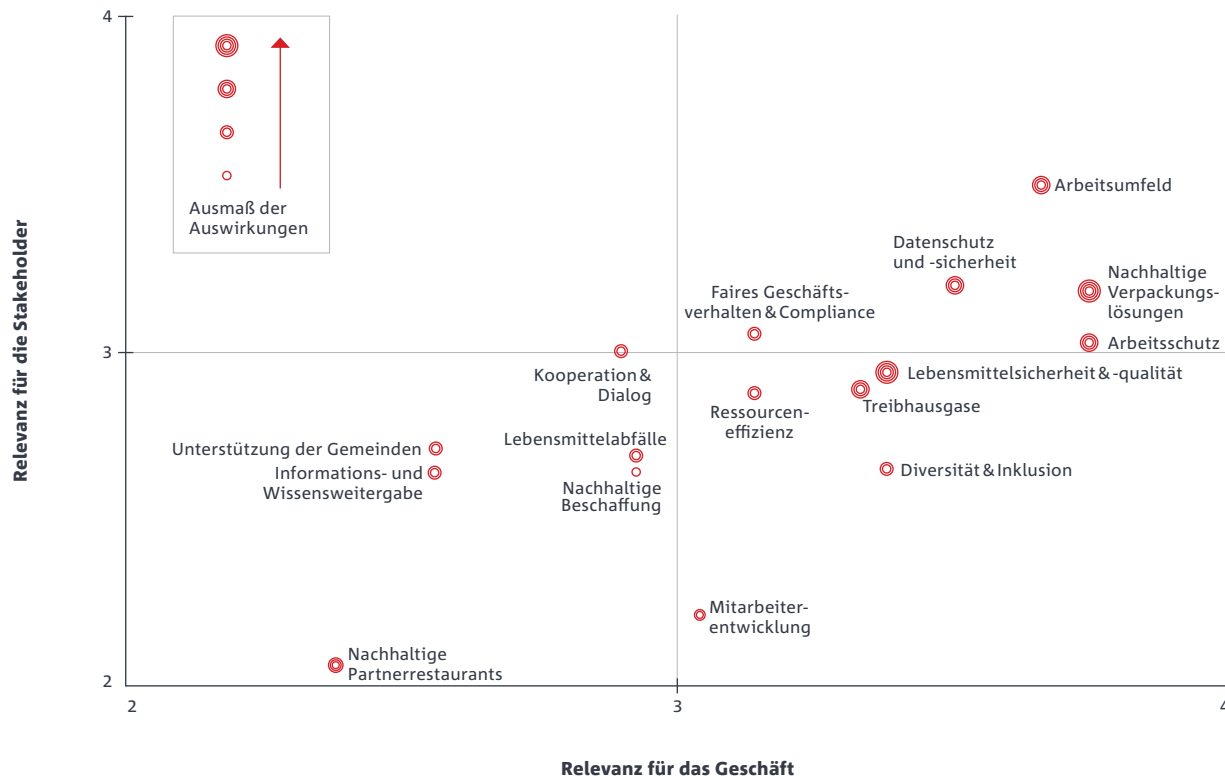


TABELLE – WESENTLICHKEITSTHEMEN

	Thema	Im nichtfinanziellen Bericht enthalten (wesentliches Thema)	Im GRI Content Index berichtet
Klima & Umwelt	Treibhausgase	✓	✓
	Ressourceneffizienz	✓	✓
	Nachhaltige Verpackungslösungen	✓	✓
	Lebensmittelabfälle	X	✓
Belegschaft, Sicherheit & Menschenrechte	Arbeitsumfeld	✓	✓
	Diversität & Inklusion	✓	✓
	Mitarbeiterentwicklung	✓	✓
	Arbeitsschutz	✓	✓
Verantwortungsvolle Unternehmensführung & -ethik	Datenschutz und -sicherheit	✓	✓
	Faires Geschäftsverhalten & Compliance	✓	✓
	Nachhaltige Beschaffung	X	✓
	Nachhaltige Partnerrestaurants	X	✓
Soziales Engagement & Partnerschaften	Lebensmittelsicherheit und -qualität	✓	✓
	Informations- und Wissensweitergabe	X	✓
	Unterstützung der Gemeinden	X	✓
	Kooperation & Dialog	X	✓

KLIMA UND UMWELT

Delivery Hero ist bestrebt, sein Geschäft umweltfreundlicher zu betreiben und führt weltweit Projekte durch, um negative ökologische Auswirkungen zu reduzieren. Unsere Branche beeinflusst die natürliche Umwelt hauptsächlich durch die von uns und unseren Partnern emittierten Treibhausgasen, durch den Kunststoff in Lebensmittelverpackungen sowie durch Lebensmittelabfälle und den Ressourcenverbrauch in unseren Büros. Um diese Auswirkungen zu begrenzen, umfasste unser Umweltprogramm 2020 die folgenden drei wesentlichen Themen: Treibhausgase, Ressourceneffizienz und nachhaltige Verpackungen.

Treibhausgasemissionen

Die globale Erwärmung ist ein zentrales Thema, das weltweit Auswirkungen zeigt. Daher sehen wir uns in der Verantwortung, die Folgen der Treibhausgasemissionen, die durch unsere Geschäftstätigkeit entstehen, anzugehen.

Wenn es der Menschheit nicht gelingt, die weltweiten CO₂-Emissionen schnell zu senken, können Engpässe bei der Lebensmittelversorgung auch unser eigenes Geschäft bedrohen. Dies wiederum führt zu höheren Preisen und möglicherweise zu einer Unzufriedenheit unserer Kunden. Weiterhin können sich extreme Wetterbedingungen nicht nur auf unsere Lieferfähigkeit, sondern auch auf unsere Lieferkette auswirken. Zudem besteht das Risiko eines Imageverlusts, da NGOs oder Kunden ein Unternehmen mit einer negativen Umweltbilanz boykottieren könnten.

Dennoch sehen wir Investitionsmöglichkeiten in Unternehmen, die unserem Kerngeschäft verbunden sind. Bereits vor 2020 haben wir in Unternehmen investiert, die umweltfreundliche Alternativen wie nachhaltige Verpackungen und Fleisch auf Pflanzenbasis herstellen. Für die Zukunft sehen wir Potenzial darin, gemeinsam mit der Gastronomie und dem Einzelhandel auf nachhaltige Zutaten und Produkte zu setzen und ihre Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Im Dialog mit unseren Kunden wollen wir außerdem das Bewusstsein für den Klimawandel fördern und sie auf unseren Plattformen über nachhaltige Alternativen informieren.

Treibhausgasemissionen entstehen bei Delivery Hero nicht nur bei unseren eigenen Geschäftsaktivitäten, sondern ebenso bei denen unserer Partner und innerhalb der Lieferkette. Unsere Ambition ist es, bis Ende 2021 bei allen unserer globalen Aktivitäten klimaneutral zu werden. Unser Ansatz zur Erreichung der Klimaneutralität besteht darin, zunächst unseren Fußabdruck zu messen und diesen auszugleichen. Um dies in möglichst kurzer Zeit zu erreichen, setzen wir im ersten Schritt auf eine Kompensation unserer Emissionen. Sobald wir die größten Emissionsquellen in unserem Unternehmen identifiziert haben, suchen wir nach Möglichkeiten, sie zu reduzieren oder zu vermeiden. Dies gilt für alle direkten und indirekten Emissionen gemäß des Greenhouse-Gas (GHG)-Protokolls, die Delivery Hero verursacht. Im Januar 2020 erreichten wir Klimaneutralität für unsere europäischen Niederlassungen¹. Zusätzlich zu Europa haben wir mit dem Emissionsausgleich in Lateinamerika im Jahre 2020 begonnen, den wir Anfang 2021 abschließen. Die Basis dafür bilden unsere Emissionen aus 2020².

Unser CO₂-Fußabdruck stammt aus zwei Bereichen: unseren Lieferungen und den betrieblichen Emissionen. Die Emissionen im Lieferbereich entstehen zum einen durch die Fahrzeuge, mit denen Lebensmittel ausgeliefert werden und zum anderen durch die Verpackungen, welche die Restaurants dafür verwenden. Betriebliche Emissionen betreffen unsere internen Geschäftsabläufe, unsere Dmart-Zentren (Einzelhandel) und die Emissionen, die durch unsere Partner verursacht werden, beispielsweise durch Hardware und IT-Geräte der Restaurants. In Zusammenarbeit mit einem externen Partner entwickelten wir unsere Berechnungsmethode für GHG-Emissionen im Laufe des Jahres 2020 weiter.

¹ Hierfür haben wir externe Klimaschutzzertifikate in Höhe von 82.525,6 tCO₂ gekauft. Der zugrundeliegende CO₂-Wert basiert auf den Emissionen unserer Lieferungen für das Jahr 2019 und den Corporate Emissionen für das Jahr 2018 und wurde von einem externen Dienstleister für Delivery Hero berechnet. Die Höhe dieser Emissionen ist nicht Gegenstand der Prüfung durch KPMG.

² Die Geschäftstätigkeiten von Glovo sind nicht in der Klimaneutralität in Latein-Amerika berücksichtigt, da die Teile der Gesellschaft während des Berichtsjahres 2020 erworben wurde.

Gemäß den Bestimmungen des GHG-Protokolls berücksichtigen wir Emissionen in verschiedenen Bereichen: Scope 1 (direkte Emissionen aus Heizung, Klimaanlage und dem Fuhrpark unseres Unternehmens), Scope 2 (indirekte Emissionen aus der Erzeugung von Strom, Dampf, Wärme oder Kälte, eingekauft bei externen Energieversorgern) und Scope 3 (restliche indirekte Emissionen, die nicht in Scope 2 enthalten sind, z. B. eingekaufte Waren und Dienstleistungen, Betriebsabfälle, Geschäftsreisen, nachgelagerter Transport und Auslieferung). Sofern keine genauen Daten vorliegen, ziehen wir Schätzungen heran, die allgemein üblichen und anerkannten Ansätzen entsprechen. Falls beispielsweise für die Berechnung der direkten Emissionen aus Firmenfahrzeugen (Scope 1) nur die Treibstoffkosten herangezogen werden können, ist es allgemein üblich, die Treibstoffmenge auf Basis der durchschnittlichen Kosten für einen Liter Treibstoff im jeweiligen Land zu schätzen. Einen detaillierten Überblick über unsere THG-Methodik finden Sie auf unserer Website unter www.deliveryhero.com/sustainability.

Im Jahr 2020 beliefen sich die CO₂-Emissionen für unsere Geschäftstätigkeit in Europa und Lateinamerika auf 282.737 tCO₂e³. Dieser Wert wird in Scope 1, 2 und 3 unterteilt, wie in der Tabelle „Treibhausgasemissionen“ dargestellt. Im Rahmen des Klimaneutralitätsprogramms unterstützt Delivery Hero mehrere international zertifizierte Klimaprojekte. Die in Europa und LATAM erzeugten Emissionen werden durch Projekte zur Erzeugung erneuerbarer Energie (d. h. Solar-, Wind-, Wasserkraft, Biomasse) in Bulgarien, Indien und China kompensiert. Diese Projekte reduzieren nicht nur die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern, sondern fördern gleichzeitig das ökologische und sozioökonomische Wohlergehen und die Energiesicherheit lokaler Gemeinden.

³ Daten enthalten Ist-Zahlen für Q1–3 2020 und Schätzungen für Q4 für unsere Geschäftstätigkeiten in Europa und Lateinamerika.

TREIBHAUSGASEMISSIONEN³

	Scope-1-Emissionen	Scope-2-Emissionen	Scope-3-Emissionen	CO ₂ -Fußabdruck gesamt
Gesamt	1.274 tCO ₂ e	3.103 tCO ₂ e	278.361 tCO ₂ e	282.737 tCO ₂ e

Wir verfolgen bei diesem Sachverhalt einen zentralisierten Managementansatz, da die genaue Berechnung der Treibhausgasbilanz spezielles Fachwissen voraussetzt und wir sicherstellen möchten, dass eine einheitliche Methode angewendet wird. Delivery Hero SE erfasst die Daten unserer regionalen Niederlassungen in den Märkten. Im Jahr 2020 führten wir an den europäischen und lateinamerikanischen Standorten Schulungen zum CO₂-Ausstoß und in Zusammenarbeit mit Teams entsprechende Erhebungen durch, um in die Berechnung von Treibhausgasemissionen die regionalen Besonderheiten miteinzubeziehen. Dies gehört zu den Aufgaben unseres CSR- & Sustainability-Teams, das vom Director of Sustainability, CSR & Safety geleitet und von einer Umweltspezialistin unterstützt wird. Das Team soll Anfang 2021 verstärkt werden, da wir die Ausweitung des Programms auf den Nahen Osten und Nordafrika (MENA) und die Region Asien-Pazifik vorbereiten.

Ressourceneffizienz

Delivery Hero greift auf natürliche Ressourcen wie Brenn- und Rohstoffe zurück und wir sind uns bewusst, dass Ressourcen endlich sind. Da wir durch unsere Geschäftstätigkeit den Ressourcenverbrauch vorantreiben, möchten wir gleichzeitig Verantwortung dafür übernehmen, natürliche Ressourcen effizienter zu nutzen. Wir suchen nach Möglichkeiten, um weniger Ressourcen zu verbrauchen und wir sind bestrebt, intelligente und innovative Lösungen zu entwickeln und einzusetzen.

Die Verantwortung für dieses Thema ist bei Delivery Hero vielschichtig verteilt. Für das Management der Ressourceneffizienz sind verschiedene Teams verantwortlich, darunter CSR & Sustainability, Workplace (Gebäude), Procurement (Einkauf), Logistik (Mobilität) and Data Infrastruktur (Serverspeicherplatz). Die Berichtslinie beginnt bei den Teams, die ihrer fachlichen Leitung berichten, die wiederum an eine Führungskraft der ersten Ebene und weiter an den CEO berichtet.

Für unsere Büroräume in Berlin hat das Workplace-Team bei Delivery Hero (DSHE), das für das Management der Gebäude verantwortlich ist, Anfang 2020 damit begonnen, einen Reduktionsplan zu erarbeiten. Die Auffassungen und Einschätzungen des Workplace-Teams waren für die Entwicklung des Reduktionsansatzes sehr wichtig und das Team arbeitet kontinuierlich daran, Abfall und Gebäudeemissionen zu verringern. In diesem Rahmen wechselte unsere Zentrale in Berlin den Stromanbieter und seit November 2020 beziehen wir unseren Strom aus erneuerbarer Energien. Im Laufe des Jahres 2020 belief sich der Verbrauch an Elektrizität unserer europäischen und lateinamerikanischen Geschäftsaktivitäten auf ca. 4,5 GWh. Diese Angabe beinhaltet die tatsächlichen Zahlen für das erste bis dritte Quartal und eine Schätzung für das vierte Quartal. Die tatsächlichen Zahlen für das vierte Quartal sind erst nach der Erstellung dieses Berichts verfügbar.

In den kommenden Jahren möchten wir unsere Ressourceneffizienz-Strategie weiter ausbauen und folglich, Abfall und Energieverbrauch so effektiv wie möglich weiter reduzieren.

Nachhaltige Verpackungslösungen

Kunststoff ist zu einem der größten Umweltprobleme der Welt geworden und die schnell ansteigende Menge von Einwegprodukten aus Kunststoff lässt sich kaum mehr handhaben. Wir sind uns bewusst, dass Kunststoff Auswirkungen auf die Umwelt hat, sei es durch die Emissionen während seiner Herstellung oder durch den langfristigen Verbleib in der Umwelt nach Entsorgung der Verpackung.

Das über unsere Plattformen bestellte Essen wird von den jeweiligen Partnerrestaurants verpackt, um es ausliefern zu können. Klassischerweise bestehen diese Verpackungen aus Kostengründen und aufgrund der Verfügbarkeit des Rohmaterials aus Kunststoff. Verpackungen sind im Rahmen der Geschäftstätigkeit von Delivery Hero anfallende notwendige Nebenprodukte. Unser Kerngeschäft hat dadurch Auswirkungen auf die Umwelt und wir sind bestrebt Lösungen zu finden, um diese Auswirkungen zu verringern.

Unsere Partnerrestaurants beziehen ihre Verpackungen hauptsächlich nicht von Delivery Hero. Da wir jedoch in einer engen Beziehung zu den Restaurants stehen, möchten wir ihnen den Zugang zu alternativen und nachhaltigen Verpackungsformen ermöglichen. Dies erfolgt hauptsächlich durch die Entwicklung eines global skalierbaren Programms für nachhaltige Verpackungen (Sustainable Packaging Program, SPP), worüber wir Restaurants kompostierbare Verpackungen bereitstellen.

Nicht alle Länder, in denen wir operieren, verfügen über robuste Systeme zum Recycling von Abfällen und einige recyclebare Produkte werden aufgrund von Verschmutzungen häufig als Restmüll entsorgt. Aus diesem Grund haben wir beschlossen, unser SPP-Programm auf Basis kompostierbarer und biologisch abbaubarer Verpackungslösungen aufzubauen. Zusätzlich bietet der weltweit einheitliche Ansatz eine schnellere Skalierbarkeit des Programms und dies versetzt uns in die Lage, größere Mengen an Kunststoffverpackungen zu ersetzen als z. B. durch Mehrwegprogramme.

In diesem Zusammenhang haben wir einen Standard für nachhaltige Verpackungen (Sustainable Packaging Standard) entwickelt, der als interne Richtlinie dient und für unsere Geschäftsbereiche definiert, was für uns eine nachhaltige Verpackung darstellt. Von jedem Anbieter, der uns nachhaltige Verpackungen liefert, fordern wir die Einhaltung unseres Standards und auf diese Weise auch die Erfüllung der Standards des Biodegradable Products Institute (BPI)/des „kompostierbar“-Standards auf Grundlage der

Norm DIN EN 13432, des GFSI-Standards (Global Food Safety Initiative) sowie der SMETA- und BSCI-Standards für ethische Audits. Durch diese Anforderung möchten wir gewährleisten, dass die Lieferkette, über die unsere nachhaltigen Lösungen bereitgestellt werden, hohen Qualitäts- und Compliance-Ansprüchen genügt.

In 2019 haben wir die Strategie und den Rollout-Plan für das SPP entwickelt. Aufgrund von Schwierigkeiten mit einem ehemaligen Lieferanten im Verlauf des Jahres 2020, führten wir eine erneute Ausschreibung aus. Nachdem wir uns für einen neuen Partner entschieden haben, wurden Praxistests durchgeführt, um zu gewährleisten, dass die Verpackungen die von uns erwartete Qualität aufweisen und den Anforderungen der Lebensmittelzustellung standhalten. Im zweiten Quartal 2021 werden im Rahmen eines Pilotprojekts auf acht Märkten kompostierbare Verpackungseinheiten für Restaurants eingeführt. Wir sind bestrebt, über das Programm 3,5 Millionen traditionelle Verpackungen in 2021 zu ersetzen. Das Pilotprojekt im Rahmen unseres Essensbestelldienstes wird zwar nur einen kleinen Teil der von unseren Restaurants verwendeten Verpackungen ersetzen, jedoch wertvolle Informationen darüber liefern, wie wir unser Programm auf weitere Märkte ausdehnen und in zukünftigen Jahren die Menge an Kunststoff reduzieren können.

Das Sustainable Packaging Program ist ein funktionsübergreifendes Projekt, an dem Teams aus unserer Zentrale und den Pilotmärkten beteiligt sind. Die involvierten Abteilungen sind CSR & Sustainability, Procurement, Food Safety, Central Sales, Central Finance, Central Legal und Central Brand. Unsere externen Partner sind Verpackungsanbieter, Restaurants sowie unsere Kunden.

Die Strategie des Programms wurde mit dem Managementteam abgestimmt und wir werden weiterhin unsere Pläne je nach Bedarf mit dem Managementteam besprechen.

BELEGSCHAFT, ARBEITSSCHUTZ UND MENSCHENRECHTE

Delivery Hero wächst schnell und schafft dabei Arbeitsplätze für viele Menschen auf der ganzen Welt – direkt in unserer Zentrale und unseren Tochtergesellschaften, aber auch über unsere Partnerrestaurants und Partner im Einzelhandel sowie durch unsere Fahrer*innen. Damit wir weiter wachsen können, brauchen wir fortlaufend kompetente Mitarbeiter*innen. Parallel müssen wir sicherstellen, dass wir bereits vorhandene Talente fördern, damit diese langfristig ihr volles Potenzial in unserem Unternehmen entfalten möchten. Wir wollen zudem ein Unternehmen aufbauen, das so vielfältig ist wie die Gesellschaften, in denen wir tätig sind, und gleichzeitig eine Kultur schaffen, die inklusiv ist und Offenheit und Respekt fördert. Durch die Schaffung von Arbeitsplätzen tragen wir zu einer nachhaltigen Entwicklung bei, da wir die lokale Kaufkraft und damit das Steueraufkommen stärken.

Delivery Hero verfolgt verschiedene Beschäftigungsmodelle, um sowohl den geschäftlichen und logistischen Anforderungen als auch den Interessen der Mitarbeiter*innen gerecht zu werden. Unsere Geschäftstätigkeit ist komplex und dezentral organisiert und wir bedienen viele verschiedene Märkte. Daher ist es schwierig, eine vollständige Übersicht über unsere Anstellungsmodelle zu geben. Die Mehrheit unserer Büro-Mitarbeiter*innen ist fest angestellt, hinzu kommt eine kleine Anzahl von Auftragnehmern und Leiharbeitskräften. Im Bereich der Logistik greifen wir je nach Markt auf verschiedene Vertragsmodelle zurück, wobei es drei Hauptansätze gibt: das direkte Arbeitsverhältnis, freie Mitarbeiter*innen und das Outsourcing der Tätigkeit an Drittunternehmen durch Logistikverträge für unseren Lieferservice.

Bei Delivery Hero ist der Bereich Human Resources verantwortlich für die Personalbeschaffung, Weiterentwicklung sowie Diversität und Inklusion (D&I) und ist sowohl zentral als auch dezentral ausgerichtet. Damit wir weltweit kompetente Ansprechpartner bieten können, die den lokalen Marktanforderungen und -regulierungen entsprechendes

Know-how besitzen, haben wir die Expertise unserer zentralen Personalabteilungen (HR) verstärkt und gleichzeitig regionale HR-Kompetenzen aufgebaut.

In unserer Zentrale unterteilt sich der Bereich Human Resources in Talent Acquisition, People Systems and Analytics, People Experience, Total Rewards, Talent Development, Communications, D&I und CSR & Sustainability. Viele dieser HR-Bereiche verstehen sich als Serviceorganisation für andere Unternehmensbereiche. Die Hauptverantwortung für das Mitarbeiterteam liegt beim Chief People Officer mit direkter Berichterstattung an den CEO. Die regionale und lokale Verantwortung obliegt den jeweiligen Führungskräften, welche an ihre entsprechenden lokalen CEOs berichten.

Arbeitsumfeld

In einem Arbeitsmarkt, der von starkem Wettbewerb um die qualifiziertesten Mitarbeiter*innen geprägt ist, sind engagierte Mitarbeiter*innen für das Erreichen unserer Ziele entscheidend. Die Mitarbeiterzufriedenheit trägt zur Motivation und Bindung bei, wirkt sich positiv auf zukünftige Einstellungen, die Unternehmenskultur und letztendlich auf das Unternehmenswachstum aus. Gleichzeitig ist es unser Anliegen, im Hinblick auf das lokal geltende Arbeitsrecht und damit verbundene Themen, wie beispielsweise im Bereich der Vergütung, ein verantwortungsvoller Arbeitgeber zu sein.

Seit 2019 setzt Delivery Hero eine Personalverwaltungssoftware ein, die technische Tools zur Rationalisierung unserer Personalprozesse bereitstellt. Im Verlauf des Jahres 2020 setzten wir die internationale Einführung dieser Software fort und wir planen, im Jahr 2021 weitere Länder in das System zu integrieren. Die Implementierung an allen lokalen Standorten wird uns einen genaueren Überblick über globale Personaldaten verschaffen.

Zum Jahresende 2020 beschäftigte Delivery Hero weltweit mehr als 29.000 Mitarbeiter*innen, davon über 1.700 in unserer Berliner Zentrale. Ein Indikator für unseren Erfolg und unser Wachstum im Jahr 2020 im Bereich Human

Resources ist die Anzahl der Neueinstellungen. Im Jahr 2020 waren dies mehr als 1.100 Einstellungen in unserer Zentrale in Berlin.

Die Wachstumsstrategie von Delivery Hero setzt auf die Anwerbung von qualifizierten Mitarbeiter*innen, die wir für die Umsetzung unserer Geschäftspläne benötigen. Daher ist der Rekrutierungsprozess ein wichtiger Bestandteil unserer Personalpolitik und Employer Branding ein wesentliches Element in unserer Personalbeschaffungsstrategie. Dabei möchten wir uns von unseren Mitbewerbern abheben und Kandidaten für unser Unternehmen gewinnen. Zur Umsetzung unserer Employer-Branding-Strategie veranstalten wir online und im persönlichen Kontakt verschiedene Meet-Ups, Konferenzen und Events oder nehmen an diesen teil. Auf diese Weise können wir unsere Aktivitäten vorstellen, unsere Bekanntheit als Arbeitgeber erhöhen und uns mit externen Zielgruppen und potenziellen Kandidaten vernetzen. Im Jahr 2020 waren wir Gastgeber und/oder Teilnehmer bei 26 Veranstaltungen, von denen 20 online stattfanden.

Um unser Arbeitsumfeld attraktiv zu machen, bieten wir verschiedene Leistungspakete für unsere Belegschaft an. Für DHSE-Büroangestellte umfassen diese unter anderem individuelle Formen der betrieblichen Altersvorsorge als Beitrag zur langfristigen Absicherung unserer Mitarbeiter*innen aber auch Angebote während der Arbeitszeit wie kostenlose Getränke, Snacks und einen Ruheraum. Mit der schlagartigen Umstellung auf das Arbeiten im Homeoffice aufgrund der COVID-19-Pandemie erarbeiteten wir einige virtuelle Angebote, wie interne und externe Vortragsreihen, virtuelle Veranstaltungen und Ressourcen zu vielen Themen, um unsere Mitarbeiter*innen zu informieren und ihr Wohlbefinden zu fördern. Zudem unterstützten wir unsere Mitarbeiter*innen bei DHSE mit Angeboten für Eltern, Hilfen bei der Ausstattung des Homeoffice und Care-Paketen.

Um herauszufinden, wie wir als Arbeitgeber wahrgenommen werden und wo es Verbesserungsbedarf gibt, führen

wir unter unseren Büroangestellten vierteljährlich Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit durch und lassen uns auch extern bewerten. Ende des Jahres 2020 wurden wir an unserem DHSE-Hauptstandort als „Best Places to Work 2021“ ausgezeichnet. Für unsere weltweiten Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit bei unseren Büroangestellten setzen wir den „Employee Net Promoter Score“ (eNPS) ein, eine Kennzahl zur Messung der Motivation und der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen. Die Kennzahl errechnet sich durch Subtraktion des Prozentsatzes der Kritiker (Detraktoren, Punktzahl 0–6) vom Prozentsatz der Befürworter (Promotoren, Punktzahl 9 und 10), was eine Bewertung zwischen –100 und 100 ergibt. Wir nutzen die Ergebnisse zur Erstellung von Maßnahmenplänen, mit denen wir Verbesserungspotenziale realisieren. Unsere letzte globale Umfrage im Jahr 2020 hatte eine Teilnahmequote von 74 % und der resultierende globale eNPS lag bei 39 Punkten und damit 8 Punkte über dem Benchmark des Tech-Sektors.

Mit Ende des Jahres 2020 beschäftigte Delivery Hero weltweit über 700.000 Fahrer*innen. Im Jahr 2020 haben wir ein Global Rider Program (GRP) erarbeitet, mit dem wir eine konstante Zusammenarbeit zwischen DHSE und unseren Niederlassungen sowie deren Fahrern*innen fördern möchten. Zu den Themen des GRP-Programms gehören das Arbeitsumfeld, Sicherheit, Beschäftigung und technisches Equipment. Ein Ergebnis des GRP-Programms während der Coronapandemie war die Einrichtung eines finanziellen Förderprogramms für Fahrer*innen weltweit. Insgesamt belief sich die Fördersumme bei diesem Programm auf €3 Mio., welche von allen Delivery-Hero-Niederlassungen abgerufen werden kann. Es gewährt eine einmalige finanzielle Unterstützung equivalent zu einem Verdienstaufschlag von maximal 15 Tagen aufgrund einer COVID-19-Infektion oder einer Quarantäne durch die örtlichen Behörden. Wir planen eine Weiterentwicklung des GRP-Programms im Jahr 2021.

Um besser nachvollziehen zu können, wie zufrieden unsere Kunden mit unserer Leistung insgesamt sind und in welchen Bereichen Verbesserungsbedarf besteht, setzen wir den Net Promoter Score (NPS) ein. Dieser übergeordnete Leistungsindikator gibt Aufschluss über Loyalität und bewertet, wie wahrscheinlich eine Weiterempfehlung ist. So erkennen wir, in welchen Bereichen Zufriedenheit besteht und wo wir uns noch verbessern können.

Wir nutzen den NPS als Management-Tool im Kundenbereich, um herauszufinden, wie wahrscheinlich es ist, dass Kunden ein Produkt oder eine Dienstleistung weiterempfehlen. Im Jahr 2020 erreichten wir einen Kunden-NPS von 34 und zusätzliches Verständnis von Verbesserungspotenzialen⁴. Wir haben im Laufe des Jahres 2020 damit begonnen, Feedback von den Fahrern*innen zu sammeln, und möchten den entsprechenden Prozess im Jahr 2021 weiter entwickeln und in Zukunft den Fahrer-NPS zur Verfügung stellen.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil unserer Wertschöpfungskette ist die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen bei Zulieferern. Je nach Markt kann dies Implikationen für Menschenrechte haben, was die Vergütung und andere arbeits- oder umweltspezifische Faktoren angeht. Wir betonen daher, dass der Schutz der Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette für Delivery Hero ein besonderes Anliegen ist, da dies wesentliche Prinzipien berührt, die uns als Unternehmen leiten.

Wir orientieren uns beim Umgang mit diesem Thema an den Grundsätzen des United Nations Global Compact und den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie der Erklärung über grundlegende Rechte und Pflichten bei der Arbeit der Internationalen

⁴ Unsere After Order NPS Umfrage (AO/Kunden-NPS) wurde in 2020 in allen Ländern außer Peru, Ecuador, Costa Rica, Honduras, Guatemala, Kanada, Libanon und Zypern durchgeführt. Sie umfasst nur Restaurant-Bestellungen und wird über ein Drittanbieter-Tool durchgeführt mit einer Teilnahmequote von ungefähr 1–2 % mit signifikanten regionalen Unterschieden. Das Ergebnis ist ein Mittelwert aller Antworten und es wurde keine regionale Gewichtung angewendet. Der globale AO NPS 2020 enthielt Kundenfeedback von erfolgreich durchgeführten Bestellungen und fehlgeschlagenen Bestellungen (nur Foodpanda). Die AO-Umfrage kann höchstens alle 30 Tage wiederholt werden und richtet sich an alle Kunden, unabhängig von der Anzahl der Bestellungen innerhalb dieses Zeitraums.

Arbeitsorganisation (ILO). Die Führungsverantwortung liegt bei der Abteilung Central Procurement in Zusammenarbeit mit Central Governance, Risk and Compliance (GRC), CSR & Sustainability und Legal Employment. Die übergeordnete Verantwortung trägt der Finanzvorstand (CFO).

Im April 2020 verabschiedeten und veröffentlichten wir unseren **Verhaltenskodex für Lieferanten** (SCoC)⁵. Hiermit möchten wir verantwortungsvolle Geschäftspraktiken entlang der Wertschöpfungskette fördern und Finanz-, Image- und Lieferkettenrisiken minimieren, die sich aus möglichen Verstößen gegen die Menschenrechte in Bereichen ergeben, die nicht in unserer unmittelbaren Verantwortung als Unternehmen liegen. Außerdem machen wir so deutlich, dass Delivery Hero im Rahmen seiner unternehmerischen Verantwortung Lieferanten nicht nur nach wirtschaftlichen Kriterien bewertet und auswählt, sondern hierbei oder bei der Verlängerung von Verträgen auch den Umweltschutz, die Einhaltung von Menschenrechten, Arbeits- und Sozialstandards sowie die Korruptionsbekämpfung im Blick hat. Der SCoC beinhaltet auch Themen wie Vergütung und Zwangs- oder Schwarzarbeit. Wir haben 2020 mit der Einführung des SCoC in unseren Niederlassungen begonnen und setzen dies im Jahr 2021 auf globaler Ebene fort.

Durch unseren **Verhaltenskodex** und Verhaltenskodex für Lieferanten achten wir das Recht auf Tarifverträge und machen uns die Einhaltung regionaler Vorschriften zum Ziel. Im Jahr 2020 setzten wir uns den Vorsatz, gemeinsam mit unseren Standorten Beschäftigungsmodelle für unsere Mitarbeiter*innen und Fahrer*innen zu entwickeln, die den Bedürfnissen des Unternehmens und unserer Stakeholder entsprechen. In der Rechtsabteilung richteten wir eigene Teams verantwortlich für Büroangestellte und den Logistikbereich ein. Im Jahr 2021 werden wir uns im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit weiterhin mit diesem Thema befassen.

⁵ Lieferanten, insbesondere Auftragnehmer, Handelsgesellschaften, Dienstleister, deren Nachunternehmer und alle Glieder der Wertschöpfungskette.

Auch wenn der SCoC eine globale Richtlinie ist, wird eine schrittweise Umsetzung in den Märkten benötigt, um den unterschiedlichen nationalen Gesetzen Rechnung zu tragen. Im Jahr 2020 konzentrierten wir uns auf die von DHSE beauftragten Lieferanten. Im vierten Quartal 2020 begannen wir mit der Qualifizierung neuer Lieferanten und der einhergehenden Anerkennung des SCoC in Lateinamerika und im asiatisch-pazifischen Raum. Dies setzen wir in 2021 fort. Die erneute Qualifizierung der Hauptlieferanten mit bestehenden Verträgen ist für 2021 geplant. Hierzu wird derzeit ein globaler Drittanbieter für die Due-Diligence-Prüfung und die Bewertung von potenziellen Lieferantennisiken ausgewählt.

Lieferanten sind aktuell verpflichtet, eine Selbstauskunft abzugeben und dem SCoC zuzustimmen oder ein vergleichbares eigenes Dokument vorzulegen. Lieferanten, die sich innerhalb einer bestimmten Frist nicht an die im SCoC festgelegten Vorgaben halten, können von zukünftigen Geschäftsbeziehungen mit unserem Unternehmen ausgeschlossen werden.

Diversität und Inklusion

Delivery Hero begrüßt und fördert Diversität in Bezug auf ethnische oder nationale Herkunft, Alter, Geschlecht, Religion, sexuelle Orientierung und Behinderungen. Wir sind der Überzeugung, dass sich unterschiedliche Problemlösungsansätze aus einem breiten Spektrum persönlicher Hintergründe speisen und uns einen Wettbewerbsvorteil bieten. Wir sind bestrebt, Diversität und die Inklusion unterrepräsentierter Gruppen zu fördern und glauben, dass unser Unternehmen so erfolgreicher ist. Gleichzeitig sind wir überzeugt, dass das Fördern von Diversität positive Auswirkungen auf eine nachhaltige Entwicklung hat, da wir auf diese Weise zu übergeordneten gesellschaftlichen Zielen beitragen, wie z.B. zu erhöhter Fairness und Chancengleichheit zwischen verschiedenen Gruppen und Identitäten.

Delivery Hero möchte ein Unternehmen sein, das Vielfältigkeit und Inklusion fördert und die Gemeinschaften, in und mit denen wir arbeiten, widerspiegelt. Wir sind der Überzeugung, dass Diversität die Entwicklung der Produkte, Plattformen und Dienstleistungen begünstigt, wovon unsere breite Kundenbasis letztendlich profitiert. Zudem glauben wir, dass sie unsere Mitarbeiter*innen motiviert und an das Unternehmen bindet.

Delivery Hero beabsichtigt, alle Vorschriften und Bestimmungen einzuhalten, die auf globaler und lokaler Ebene in Bezug auf dieses Thema gelten. DHSE unterstützt zudem die UN Standards of Conduct for Business Tackling Discrimination against LGBTI (einschließlich des entsprechenden Audits) und unterzog sich 2020 dem Audit PRIDE 500 LGBT+ Diversity. DHSE unterzeichnete zudem eine Erklärung der Aidshilfe e. V., HIV-positive Menschen am Arbeitsplatz nicht zu diskriminieren.

Um unseren Ansatz für den Aufbau eines von Gleichberechtigung und Unvoreingenommenheit geprägten Arbeitsumfelds entsprechend zu definieren, setzt Delivery Hero eine D&I-Strategie sowie ein entsprechendes Programm um. Die Grundlagen unseres D&I-Programms für DHSE wurden 2019 gelegt, und in 2020 zusätzlich ausgebaut. Weitere strategische Schlüsselinitiativen werden wir in 2021 anstoßen. Im Mittelpunkt stehen dabei drei Aspekte: Steigerung der Anzahl von Frauen in der Führung, in den technischen Bereichen und insgesamt bei Delivery Hero; Verbesserung der Strukturen und Systeme im Hinblick auf Gleichberechtigung; Förderung inklusiven Verhaltens.

Bei DHSE liegt die Führungsverantwortung für die Strategie in den Händen des D&I-Teams, das an den Chief People Officer berichtet, mit direkter Berichtslinie an den CEO. Das D&I-Team operiert zwar primär im Bereich People Operations, arbeitet jedoch mit verschiedenen anderen Abteilungen zusammen, wie CSR & Sustainability,

Corporate Communications, People Experience, Legal, Talent Acquisition und People Systems. Zudem hat D&I Berührungspunkte mit allen Bereichen und berät diese bezüglich D&I-Programmen und -Zielen.

Die strategischen Ziele des Unternehmens in Bezug auf Diversität und Inklusion wurden 2020 vom Managementteam präzisiert. Insbesondere arbeiten wir darauf hin, dass bis 2022 der Anteil der Mitarbeiter*innen, die potenziell für Führungsaufgaben in Frage kommen, zu 50% aus vielfältigem Hintergrund stammen. Um eine inklusive Unternehmenskultur zu fördern, ist D&I Bestandteil unseres Talententwicklungsprogramms. Anhand entsprechender Schulungen soll gewährleistet werden, dass Mitarbeiter*innen eine möglicherweise vorhandene unterbewusste Voreingenommenheit abbauen und sich zu inklusiv agierenden Führungskräften entwickeln. In 2020 absolvierten bei DHSE und Delivery Hero Austria 32% der Manager Trainings zum Thema unterbewusste Voreingenommenheit. Dabei wirkte sich die COVID-19-Pandemie sowohl auf die Anzahl der Veranstaltungen als auch auf die Zahl der Teilnehmer aus, die die Schulungen abschließen konnten. Als Reaktion darauf fanden die Veranstaltungen online statt, um dieses wichtige Training auch weiterhin anbieten zu können.

Unserer Überzeugung nach besteht ein guter Ansatz zum Aufbau einer inklusiven Unternehmenskultur darin, den Mitarbeiter*innen die Möglichkeit zu geben, sich in sogenannten Employee Resource Groups zu organisieren. Bei Delivery Hero werden diese Gruppen als HeroCommunities bezeichnet. Im Jahr 2020 waren drei HeroCommunities aktiv: Proud Heroes, Muslim Heroes und Female Heroes.

Eines unserer D&I-Ziele für die nähere Zukunft ist es, eine Führungsrolle mit Blick auf die Anzahl von Frauen in der Technologiebranche einzunehmen. Dazu müssen wir die Repräsentanz von Frauen weiterhin verbessern und eine zielgerichtete Nachfolgeplanung durchführen. Um die Diversität in diesem Sektor zu erhöhen, investieren wir in

entsprechende Lösungen, insbesondere in die Delivery Hero Tech Academy, mit deren Planung wir im dritten Quartal begonnen haben. Mit der Delivery Hero Tech Academy verfolgen wir zwei Ziele: Zum einen wollen wir Tech-Training extern anbieten, zum anderen solchen externen Personen potenzielle Möglichkeiten bei Delivery Hero eröffnen, denen oftmals Chancen in der Technologiebranche verschlossen bleiben, und ihnen dadurch potenzielle Möglichkeiten bei Delivery Hero eröffnen.

Weitere Informationen zur Gender Diversity bei Delivery Hero sowie zu den Zielen des Unternehmens, was die Geschlechtervielfalt im Aufsichtsrat, Vorstand und in den beiden direkt darunter angesiedelten Führungsebenen angeht, entnehmen Sie bitte dem Corporate Governance Bericht auf [Seite 14](#).

Mitarbeiterentwicklung

Als einer der weltweit führenden Online-Marktplätze für die Bestellung und Lieferung von Lebensmitteln sucht Delivery Hero nach den besten Talenten. Wir suchen die Mitarbeiter*innen, die wir benötigen, auf dem Arbeitsmarkt, möchten aber auch die Talente innerhalb unseres Unternehmens fördern. Zu diesem Zweck bieten wir unseren Büromitarbeitern*innen Möglichkeiten der persönlichen und beruflichen Entwicklung. Wir betreiben aktives Talentmanagement, bieten Fortbildungsmaßnahmen an und führen regelmäßige Mitarbeitergespräche durch. Dadurch möchten wir unsere Mitarbeiter*innen persönlich und beruflich weiterentwickeln und bewirken, dass sie im Unternehmen langfristig zufrieden sind.

Die Mitarbeiterentwicklung und -schulung erfolgt bei DHSE durch das im Bereich People Operations angesiedelte Talent-Development-Team. Neben den vom Talent-Development-Team angebotenen internen Schulungen können auch externe Lern- und Entwicklungsangebote genutzt werden. Bei DHSE steht dazu ein jährliches Budget von € 1.000 pro Vollzeitäquivalent zur Verfügung. Allen DHSE-Mitarbeitern*innen wird zudem die Möglichkeit gegeben,

während des Jahres individuelle Entwicklungs- und Wachstumspläne zu erarbeiten. Im Laufe des Jahres 2020 haben 327 Personen diese Option wahrgenommen und einen persönlichen Entwicklungs- bzw. Wachstumsplan erstellt.

Im Jahr 2020 haben wir an unserem Firmensitz 129 Schulungsveranstaltungen mit insgesamt 720 Teilnehmern durchgeführt. Diese Schulungen wurden von unserer internen Trainer-Community durchgeführt. Sie umfasst etwa 40 Personen aus verschiedenen Bereichen unseres Unternehmens. Dabei handelt es sich um eine Gruppe von Managern und Mitarbeiter*innen, die im Auftrag des Talent-Development-Teams freiwillig Manager- und Mitarbeiterschulungen durchführen.

Im Berichtsjahr 2020 führten wir zudem unsere People Leader Principles (PLPs) ein und gaben damit unseren Führungskräften Best Practices und erweiterte Fähigkeiten zur Leitung eines Teams an die Hand. In den PLPs sind acht Verhaltensweisen für Führungskräfte definiert, die beschreiben, welche Eigenschaften eine Führungskraft bei DHSE mit sich bringen sollte. Die PLPs richten sich an Mitarbeiter*innen auf Managementebene und gründen sich auf unseren Werten. Sie sollen unsere Mitarbeiter*innen in Führungspositionen in ihren Rollen erfolgreicher machen, indem sie DHSE-spezifische Grundsätze definieren. Sie werden bei Leistungsbeurteilungen und Schulungen eingesetzt, aber auch zur Ermittlung von Führungspotenzial sowie bei der Rekrutierung von Mitarbeitern*innen.

Um mit Mitarbeitern*innen die Entwicklungsaussichten zu diskutieren und zukünftigen Schulungsbedarf zu skizzieren, wird bei DHSE und Delivery Hero Austria zweimal jährlich der sogenannte Performance Management Process durchgeführt. Er beinhaltet eine umfassende Beurteilung von Juni bis Juli sowie einem kleinerem Check-in im Januar. In 2021 beabsichtigen wir, den Performance Management Process an weiteren Standorten einzuführen. Im Rahmen dieses Prozesses werden die in der Vergangenheit erbrachten Leistungen und zukünftige Entwicklungsaussichten,

aber auch Themen wie Gehalt und Vergütung besprochen. Zusätzlich führen Manager regelmäßige Gespräche im Verlauf des Jahres mit ihren Teammitgliedern durch.

Durch monatliche globale Talententwicklungs-Calls koordinieren wir die Mitarbeiterentwicklung weltweit und inspirieren uns zusätzlich gegenseitig durch das Teilen von erfolgreichen Projekten.

Gesundheit und Arbeitsschutz

Sicherheit am Arbeitsplatz ist unerlässlich, unabhängig davon, ob unsere Mitarbeiter*innen als Angestellte bei Delivery Hero oder als Fahrer*innen für unsere Marken arbeiten. Das Bedürfnis nach Sicherheit steht an erster Stelle, sei es auf der Straße, im Büro oder auf Geschäftsreise.

Der Arbeitsschutz ist dezentral organisiert, was bedeutet, dass die lokalen Standorte und Büros die Verfahren gemäß der nationalen oder regionalen Rechtsvorschriften eigenverantwortlich festlegen. Somit kann die lokale Geschäftsführung auf die besonderen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, die in ihrer Region bestehen, gezielt reagieren. Wir haben mit der Erarbeitung eines globalen Betriebssicherheitsprogramms begonnen, um einen genaueren Überblick über die Sicherheitsrisiken in unseren Unternehmensaktivitäten zu erhalten und potenziellen Handlungsbedarf zu bestimmen. Das Sicherheitsteam in unserer Zentrale leitet dieses Projekt und konzentriert sich in 2021 auf die Ausarbeitung der Strategie.

Zum betrieblichen Gesundheits- und Sicherheitsmanagement gehören bei DHSE die ergonomische Bürogestaltung, Wohlfühlprogramme und gesundheitsfördernde Maßnahmen. Im Jahr 2020 richteten wir darüber hinaus ein weltweites Mitarbeiterhilfsprogramm ein, damit alle unsere Mitarbeiter*innen benötigte Unterstützung erhalten, unabhängig davon, wo sie für uns arbeiten. Weiterhin können unsere Mitarbeiter*innen an Schulungen zur Aufrechterhaltung einer sicheren Arbeitsumgebung teilnehmen, darunter auch Erste-Hilfe-Kurse für bestimmte Büroangestellte.

Ferner bieten wir unseren Fahrern*innen Schulungen zur Verkehrssicherheit und zur Verwendung von Sicherheitsausrüstung an. Für das Jahr 2021 planen wir, unser Sicherheitsprogramm für Fahrer*innen weiter auszubauen und unter anderem ein systematischeres Meldeverfahren für Unfälle und Todesfälle zu etablieren.

Mit dem Ausbruch der Pandemie legten wir einen besonderen Schwerpunkt auf dessen Eindämmung. Wir bildeten im Januar 2020 eine COVID-19-Taskforce, die verschiedene Sicherheitsverfahren als Grundlage für Sicherheitsrichtlinien an unseren weltweiten Standorten erarbeitete. Unter anderem erstellten wir Richtlinien für den Umgang mit Situationen, in denen ein positiver Fall einer COVID-19-Infektion innerhalb von Büros oder in unseren Betrieben auftritt. Unsere Richtlinien stützen sich auf Informationen von Gesundheitsbehörden und wissenschaftlichen Quellen, insbesondere des Robert Koch-Instituts (RKI), des Centers for Disease Control and Prevention (CDC) in den USA und des Europäischen Zentrums für die Prävention und die Kontrolle von Krankheiten (ECDC). Anhand der Vorgaben dieser Verfahren definierten die regionalen Standorte Anforderungen, die bestmöglichst an die Vorschriften in ihren Ländern angepasst sind.

In unserer Zentrale in Berlin bestand unser Ziel darin, die COVID-19-Übertragung im Unternehmen zu minimieren, indem wir die Mitarbeiter*innen über die Vermeidung von Infektionen, Social-Distancing-Maßnahmen, Hygienestandards und Kontaktverfolgung informierten. Basierend auf der detaillierten Kontaktverfolgung, die wir für jeden COVID-Fall unter unseren DHSE-Mitarbeiter*innen durchgeführt haben und der Tatsache, dass keiner davon eindeutig mit der Übertragung innerhalb des Büros verbunden war, glauben wir, dass wir dieses Ziel erreicht haben. Die Mitarbeiter*innen erhielten Hinweise zur Vorbeugung von Infektionen und wie sie sich bei privaten Treffen oder beim Sport möglichst sicher verhalten können. Die COVID-19-Taskforce koordiniert diese Aktivitäten und berichtet regelmäßig in Form von Präsentationen oder per E-Mail den aktuellen Stand an die Geschäftsführung.

Als eine weitere Maßnahme in Bezug auf COVID-19 gaben wir im März 2020 mehrere Gesundheits- und Sicherheitsanweisungen für Kunden, Fahrer*innen, Restaurants und Büroangestellte heraus, die zum Ende des Geschäftsjahres weiterhin in Kraft waren. Viele unserer regionalen Niederlassungen erstellten Richtlinien für den Umgang mit COVID-19, die auch für Restaurants, Fahrer*innen und alle damit verbundenen Betriebe gelten. Zum Jahresende führten wir in unseren Niederlassungen eine Umfrage zu den Best Practices und eventuellen Verbesserungsbedarf durch. In Ergänzung zu den verschärften Hygieneanforderungen für Restaurants und Fahrer*innen und Desinfektionsmaßnahmen bei Bestellungen bemühten wir uns um eine größtmögliche Kontaktreduzierung. Wir führten die Einarbeitung neuer Mitarbeiter*innen online durch und die Fahrer*innen richteten kontaktlose Zustellungen mit Drop-off-Bereichen ein, in denen kein persönlicher Kontakt zwischen Kunde und Kurier erforderlich war. Ferner stellten wir den Fahrern*innen Sicherheitsmaterial zur Verfügung und versuchten, sie so gut wie möglich über Best Practices und neue regionale Vorschriften zu informieren.

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND -ETHIK

Ein faires Geschäftsverhalten, der Schutz von Daten und die Qualität unserer Dienstleistungen sind grundlegende Voraussetzungen für den langfristigen Erfolg von Delivery Hero als Lieferplattform. Das Einhalten geltender Gesetze und Vorschriften bildet die Grundlage unserer Geschäftsaktivitäten in allen Märkten, in denen wir agieren. Delivery Hero ist sich bewusst und vermittelt, dass Compliance immer im besten Interesse des Unternehmens, unserer Mitarbeiter*innen und Stakeholder liegt. Da der Umgang mit Kundendaten ein zentrales Thema bei Delivery Hero ist und wir zudem für die Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln verantwortlich sind, solange diese in unseren Händen sind, müssen sich alle Personen in unserem Netzwerk stets der geltenden gesetzlichen Verpflichtungen bewusst sein und diese stets befolgen.

Faires Geschäftsverhalten und Compliance

Delivery Hero ist bestrebt, sich mit einem Höchstmaß an Integrität an alle ethischen und rechtlichen Rahmenbedingungen zu halten. Wir möchten beweisen, dass Technologieplattformen der Gesellschaft und den relevanten Stakeholdern wie Kunden, Restaurants und Fahrern deutliche Vorteile bringen können.

Unser Verständnis von ethischem Unternehmensverhalten spiegelt sich in unserem Bestreben für die Achtung der Menschenrechte, die Chancengleichheit und die Bereitstellung eines Arbeitsplatzes wider, der frei von Diskriminierung, Belästigung, Einschüchterung und Missbrauch ist. Im Rahmen unserer Geschäftsbeziehungen tolerieren wir weder Betrug, Bestechung, Korruption oder Finanzkriminalität noch andere Formen von rechtswidrigem Verhalten durch unsere Mitarbeiter*innen oder andere Stakeholder unter unserer Verantwortung. Wir erwarten, dass unsere Mitarbeiter*innen sich an keinen Aktivitäten beteiligen oder Aufgaben wahrnehmen, die nicht im Einklang mit den Interessen von Delivery Hero stehen. Alle geschäftlichen Entscheidungen müssen ausschließlich im besten Interesse des Unternehmens getroffen werden und dürfen nicht dem persönlichen Vorteil dienen. Unser [Verhaltenskodex](#), der in der gesamten Organisation kommuniziert und je nach Bedarf aktualisiert wird, dokumentiert die entsprechenden Geschäftspraktiken. Die lokalen Einheiten sind dafür verantwortlich, den Verhaltenskodex innerhalb ihrer Organisation zu kommunizieren.

Die Fachabteilung Governance, Risk & Compliance (GRC) wurde von Delivery Hero mit dem Ziel eingerichtet unsere ethischen Grundsätze und die Einhaltung der geltenden rechtlichen Vorschriften zu stärken. Die GRC-Abteilung und die Rechtsabteilung („Legal“), arbeiten jeweils unter der Direktion des General Counsel, also des Leiters für Rechtsangelegenheiten, der direkt an den Finanzvorstand (CFO) berichtet. Regelmäßig findet eine Überprüfung der Mechanismen statt, mit denen Empfehlungen umgesetzt und ethische Problemfelder angegangen werden. Die GRC-Abteilung

kümmert sich um die kontinuierliche Überwachung und Aktualisierung der maßgeblichen Richtlinien von Delivery Hero, indem sie für die Berücksichtigung relevanter Belange in zukünftigen Geschäftsentscheidungen sorgt. Dies kann entweder in Form von strukturierten Anhörungen interner Stakeholder geschehen oder auch gegebenenfalls den Rat externer Rechtsanwälte oder anderer Experten mit einbeziehen.

Die Zuständigkeit für kartell- und wettbewerbsrechtliche Belange wird an die Abteilung Legal Commercial Regulatory delegiert, welches sich weiterhin in das „Legal Antitrust and Disputes“-Team untergliedert. Die Teams beraten zu Merger & Acquisition-Projekten (M&A), gewerbliche Arrangements and Investments, um zu erreichen, dass diese in einer Weise umgesetzt werden, die mit den geltenden Wettbewerbsgesetzen im Einklang steht.

Jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin von Delivery Hero ist dafür verantwortlich, mögliche Verstöße gegen gesetzliche Vorschriften, unseren Verhaltenskodex oder andere Richtlinien zu melden. Neue Büromitarbeiter*innen werden angewiesen innerhalb der ersten zwei Monate bei Delivery Hero eine Schulung zum Verhaltenskodex durchzuführen. Eine externe Whistleblower-Plattform steht in verschiedenen Sprachen zur Verfügung, damit schwere Compliance-Verstöße und illegale Geschäftspraktiken rund um die Uhr gemeldet werden können. Ansprechpartner für diese Plattform ist die Abteilung Compliance in der Unternehmenszentrale von Delivery Hero. Unser Whistleblower-System garantiert die anonyme Meldung durch die sogenannten Whistleblower und sorgt für ihren Schutz. Alle berichteten Fälle werden sorgfältig von Delivery Hero ausgewertet. Gegebenenfalls wird der Fall gemäß den Vorschriften und Verfahren zur Behandlung gemeldeter Compliance-Verstöße behandelt. Informationen und Vorgänge über mögliche Verstöße werden im größtmöglichen Rahmen vertraulich behandelt. Von allen Fällen, die im Jahr 2020 berichtet wurden, führten 20 zu einer internen Überprüfung durch die Compliance-Funktionen. Wir konnten

davon bereits 14 Fälle schließen und werden im Jahr 2021 weiterhin die verbleibenden adressieren.

Zusammenfassend wollen wir im Bereich Compliance bei Delivery Hero:

- das Bewusstsein für das Thema Compliance sowie für rechtliche Themen, einschließlich wettbewerbsrechtlicher Belange, schärfen und die Compliance bei unseren täglichen Geschäftsaktivitäten und in M&A-Transaktionen bewahren,
- Mitarbeiter*innen in Bezug auf Compliance und andere relevante rechtliche Themen anleiten,
- Risiken in Verbindung mit Beschwerden seitens der Wettbewerber, Geschäftspartner oder Kunden minimieren,
- Risiken in Bezug auf rechtliche Untersuchungen oder Strafen reduzieren,
- zur Entwicklung politischer Rahmenbedingungen beitragen und
- eine von Integrität geprägte Unternehmenskultur in unserer Organisation fördern.

Außerdem haben wir im Jahr 2020 unseren **Verhaltenskodex für Lieferanten** („Supplier Code of Conduct“) eingeführt. Für weitere Informationen zu diesem Thema weisen wir auf das Kapitel „Arbeitsumfeld“.

Datenschutz und Vertraulichkeit

In einer immer stärker vernetzten Geschäftswelt, in der Transaktionen zunehmend online abgewickelt werden, kommt dem Schutz der Privatsphäre und der Daten der Kunden eine immer größere Bedeutung zu. Viele Kunden sind durch Berichte in den Medien über illegale Übernahmen von persönlichen Kundenkonten und Verletzungen der Privatsphäre verunsichert. Gleichzeitig fordern sie Unternehmen dazu auf, ihrer Verantwortung gegenüber den Kunden und Mitarbeiter*innen gleichermaßen gerecht zu werden, indem man sich an geltende Gesetze hält und sichere technische Systeme verwendet.

Für Delivery Hero ist der Schutz von Kunden- und Mitarbeiterdaten von höchster Bedeutung. Die Verbraucherdatenschutzrichtlinien der operativen Einheiten im Delivery Hero-Netzwerk richten sich bestmöglichst nach den Anforderungen der Artikel 13 und 14 der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Unsere Richtlinien sind auf den Internetseiten nahezu aller unserer Einheiten abrufbar.

Unser Ziel in Bezug auf den Schutz von Kundendaten und Datensicherheit ist es, Best-in-Class-Status in puncto Datensicherheit in unserer Branche zu erreichen. Dies bedeutet, dass ein Datenschutz-Framework implementiert wird, das den internationalen Standard-Datenschutz-Frameworks (AICPA, NIST, NYMITY) entspricht und regelmäßig überprüft und aktualisiert wird. Unsere Vision wurde mit dem General Counsel diskutiert und abgestimmt. Unseren Erfolg messen wir anhand von 80 definierten Kennzahlen, die seit der Auflage unserer „Global Privacy Management“-Initiative mit Beginn des Jahres 2021 auf der ganzen Welt anwendbar sind. Darin enthalten sind unter anderem die Zahl der Verstöße je Geschäftsjahr, die Zahl der unterzeichneten Datenschutzvereinbarungen, die Zahl der abgeschlossenen „Due-Diligence“-Prüfungen für neue Lieferanten, die Anzahl der geschulten und zertifizierten „Privacy Heroes“, die Menge der relevanten Schulungen, die Zahl der Anträge auf Datenzugang betroffener Personen etc.

Zuständig für den Schutz von Kundendaten und die Datensicherheit ist der bzw. die Datenschutzbeauftragte. Delivery Hero teilt die Verantwortung für das Thema folgendermaßen auf: Das zentrale Team sorgt für eine globale Strategie, Tools, Leitfäden, Richtlinien und Schulungen, während die jeweiligen Datenschutzkoordinatoren der lokalen Einheiten für den Datenschutz auf lokaler bzw. regionaler Ebene verantwortlich sind. Im Jahr 2020 begann das Central Team mit der Einführung dieser Maßnahmen in den lokalen europäischen Einheiten; die internationale Erweiterung wird weiter vorangetrieben. Das Central Team führt diesbezüglich Audits bei den lokalen Einheiten durch. Im Jahr 2020 haben wir

unsere Audits auf die europäischen Einheiten konzentriert und werden diese dann in 2021 auch auf internationaler Ebene durchführen. Der bzw. die Datenschutzbeauftragte ist für die Pflege eines Data Protection Management Systems (DPMS) zuständig, das die Anforderungen der relevanten internationalen Rahmenwerke sowie der DSGVO und anderer geltender Gesetze erfüllt. Bis 2020 berichtete der bzw. die Datenschutzbeauftragte an den Leiter der Abteilung Governance, Risk and Compliance (GRC). Im Jahr 2021 wird dies umstrukturiert, da von nun an der General Counsel eingebunden wird und zudem Vorlagen für den Prüfungsausschuss und den Aufsichtsrat erarbeitet werden. Der bzw. die Datenschutzbeauftragte ist in seiner bzw. ihrer Tätigkeit unabhängig und berichtet regelmäßig an die oberste Managementebene.

Das Data Protection Management System (DPMS) basiert auf einem Plan-Do-Check-Act Ansatz. Die bestehenden Richtlinien, Maßnahmen und Kontrollen werden regelmäßig durch uns überprüft. Sofern diese anhand einer internen Risikoanalyse als potenzielles Risiko bewertet wurden, werden sie einer Folgenabschätzung unterzogen und im Rahmen eines Überwachungsprozesses überprüft.

Kundendaten sind selbstverständlich vor jeglicher illegalen Verwendung zu schützen, aber um unser Geschäft reibungslos zu betreiben und die Erwartungen unserer Kunden in Bezug auf einen funktionierenden und engagierten Service zu erfüllen, müssen wir ein Mindestmaß an Daten erheben. Basierend auf dem DSGVO-Standard und den lokalen Anforderungen informieren wir unsere Kunden und andere Interessengruppen auf den meisten unserer Website über die gesammelten Daten und erläutern, wie diese Daten genutzt werden. Wir arbeiten kontinuierlich an der Aktualisierung unserer Datenschutzrichtlinien in allen Ländern. Unsere Kundenserviceteams in Europa wurden im Umgang mit Kundenanfragen zur Behandlung personenbezogener Daten geschult, und die entsprechend notwendigen Geschäftsprozesse wurden eingeführt. In 2021 werden wir diese Trainings auf globaler Ebene weiter ausbauen.


Auf vielen Plattformen wurde eine Datenschutzfunktion in die Kundenkonten integriert, welche die Ausübung der Betroffenenrechte vereinfacht und gewährleistet. Über diese Funktion können Kunden jederzeit die gespeicherten Daten einsehen, Widerspruch gegen Werbung einreichen oder ihr Konto löschen. Die Löschung erfolgt innerhalb von 48 Stunden durch mehrfaches Überschreiben der personenbezogenen Daten. Unser Ziel ist es, bis Ende 2021 einen übergreifenden globalen Ansatz für die Datensicherheit mit allen entsprechenden Funktionen umzusetzen.

Darüber hinaus verpflichten wir unsere Mitarbeiter*innen weltweit zum Einhalten unseres Verhaltenskodexes („Code of Conduct“), der auch Passagen zum Datenschutz und zur Informationssicherheit enthält. Jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin in der Europäischen Union muss zusätzlich einmal im Jahr eine verpflichtende Datenschutzschulung absolvieren und einen diesbezüglichen Test bestehen. So wollen wir das Bewusstsein unserer Belegschaft für dieses Thema schärfen. Zudem werden abteilungsspezifische Schulungen im Hinblick auf die Bearbeitung relevanter besonderer Anforderungen durchgeführt.

Lebensmittelsicherheit und -qualität

Wir streben eine führende Position auf dem Markt für On-Demand-Essenslieferungen an, wofür die Sicherheit und Qualität der Lebensmittel, die wir an unsere Kunden liefern, eine wesentliche Grundvoraussetzung sind. Die Zubereitung sicherer Lebensmittel liegt in erster Linie in der Verantwortung unserer Partnerrestaurants. In unseren neuen vertikalen Geschäftsmodellen agieren die Unternehmen der Delivery Hero Group auch als Lebensmittelhersteller. Wir sind daher dafür verantwortlich, dass unsere Aktivitäten bei der Annahme, Zubereitung, Lagerung, dem Transport und der Lieferung zu keinerlei Beeinträchtigung der Sicherheit oder Qualität der Lebensmittel führen.

Durch schnelle und kundenfreundliche Lieferungen wollen wir unsere Kunden stets mit sicheren und unbelasteten Lebensmitteln versorgen. Wir haben im Jahr 2020 unsere Abteilung für Lebensmittelsicherheit und Qualitätsmanagement (Food Safety and Quality Management, FSQM) eingerichtet, die sich ganz diesen Themen widmet und besondere Kompetenzen im Management, in der Gefährdungsbeurteilung und in Bezug auf branchenweite Best Practices einbringt. Vor der Einrichtung der Abteilung FSQM war unsere Compliance-Abteilung für diese Themen zuständig. Die Abteilung berichtet an den Leiter der GRC-Abteilung (Governance, Risk & Compliance), der wiederum an den General Counsel (GC) berichtet und dieser letztendlich an den Finanzvorstand (CFO). Die GRC-Abteilung hat eine GRC-Roadmap entwickelt, die als wesentliches Forum für die Bearbeitung von Belangen im Bereich Lebensmittelsicherheit mit den lokalen Einheiten dient und das Team arbeitet an der Einführung eines Lebensmittelsicherheit-Programms im Jahr 2021.

Wir haben im Jahr 2020 unseren  **Verhaltenskodex für Lieferanten** („Supplier Code of Conduct“) eingeführt. Dieses Rahmenwerk schreibt vor, dass Lebensmittel und Verpackungsmaterialien mit Lebensmittelkontakt von einem zertifizierten Lieferanten gemäß den von der Global Food Safety Initiative (GFSI) festgelegten Standards hergestellt, bezogen, gelagert und vertrieben werden müssen. Dementsprechend haben alle Geräte und Maschinen mit Lebensmittelkontakt, die von unseren Partnerrestaurants innerhalb unserer neuen Verticals verwendet werden (vgl. zusammengefasster Lagebericht, **Seite 55**), die gesetzlichen Anforderungen an Hygiene und Sicherheit zu erfüllen („Hygienic Design“) und müssen mit den entsprechenden Gütesiegeln versehen sein (z. B. die CE-Kennzeichnung in der EU).

In unserem Bestreben, unsere Lebensmittelsicherheitsstandards auf aktuellem Stand zu halten und jegliche kurzfristige Änderung sofort zu kommunizieren, binden wir ein breites Spektrum an internen Stakeholdern in diese Belange mit ein. So führen wir unter anderem eine Umfrage zur

Lebensmittelsicherheit durch, publizieren Management-Updates, halten länderspezifische Meetings zu den Themen Governance, Risk & Compliance (GRC) ab, überprüfen rechtliche Anforderungen gemeinsam mit den relevanten Abteilungen, führen Telefonkonferenzen mit regionalen Teams durch und arbeiten eng mit dem „Enterprise Risk Management“-Team und dem internen Kontrollteam zusammen.

BERICHTSPROFIL

Dieser Bericht ist zugleich der für Delivery Hero SE und den Delivery Hero Konzern zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht für das Geschäftsjahr 2020 im Sinne des §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e Handelsgesetzbuch (HGB). Der Bericht wurde von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information“ zum Zwecke der Erlangung einer begrenzten Prüfungssicherheit (Limited Assurance Engagement) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben geprüft.

Delivery Hero bietet Online-Essensbestelldienste in ca. 50 Ländern in vier geografischen Regionen an, die Europa, den Nahen Osten und Nordafrika (MENA) sowie die Asien-Pazifik-Region und Nord-, Mittel- und Südamerika umfassen. Weitere Informationen zum Geschäftsmodell von Delivery Hero finden sich im Konzernlagebericht 2020 auf Seite 55.

Dieser nichtfinanzielle Bericht wurde in Anlehnung an den GRI-Standard „Core“ der Global Reporting Initiative erstellt. Dies gilt insbesondere für die Beschreibung unserer grundlegenden Managementansätze. Für die einzelnen Aspekte werden die ihnen zugrundeliegenden Konzepte und die Due-Diligence-Prozesse erörtert sowie vorhandene Ergebnisse berichtet. In Einklang mit § 315b (1) Satz 3 HGB wird auch auf nichtfinanzielle Informationen verwiesen, die zu einzelnen Aspekten im zusammengefassten Lagebericht enthalten sind. In Einklang mit § 289c (3) Ziffern 3 und 4 HGB werden in dem nichtfinanziellen Bericht zudem signifikante nichtfinanzielle Risiken angegeben, wenn diese Informationen für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage der Kapitalgesellschaft sowie ihrer Auswirkungen auf nichtfinanzielle Aspekte erforderlich sind.

Wir haben unsere nichtfinanziellen Risiken gemäß § 289c (3) Satz 3–4 HGB bewertet und es wurden keine nichtfinanziellen Risiken identifiziert. Weitere Informationen zum Risikomanagement bei Delivery Hero finden sich im Risiko- und Chancenbericht 2020 auf Seite 71.