

NICHTFINANZIELLER KONZERNBERICHT

Nachhaltigkeitsansatz und zentrale Aspekte

Unsere Werte

Nachhaltigkeit ist in den strategischen Grundsätzen von Delivery Hero¹ verankert. Dies spiegelt sich auch in unserem Wert „We are heroes because we care“ wider. Wir streben ein nachhaltiges Wachstum an, das mit unseren Grundsätzen im Einklang steht. Das bedeutet, dass wir Verantwortung für die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit übernehmen, unseren ökologischen Fußabdruck verringern und langfristige Lösungen für uns und unsere Branche suchen.

Unsere strategischen Prioritäten

Wir wollen in allen Bereichen unseres Unternehmens verantwortungsbewusst handeln, indem wir rücksichtsvoll und strategisch agieren. Im Jahr 2022 sind wir dem UN Global Compact („UNGC“) als Teilnehmer beigetreten und unterstreichen damit unser Bekenntnis zu den UNGC-Prinzipien und unsere Unterstützung für die Förderung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs). Zudem sind wir Mitglied mehrerer Allianzen, wie Every Action Counts und Green Digital Finance Alliance.

Unsere Corporate Social Responsibility (CSR) & Sustainability-Strategie spiegelt sich in unserer Organisationsstruktur, unseren Prozessen und Initiativen wider. Delivery Hero verfolgt einen dezentralen Ansatz: Die Strategie der Gruppe wird zentral bei Delivery Hero festgelegt und gesteuert,

während regionale und lokale Nachhaltigkeitsteams die globalen Programme unterstützen und gleichzeitig eigene Initiativen und Projekte entwickeln und umsetzen. Im Jahr 2022 haben wir unsere regionalen und lokalen Teams weiterentwickelt, um die Regionen weiter zu stärken. Dabei achten wir sehr genau auf die Übereinstimmung mit unserer globalen Strategie.

2022 hat Delivery Hero Maßnahmen ergriffen, um die Verantwortung des Vorstands für ESG-Themen (Environmental, Social & Governance) durch die Einführung eines ESG-Bonus als Teil der variablen Vorstandsvergütung zu erhöhen. Weitere Informationen zu den ESG-Vergütungszielen sind im Vergütungsbericht auf **Seite 35** zu finden.

Die CSR & Sustainability-Abteilung ist in mehrere Bereiche unterteilt, deren jeweilige Manager an den Senior Director of Sustainability, CSR & Safety berichten, der wiederum an die Senior Vice President of People, Culture & Sustainability berichtet. Letztere berichtet direkt an den CEO. Die Abteilung wird von verschiedenen Teams der Delivery Hero SE und den lokalen Einheiten unterstützt, sofern der jeweilige Schwerpunkt- oder Fachbereich relevant ist. Die Abteilung hat zudem eine unterstützende Funktion, indem sie Fachwissen und strategische Leitlinien bereitstellt, um lokale und regionale Teams bei der Durchführung neuer Projekte zu unterstützen.

Hauptschwerpunkte unserer CSR & Sustainability-Arbeit in dieser Berichtsperiode waren Klimaschutz, einschließlich der Erfassung und Reduzierung unserer Treibhausgasemissionen, sowie Kunststoff und Verpackung, das Wohlbefinden der Fahrer und Mitarbeiter (die Fahrsicherheit hatte dabei hohe Priorität) und der soziale Einfluss. Diese Themen wurden in erster Linie nach der Bewertung ihrer Wesentlichkeit für die Stakeholder, der Auswirkungen auf das Geschäft und der Relevanz für die Branche priorisiert.

In diesem Geschäftsjahr haben wir uns hohe, ambitionierte Ziele gesetzt und uns darauf konzentriert, viele der in den Vorjahren gestarteten Schlüsselprojekte weiter auszubauen. Ein wichtiger Meilenstein ist die Einführung unserer neuen Klimaschutzstrategie, die in den kommenden Jahren zur Verringerung des CO₂-Fußabdrucks der Gruppe beitragen soll. Wir haben unsere Bemühungen für eine höhere Sicherheit unserer Fahrer fortgesetzt, indem wir ein globales Verfahren zur Erhebung von Daten über die Sicherheit unserer Fahrer eingeführt haben. Darüber hinaus haben wir unseren sozialen Einfluss durch die laufende Einführung von Produktfunktionen und neuen Initiativen in den lokalen Märkten weiter ausgebaut.

¹ In diesem nichtfinanziellen Konzernbericht bezieht sich der Begriff „Delivery Hero“ auf die Delivery Hero SE und die konsolidierten Tochtergesellschaften, zusammen als Delivery-Hero-Gruppe (auch: DH, DH-Gruppe oder Gruppe) bezeichnet. Der Begriff „Delivery Hero SE“ (oder „DHSE“) bezieht sich nur auf die Holdinggesellschaft.

Unsere wesentlichen Themen

2022 haben wir die Wesentlichkeitsanalyse des vorangegangenen Jahres und die diesbezüglichen Bewertungen überarbeitet, indem wir über unsere regionalen und lokalen CSR & Sustainability-Teams die Perspektiven globaler Stakeholder mit aufgenommen haben. Wir haben unsere engere Liste der Nachhaltigkeitsthemen aus dem Jahr 2021 anhand einer Bewertung der Wettbewerber und eines Medienscreenings geprüft. Die Ergebnisse führten zur Bestätigung unserer bestehenden Themenliste, die anschließend in einer Online-Umfrage einer Gruppe von Delivery-Hero-Mitarbeiter in unserer Zentrale sowie den regionalen Führungs- und Nachhaltigkeitsteams in unseren Einheiten vorgelegt wurde, um die lokalen Perspektiven in die Evaluierung aufzunehmen. Diese Personen wurden dann gebeten, die Themen nach der Tragweite und geschäftlichen Relevanz, die sie ihnen zuschreiben, zu priorisieren.

Die Ergebnisse wurden in zwei Workshops vorgestellt und diskutiert und anschließend vom Global CSR & Sustainability-Team finalisiert. Der nichtfinanzielle Konzernbericht 2022 nimmt Bezug auf die Empfehlungen der Global Reporting Initiative (GRI) sowie auf die Grundsätze des UN Global Compact (UNGC). Am Ende des Geschäftsberichts sind zusätzlich die Tabellen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) und des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) zu finden.

DELIVERY HERO'S STAKEHOLDER



ABLAUF DER WESENTLICHKEITSBEWERTUNG



Wir haben die wesentlichen Themen in unserem Bericht weiterhin in drei Hauptsäulen eingeteilt. Im Jahr 2022 haben wir aufgrund der Wesentlichkeitsanalyse das Thema Lebensmittelabfälle zusätzlich aufgenommen. Das bedeutet, dass wir in diesem nichtfinanziellen Konzernbericht über insgesamt elf wesentliche Themen berichten:

- Klima & Umwelt
 - Treibhausgase
 - Nachhaltige Verpackungslösungen
 - Nachhaltige Geschäftspartner
 - Lebensmittelabfälle
- Belegschaft, Arbeitsschutz & Menschenrechte
 - Arbeitsbedingungen
 - Diversität & Inklusion
 - Mitarbeiterentwicklung
 - Gesundheit und Arbeitsschutz
- Verantwortungsvolle Unternehmensführung und -ethik
 - Faires Geschäftsverhalten & Compliance
 - Datenschutz und Vertraulichkeit
 - Lebensmittelsicherheit & -qualität

Klima und Umwelt

Bei Delivery Hero sind wir bestrebt, die ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu minimieren. Als ein führendes Unternehmen der Branche wollen wir zudem ganzheitlich denken und Lösungen für das gesamte Liefer-Ökosystem entwickeln. Das bedeutet, dass wir nachhaltige Praktiken bei unseren Partnern, Fahrern und in den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, fördern. Wir konzentrieren uns auf die Umweltbereiche, auf die sich unsere Branche am stärksten auswirkt, und zwar auf die Treibhausgasemissionen, die durch unsere operative Tätigkeit und unsere Plattformen entstehen.

Treibhausgase

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen, vor der unsere Welt heute steht. Um dem Klimawandel entgegenzuwirken, hat das Global-Sustainability-Team seine neue Klimaschutzstrategie für 2022 bewilligt. Diese Strategie entspricht dem Expertenkonsens, dass wir uns auf die Verringerung der Kohlenstoffemissionen konzentrieren müssen, anstatt auf deren Kompensierung, um die schlimmsten Auswirkungen des Klimawandels zu verringern. Wir beabsichtigen, uns langfristig zur Emissionsreduzierung zu verpflichten, indem wir unsere Ziele 2023 bei der Science-Based Targets Initiative (SBTi) zur Validierung einreichen.

Unser Managementansatz zu diesem Thema ist zentralisiert, da die Berechnung eines genauen Treibhausgas-Fußabdrucks spezielles Fachwissen und eine einheitliche Methodik erfordert. Die Methode zur Treibhausgasbilanzierung finden Sie auf unserer [Website](#). Datenerfassung und Berichterstattung über unsere Aktivitäten sind global und decken unsere Emissionen in Europa, Lateinamerika, Asien sowie im Nahen Osten und Nordafrika (MENA) ab. Wir führen interne Schulungen zur Datenerhebung von Treibhausgasemissionen durch, die auch regionale Besonderheiten in der Berechnung der Treibhausgasemissionen berücksichtigen. Unser CSR & Sustainability-Team ist für die Schulungen und die Datenerfassung verantwortlich.

Die bisher durchgeführten Analysen und Berechnungen vermitteln uns ein klares Bild davon, woher unsere Emissionen stammen: aus unseren eigenen Geschäftsaktivitäten, aus der Lieferkette und aus den Geschäftsaktivitäten unserer Partner. Unser CO₂-Fußabdruck stammt demnach aus zwei Bereichen: unseren Lieferprozessen 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 Partnerrestaurants und der Küchenbetrieb sowie unsere eigenen Dmarts (lokale Lager für schnelle Lieferungen) verwenden. Betriebliche Emissionen betreffen unsere internen Geschäftsabläufe sowie die unserer Dmarts (Einzelhandel) und des Küchenbetriebs. Gemäß den Bestimmungen des Greenhouse Gas Protocols 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)² 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 Methoden entsprechen.³ 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.

Mit unserer neuen Klimaschutzstrategie wollen wir Maßnahmen einführen, die auf die Reduzierung der Emissionen bei den Hauptfaktoren unseres Fußabdrucks abzielen. So prüfen wir beispielsweise den stärkeren Einsatz erneuerbarer Energien, die Ausweitung emissionsfreier Lieferungen, die stärkere Verwendung nachhaltiger Verpackungen bei unseren Lieferanten und die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, die Einzelhandelsprodukte für unsere Dmarts liefern. Wir werden unsere Reduktionsziele im Jahr 2023 abschließend festlegen, sobald wir von der Science-Based Target Initiative im Rahmen des Bestätigungsverfahrens Feedback erhalten haben.

² In Übereinstimmung mit unserer 2021-THG-Methodik und unseren 2022-CDP-Antworten verwenden wir den marktbasierten Ansatz für Scope-II-Daten.

³ Der CO₂-Fußabdruck wird in erster Linie anhand von Ist-Daten berechnet, die die Grundlage für Hochrechnungen mithilfe von regionalen Durchschnittswerten pro Kategorie bilden.

Im Jahr 2022 beliefen sich die CO₂-Emissionen für unsere globalen Geschäftsaktivitäten auf 4.191.854 tCO₂e.⁴ (2021: 3.640.922 tCO₂e). Dieser Wert wird in Scope 1, 2 und 3 unterteilt, wie in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

TREIBHAUSGASEMISSIONEN

	2022	2021
Scope 1 Emissionen	18.705 tCO ₂ e	3.867 tCO ₂ e
Scope 2 Emissionen	82.673 tCO ₂ e	55.909 tCO ₂ e
Scope 3 Emissionen	4.090.476 tCO ₂ e	3.581.145 tCO ₂ e
CO₂-Fußabdruck gesamt	4.191.854 tCO₂e	3.640.922 tCO₂e

Im Jahr 2022 beantwortete Delivery Hero zum zweiten Mal den Fragebogen zum Klimawandel des CDP, ein globales Netzwerk zur Förderung der Transparenz im Klimamanagement. Unsere Antworten im Jahr 2022 umfassten zum ersten Mal unsere globalen Emissionen und führten zu einem B-Rating. Damit liegen wir über dem weltweiten Durchschnitt sowie dem Durchschnitt unserer Branche.

Nachhaltige Verpackungslösungen

Die Verschmutzung durch Kunststoffe ist eines der dringendsten Umweltprobleme, mit denen unser Planet konfrontiert ist. Delivery Hero ist sich der Auswirkungen bewusst, die Kunststoffe auf unsere natürliche Welt, insbesondere auf die Ozeane und die Tiere, haben. Wir sind uns auch der Emissionen und Ressourcen bewusst, die bei der Herstellung von Kunststoffen verbraucht werden. Wir sind bestrebt, nachhaltige Lösungen zu finden und Alternativen zu herkömmlichen Verpackungen bei unseren Lieferanten und Kunden zu fördern.

Unsere Restaurantpartner sind für die Verpackung des über unsere Plattformen bestellten Essens verantwortlich und sie wählen selbst aus, welche Art von Verpackung verwendet wird. Die gewählten Verpackungen bestehen größtenteils immer noch aus fossilbasierten Kunststoffen, weil sie

kostengünstiger und leichter beschaffbar sind. Außerdem gibt es in vielen Ländern, in denen wir tätig sind, keine angemessenen Recyclingsysteme oder Vorschriften für nachhaltige Verpackungen. Auch wenn Recycling betrieben wird, werden Verpackungen, die mit Lebensmitteln in Berührung gekommen sind, meistens im Restmüll entsorgt. Verpackungen sind im Rahmen der derzeitigen Geschäftstätigkeit von Delivery Hero anfallende unvermeidbare Nebenprodukte. Wir sehen es daher als unsere Aufgabe an, Restaurants dabei zu helfen, auf Kunststoff zu verzichten, und bemühen uns, ihnen nachhaltige oder biologisch abbaubare Lösungen anzubieten.

Unser Sustainable Packaging Program (SPP) wurde 2021 als Pilotprojekt gestartet. Das SPP ist ein funktionsübergreifendes Projekt, an dem Teams aus unserer Firmenzentrale und den lokalen Märkten beteiligt sind. Um unsere Erkenntnisse nach dem ersten Pilotprogramm zu operationalisieren und umzusetzen, wurde innerhalb unserer Logistikabteilung ein spezielles Verpackungsteam eingerichtet, das sich mit der Skalierung des Programms befasst und dabei den Schwerpunkt auf Technik, Daten und operative Exzellenz legt. Weitere am Programm beteiligte Abteilungen sind CSR & Sustainability, Procurement, Food Safety, Sales, Finance, Legal und Brand. Unsere externen Stakeholder in diesem Programm sind Verpackungsanbieter, Partnerrestaurants sowie unsere Kunden. Im Jahr 2022 haben wir weltweit etwa 2,7 Millionen nachhaltige Verpackungen verkauft.⁵ Der Aufsichtsrat hat diesen wichtigen Leistungsindikator als ESG-Ziel für die Vorstandsvergütung 2022 festgelegt. Damit haben wir zwar unser für 2022 gesetztes Ziel von 10 Millionen verkauften Einheiten verfehlt, aber wir haben aus dieser Erfahrung gelernt, wie sich nachhaltige Verpackungslösungen skalieren lassen. Und wir werden diese Erkenntnisse nutzen, um unsere Verpackungsstrategie in Zukunft zu stärken. Weitere Informationen dazu sind im Vergütungsbericht auf **Seite 35** zu finden.

⁵ Da es sich um Pilotprojekte handelt, waren einige Verkaufsdaten auf dem lokalen Markt aufgrund veränderter Umstände in den Betrieben nicht überprüfbar. Daher betrachten wir diese Zahlen als Schätzungen. In dieser Zahl sind auch 1,5 Millionen kostenlose Einheiten enthalten, die Teil einer Werbekampagne waren, um das Bewusstsein für nachhaltige Verpackungen zu schärfen. Wir sind bestrebt, unsere Datenerfassungsprozesse in den kommenden Jahren zu verbessern, um über genauere Zahlen berichten zu können.

Nachhaltige Geschäftspartner

Als ethisch verantwortungsbewusstes Unternehmen setzt sich Delivery Hero für die Schaffung eines nachhaltigeren Ökosystems von Restaurants und Essenslieferungen ein. Aus diesem Grund ermutigen wir unsere Geschäftspartner zu nachhaltigeren Entscheidungen, indem wir ihnen im Rahmen von Umweltprogrammen und -initiativen Unterstützung, Informationen und Anreize bieten. Diese Programme sind verschiedenen Themen gewidmet, z. B. der Verfügbarkeit veganer oder vegetarischer Optionen, der Verwendung nachhaltiger Verpackungen sowie der Herkunft und den Umweltauswirkungen von Zutaten in Rezepten in den Restaurants.

Die Zertifizierung von Restaurants ist eine Möglichkeit, unsere Partnerrestaurants bei der Umstellung auf nachhaltige Praktiken zu unterstützen und das Bewusstsein der Kunden für die Umweltauswirkungen ihrer Mahlzeiten zu stärken. Unsere Zertifizierung für nachhaltige Restaurants (Sustainable Restaurant Certification, SRC) legt Richtlinien fest, nach denen lokale Niederlassungen die Nachhaltigkeit von Restaurants in verschiedenen Themenbereichen, darunter die Beschaffung von Zutaten, nachhaltige Verpackungen und die Beseitigung von Einwegartikeln bei Verzehr im Restaurant, bewerten. Unsere Marke foodpanda in Hongkong, Taiwan und Singapur führte 2022 Zertifizierungsprogramme durch und 173 Restaurantmarken wurden für ihre Bemühungen ausgezeichnet.

Lebensmittelabfälle

Wir sind uns bewusst, dass Lebensmittelabfälle ökologische und soziale Auswirkungen haben und die Verringerung von Lebensmittelabfällen zur Wiederherstellung und zum Aufbau widerstandsfähiger und nachhaltiger Lebensmittelsysteme auf der ganzen Welt beitragen kann.

Das Thema Lebensmittelabfälle wird von regionalen Nachhaltigkeitsteams im Konzern bearbeitet. 2022 starteten unsere Marken PedidosYa und foodpanda in einigen Märkten Kampagnen für Lebensmittelspenden. Ziel war der

⁴ Die CO₂-Daten für das Jahr 2022 umfassen die tatsächlichen Zahlen für Hj. 1 und die geschätzten Zahlen für Hj. 2 für unsere globalen Geschäftsaktivitäten, während die CO₂-Daten für das Jahr 2021 die tatsächlichen Zahlen für Q1-Q3 und die geschätzten Zahlen für Q4 umfassten. Die CO₂-Daten für das Jahr 2021 wurden anhand der tatsächlichen Zahlen von Q4 2021 aktualisiert.



Aufbau von Systemen für einen einheitlichen Umgang mit Überschüssen aus unseren Dmarts. Oberste Priorität des Pilotprojekts war die Vermeidung von Überbeständen, indem die Nachfrage nach Artikeln bewertet und Einkaufsmengen entsprechend angepasst wurden. Als zweiten Ansatz verfolgten die Pilotprogramme das Ziel, Restbestände besser zu nutzen, indem Lebensmittel nahe dem Verfallsdatum z. B. an Partnerorganisationen weiterverkauft werden, die sich auf fast abgelaufene Waren oder Lebensmittelspenden spezialisiert haben. In Singapur und Hongkong zum Beispiel hat unsere Marke foodpanda aktiv nach Kooperationspartnern für die Verwertung überschüssiger, zu meist frischer Ware aus den Dmarts gesucht. Ein Beispiel für eine solche Partnerschaft in Singapur ist OLIO, eine mobile App, über die Unternehmen überschüssige Bestände an die lokale Gemeinschaft weitergeben können, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Mit dem „Food Waste Heroes“-Programm von OLIO konnten wir die Anzahl der Lebensmittel, die vor dem Verzehr ihr Verfallsdatum erreichen, verringern. In Hongkong werden überschüssige Lebensmittel aus den Dmarts an die Foodlink Foundation gespendet. Die gemeinnützige Organisation sammelt Lebensmittel und gibt sie an ein Netz sozialer Einrichtungen weiter. In Lateinamerika wurde in drei Ländern, in denen unsere Marke PedidosYa vertreten ist (Argentinien, Ecuador und Chile), ebenfalls ein Programm zur Rettung überschüssiger Lebensmittel aus Dmarts pilotiert. Im Rahmen dieses Pilotprojekts haben wir uns mit zwei Organisationen zusammengetan, und zwar OLIO und die Bancos de Alimentos (Nahrungsmittelbanken), eine gemeinnützige Organisation, die Lebensmittel sammelt und an die Hungerhilfe verteilt.

In diesen fünf Ländern in Lateinamerika und im asiatisch-pazifischen Raum nahmen 2022 86 Dmarts an Pilot-Spendenprojekten für überschüssige Lebensmittel teil. Unsere regionalen Nachhaltigkeitsteams werden sich auch in Zukunft über bewährte Verfahren für Lebensmittelabfälle austauschen.

Belegschaft, Arbeitsschutz und Menschenrechte

Delivery Hero schafft Arbeitsplätze für viele Menschen auf der ganzen Welt und bietet ein dynamisches Umfeld, in dem man sich beruflich weiterentwickeln kann. Wir wollen unseren Mitarbeitern helfen, ihr Potenzial voll zu entfalten, und ihre Erfahrungen sind wichtig für uns. Die Förderung von Vielfalt und einer inklusiven Kultur sind für uns entscheidend für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter und den Erfolg unseres Unternehmens.

In Abhängigkeit von den lokalen Markterfordernissen und den gesetzlichen Rahmenbedingungen verfolgt Delivery Hero verschiedene Beschäftigungsmodelle. 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 ist fest angestellt, hinzu kommt eine kleine Anzahl von Auftragnehmern und Leiharbeitskräften. Im Bereich der Logistik greifen wir auf verschiedene Vertragsmodelle für die Fahrer zurück, wobei es drei vorrangige Beschäftigungsmodelle gibt: das direkte Arbeitsverhältnis (die Fahrer sind bei Delivery Hero angestellt), freie Mitarbeiter (die Fahrer sind selbstständige Unternehmer) oder über Drittunternehmen durch Verträge für unseren Lieferservice. Die Mehrheit der Fahrer sind als Freiberufler oder über Drittanbieter tätig.

Delivery Hero verpflichtet sich, verantwortungsvoll zu handeln, und ein wichtiger Teil dieser Verpflichtung ist die Achtung grundlegender Menschenrechte. Es ist unser Anliegen, faire und gerechte Arbeitsbedingungen zu schaffen und das lokal geltende Arbeitsrecht im Bereich der Vergütung und damit verbundene Themen einzuhalten. Wie in unserem  **Verhaltenskodex** und  **Verhaltenskodex für Lieferanten** beschrieben, respektieren wir das Recht auf Tarifverträge und bemühen uns um die Einhaltung aller lokalen Vorschriften. Unsere Legal Logistics & Employment Law-Teams der Delivery Hero SE befassen sich mit der Beschäftigung von Arbeitskräften im Büro und im Logistikbereich durch die lokalen Einheiten. Weitere Informationen dazu sind im Abschnitt Verantwortungsvolle Unternehmensführung und -ethik zu finden.

Arbeitsbedingungen von Büroangestellten

2022 zählte Delivery Hero im Schnitt 51.118 Beschäftigte weltweit. Büroangestellte von Delivery Hero sind der Abteilung People & Culture zugeordnet. Unsere Herangehensweise an dieses Thema ist dezentral, wobei das People & Culture-Team in unserer Zentrale in Berlin für globale Initiativen und Projekte zuständig ist. Derweil führen unsere internationalen Einheiten zusätzliche Rekrutierungs- und Entwicklungsaktivitäten entsprechend ihren Bedürfnissen und den lokalen Vorschriften durch. Um unsere globalen und lokalen Ansätze aufeinander abzustimmen, hat die Delivery Hero SE regionale Exzellenzzentren für Human Resources (HR) eingerichtet, die jede Einheit im Personalmanagement ihrer Büroangestellten unterstützen.

Die People & Culture-Abteilung wird vom Senior Vice President, People, Culture & Sustainability, geleitet, der direkt an den CEO berichtet. Die regionalen und lokalen Führungskräfte bei unseren lokalen Marken berichten an ihre CEOs und Geschäftsführer, die die Kommunikation mit der Holdinggesellschaft in Berlin aufrechterhalten. Die People & Culture-Abteilung unterteilt sich in acht Unterbereiche: Talent Acquisition, People Systems & Analytics, People Experience, Total Rewards, Talent & Culture, Corporate Communications und CSR & Sustainability.

Delivery Hero will die besten Talente gewinnen, um auf dem expandierenden Markt für Lieferdienste wettbewerbsfähig zu bleiben. Die systematische und unvoreingenommene Rekrutierung von Mitarbeitern ist von größter Wichtigkeit für uns. Daher haben wir in unseren globalen Einheiten die Implementierung einer Personalverwaltungssoftware fortgesetzt, um unsere Personalprozesse zu vereinheitlichen. Bisher wurde die Software in 46 Ländern eingeführt.

Delivery Hero will seine Mitarbeiter bestmöglich unterstützen. Deshalb bieten wir eine Reihe von Leistungen für unsere Arbeitnehmer an. Dies ist unserer Employee Benefits Strategy zu entnehmen, die wir 2022 neu aufgelegt haben und in 2023 weiterentwickeln wollen. Zu den Leistungen zählen eine individuelle betriebliche Altersversorgung und ein Aktienkaufprogramm (Employee Share Purchase Plan, ESPP),

das es Mitarbeitern ermöglicht, einen Teil ihres Gehalts zum Marktpreis in Delivery-Hero-Aktien zu investieren und später eine kostenlose zusätzliche Aktie („Matching Shares“) zu erhalten, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind. Weitere Informationen zu unseren aktienbasierten Vergütungen finden sich im Anhang zum Konzernabschluss auf **Seite 130**. Zu den weiteren Leistungen gehören maßgeschneiderte Angebote für Eltern, ein Mitarbeiterhilfsprogramm und ein Abonnement für eine Meditations-App. Wir bieten weiterhin die Möglichkeit der Arbeit aus dem Home-Office an, die wir mit der COVID-19-Pandemie eingeführt haben.

Wir verstehen unter Mitarbeiterengagement, wie sehr sich die Mitarbeiter in ihre Arbeit einbringen, sich engagieren und von ihr begeistert sind. Wir messen das Mitarbeiterengagement viermal im Jahr anhand von Mitarbeiterbefragungen, die wir über die Peakon-Plattform durchführen. Im Jahr 2022 führten wir zwei vollständige Befragungen im zweiten und vierten Quartal und zwei kleinere Pulsbefragungen im ersten und dritten Quartal durch. Anhand der Ergebnisse berechneten wir unseren „Employee Net Promoter Score“ (eNPS), eine Kennzahl zur Messung des Engagements und der Bindung unserer Mitarbeiter. Die Kennzahl errechnet sich durch Subtraktion des Prozentsatzes der Kritiker (Detractors, Punktzahl 0–6) vom Prozentsatz der Befürworter (Promoters, Punktzahl 9–10). Daraus ergibt sich eine Bewertung von –100 bis +100. Unsere vierteljährliche Peakon-Befragung hatte eine weltweite Teilnahmequote von 85%; der resultierende eNPS lag bei 31 und entsprach damit dem Branchendurchschnitt.

Die Daten der Peakon-Befragung dienen als Grundlage für Aktionspläne, die auf Bereiche gerichtet sind, die es zu verbessern gilt. Im Jahr 2022 konzentrierten sich unsere Prioritäten und Aktionspläne auf die Themen Mitarbeiterentwicklung und Managementunterstützung, Strategie und Kommunikation sowie allgemeines Wohlbefinden. Zu den neuen Initiativen im Jahr 2022, die sich aus unseren Peakon-Befragungen ergaben, gehörten die Einführung unseres Leading People Program, die Entwicklung von Materialien zur Förderung regelmäßiger Entwicklungsgespräche zwischen Mitarbeitern und ihren Vorgesetzten, regelmäßige

15-minütige Fragerunden mit Mitgliedern unseres Vorstands und Management-Teams, die Einführung von LinkedIn Learning, der zweimal jährlich stattfindende Gehaltsvergleich mit Marktdaten und eine Überprüfung der Leistungen für Vielfalt und Inklusion. Weitere Maßnahmen zur Aktionsplanung durch Design-Thinking-Workshops wurden ebenfalls ergriffen.

Externe Zertifizierungen sind eine weitere Quelle für Feedback zu unseren Leistungen als Arbeitgeber und von großer Bedeutung für unser Employer Branding. Delivery Hero wurde 2022 für seine Zentrale in Deutschland und für neun lokale Niederlassungen in aller Welt als „Great Place to Work“ zertifiziert. Unsere Marke Mjam in Österreich wurde zudem von Kununu als „Top Employer“ zertifiziert, während die lateinamerikanischen Niederlassungen unserer Marke PedidosYa als „Best Place to Work“ ausgezeichnet wurden.

Employer Branding ist ein zentraler Bestandteil unserer Strategie zur Talentgewinnung. Zusammen mit den Teams von Corporate Communications, Employee Engagement, Talent Development und Workplace entwickelt unser Employer-Branding-Team Initiativen, die den Ruf von Delivery Hero als bevorzugter Arbeitgeber im Technologiebereich festigen sollen. Wir sprechen potenzielle Kandidaten über verschiedene Social-Media-Kanäle, unsere Karriere-Website, Newsletter und Talentpools an. Außerdem veranstalten wir sogenannte Meetups, Konferenzen und Events, um Delivery Hero als Arbeitgeber bekannt zu machen und uns mit externen Communities zu vernetzen. Im Jahr 2022 waren wir Gastgeber und / oder Teilnehmer bei 43 Veranstaltungen.

Arbeitsbedingungen der Fahrer

Unsere Fahrerflotte ist das Herzstück unseres Unternehmens. Wir wollen sicherstellen, dass ihre Arbeitsbedingungen fair sind und den erforderlichen lokalen und internationalen Vorschriften entsprechen. 2022 beschäftigte das Unternehmen weltweit über 1,7 Millionen Fahrer. Da wir in verschiedenen Märkten mit unterschiedlichen Gesetzen, Vorschriften und Kulturen tätig sind, spiegelt die prozentuale Aufteilung unserer Beschäftigungsmodelle für Fahrer unsere Vision und die Komplexität unserer lokalen Aktivitäten nicht

angemessen wider. Mit unserem Logistikmodell und der Fahrerflotte sind wir in der Lage, unser Liefer-Ökosystem flexibel zu unterstützen und weiterhin neue Arbeitsplätze auf der ganzen Welt zu schaffen.

Wir beobachten derzeit eine verstärkte öffentliche Aufmerksamkeit in Bezug auf die Arbeitsbedingungen der Fahrer und haben in den letzten Jahren ein höheres Interesse der Regulierungsbehörden für dieses Thema festgestellt. Dazu gehört, dass einige Regierungen versuchen, die selbstständige Plattform-Arbeit einzuschränken. Um den Fahrern Flexibilität zu bieten, bemühen wir uns, mit den Regulierungsbehörden an der Entwicklung von Systemen zu arbeiten, die flexible und selbstständige Arbeit fördern und gleichzeitig den Fahrern die nötige Sicherheit bieten. Deshalb stehen unsere globalen und regionalen Teams für Public Policy & Government Affairs und Legal in regelmäßigem Austausch mit nationalen und lokalen Behörden, um einen für alle Beteiligten annehmbaren Regulierungsrahmen zu fördern. Weitere Informationen darüber, wie wir regulatorische Risiken und Fälle im Zusammenhang mit Fahrern angehen, finden Sie im Risiko- und Chancenbericht auf **Seite 99**.

Für die Beschäftigung der Fahrer sind in erster Linie die Marken und die lokalen Märkte verantwortlich. Seit 2019 arbeiten wir an der Koordinierung der fahrerbezogenen Themen, um durch ein funktionsübergreifendes Projekt, dem „Global Rider Program“, die Einheitlichkeit und gemeinsame strategische Ausrichtung zu fördern. 2022 haben wir das Programm neu strukturiert. Dabei wurden fahrerbezogene Themen weiter in den Geschäftsbetrieb integriert und einige bestehende Projekte konsolidiert, um unsere Anstrengungen zu fokussieren und Ressourcen zu optimieren. Aufgrund unseres dezentralen Ansatzes werden diese Initiativen von regionalen und lokalen Teams weiter umgesetzt.

2022 arbeiteten wir weiter an unserer Initiative für angemessene Bezahlung (Fair Pay Initiative). Dieses Projekt soll die Bedeutung einer gerechten Bezahlung für Delivery Hero definieren. Durch den Vergleich der Gehaltsdaten von Fahrern mit externen Parametern – wie dem Mindestlohn und dem existenzsichernden Lohn in den Regionen, in denen wir tätig sind – soll die Initiative einen besseren Überblick über die Vergütung bieten.

Gesundheit und Arbeitsschutz

Wir wollen ein Arbeitsumfeld bei Delivery Hero schaffen, das Gesundheit, Sicherheit und Wohlergehen der Mitarbeiter fördert und ein Bewusstsein dafür formt. Der Arbeitsschutz ist bei Delivery Hero dezentral organisiert. Die lokalen Standorte und Büros legen die Verfahren entsprechend den nationalen oder regionalen Rechtsvorschriften eigenverantwortlich fest. Somit kann die lokale Geschäftsführung auf die besonderen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken sowie Vorschriften, die in ihrer Region bestehen, gezielt reagieren.

Gesundheit und Arbeitsschutz der Büroangestellten

Zum betrieblichen Gesundheits- und Sicherheitsmanagement gehören bei Delivery Hero die ergonomische Bürogestaltung, Wohlfühlprogramme und gesundheitsfördernde Maßnahmen sowie ein Workplace Safety Committee, das aus internen und externen Stakeholdern besteht, darunter Vertreter des Workplace Community & Experience-Teams, des Safety-Teams, des Workplace Services-Teams, des Payroll-Teams, des Travel-Teams und des Benefits-Teams sowie unser Betriebsarzt und ein externer Sicherheitsberater. Der Ausschuss trifft sich vierteljährlich und stimmt sich über die Gesundheit und den Arbeitsschutz betreffenden Themen ab. Dazu zählen etwa die Sicherheit am Arbeitsplatz, COVID-19-Vorschriften, physische und psychische Gefährdungsbeurteilungen sowie die Sicherheit unserer Büroangestellten auf Geschäftsreisen.

Delivery Hero hat ein Mitarbeiterhilfsprogramm aufgelegt, damit alle unsere Büroangestellten weltweit die Unterstützung erhalten, die sie bei Stress, psychischen Problemen, Beziehungs- und Familienproblemen, rechtlichen Fragen

usw. benötigen. Unsere Mitarbeiter können zudem an Schulungen zur Aufrechterhaltung einer sicheren Arbeitsumgebung teilnehmen, darunter auch Erste-Hilfe-Kurse für bestimmte Büroangestellte in unserer Zentrale in Berlin. Unser Erste-Hilfe-Kurs für psychische Gesundheit (Mental Health First Aid Training, MHFA) fand 2022 nicht statt, da nach der Pandemie der Schwerpunkt von der Online-Zusammenarbeit wieder in die Büros verlegt wurde.

Gesundheit und Arbeitsschutz der Fahrer

Das Rider Safety-Team wird vom Safety Principal bei Delivery Hero geleitet, der an den Senior Director of CSR, Sustainability & Safety berichtet. Das Rider Safety-Team verfolgt denselben Sicherheitsansatz wie 2021. Das Hauptziel des Teams ist die Förderung von Gesundheit und Sicherheit mit einem Schwerpunkt auf der Sicherheit der Fahrer. Wichtigstes Ziel dieses Ansatzes ist es, die Ursachen von Verletzungen und tödlichen Unfällen unserer Fahrer zu verstehen. Wir stellen weltweit Lernmaterialien zu verschiedenen Themen zur Verfügung, unter anderem zur Sicherheit im Straßenverkehr und zur Verwendung von Sicherheitsausrüstung. Unsere lokalen Einheiten entwickeln darüber hinaus ihre eigenen lokalisierten Schulungsmaterialien und führen Schulungen für Fahrer durch, um auf lokale Risiken und Vorschriften zu reagieren.

Unser Ziel ist es, unsere Performance in Bezug auf die Sicherheit unserer Fahrer weltweit maximal sichtbar zu machen. Dazu haben wir ein weltweites Dashboard eingerichtet, das Unfälle von Fahrern transparent macht. Das Dashboard visualisiert die Daten, die die lokalen Märkte monatlich in unser Berichtssystem zur Fahrersicherheit eingeben. Im Jahr 2022 wurde die 2021 begonnene Entwicklung einer Basis für die Performance von Fahrersicherheit fortgesetzt. Für eine gute Informationsqualität boten wir unseren Märkten monatliche Schulungsveranstaltungen an. Von all unseren Märkten weltweit, die Ende 2021 zur DH-Gruppe gehörten, waren 2022 100% in die Arbeit mit dem Datenerfassungstool zur Fahrersicherheit eingewiesen worden. 98%⁶ meldeten die relevanten Fahrersicherheitsdaten für 2022. Der Aufsichtsrat hat die letztgenannte

Kennzahl für die Erfassung globaler Unfalldaten von Fahrern als ESG-Ziel für die Vorstandsvergütung 2022 festgelegt. Weitere Informationen dazu sind im Vergütungsbericht auf **Seite 35** zu finden.

Es ist unser erklärtes Ziel, die Wahrscheinlichkeit von Unfällen bei unseren Fahrern zu verringern. Der 2022 von uns eingeführte Fragebogen zu tödlichen Unfällen soll uns helfen zu verstehen, wie es zu tödlichen Unfällen in unseren Geschäftsaktivitäten kommt, und festzustellen, welche Faktoren zum Eintritt eines tödlichen Unfalls beigetragen haben und wie diese in Zukunft vermieden werden können. 2022 war das erste Jahr, in dem wir weltweit Daten zur Fahrersicherheit erhoben haben, und wir arbeiten daran, die Reife und Genauigkeit unserer Daten in den nächsten Jahren zu verbessern.

Mitarbeiterentwicklung

Wir möchten, dass sich unsere Mitarbeiter beruflich und persönlich weiterentwickeln. Die langfristige Mitarbeiterentwicklung ist auch für die Nachhaltigkeit unseres Unternehmens wichtig. Deshalb bieten wir unseren Büroangestellten kontinuierliche Schulungen und Weiterbildungen sowie regelmäßige Leistungsbewertungen an. Unser Talent-Engagement-Ansatz ist auf Wachstum und Führung ausgerichtet.

Im April 2022 haben wir LinkedIn Learning als zentrale globale Online-Lernplattform eingeführt. Innerhalb von zwei Monaten haben wir unser Ziel erreicht, dass 50% unserer Mitarbeiter aktiv mit der Plattform arbeiten. Im Jahr 2022 verbrachten unsere Mitarbeiter weltweit durchschnittlich 2,45 Stunden auf der Lernplattform. Neben den verbindlich vorgeschriebenen Trainings führten wir an unserem Firmensitz 103 Schulungsveranstaltungen mit insgesamt 763 Teilnehmenden durch. Diese Schulungen wurden von unserer internen Trainer-Community durchgeführt. Dabei handelt es sich um eine Gruppe von Mitarbeitern, die im Auftrag des Talent & Culture-Teams freiwillig Schulungen anbieten. Sie umfasst etwa 16 Personen aus verschiedenen Bereichen unseres Unternehmens.

⁶ Der Prozentsatz entspricht dem Gesamtdurchschnitt der von allen Märkten im Geltungsbereich gemeldeten Daten zur Fahrersicherheit.

Das Talent & Culture-Team der Delivery Hero SE hat 2022 weiterhin eine Reihe von Führungskräfteprogrammen durchgeführt, wie das Leading People Program und das globale Senior Leadership Program. Ein weiterer Schwerpunkt des Talent & Culture-Teams war das Mentoring. Seit Anfang 2022 gibt es ein Mentoring-Programm für Mitarbeiter aus unterrepräsentierten Gruppen und für unsere Logistikabteilung.

Außerdem werden Schulungen für bestimmte Abteilungen innerhalb des Unternehmens angeboten. Im zweiten Quartal 2022 wurde unser Techie Learning Calendar freigeschaltet, über den unseren Tech Heroes Technologieschulungen angeboten werden. Schon jetzt haben mehr als 1.000 Mitarbeiter aus dem IT-Bereich den Kalender angenommen. In der Zwischenzeit wurde ein Level-Up-Programm ins Leben gerufen, um die Logistikabteilung und die Pandora-Teams bei der Verbesserung bestimmter funktionaler Fähigkeiten zu unterstützen.

Die Mitarbeiterentwicklung bei Delivery Hero wird vom Talent & Culture-Team verantwortet, das zu unserer People & Culture-Abteilung gehört. Bei Delivery Hero steht dafür ein jährliches Budget von € 1.000 pro Vollzeitbeschäftigten und € 500 pro Teilzeitbeschäftigten für externe Lern- und Entwicklungsangebote zur Verfügung, zusätzlich zu den internen Schulungen, die das Team anbietet.

Der 2020 bei Delivery Hero SE eingeführte Performance-Management-Prozess wurde inzwischen in 38 Ländern weltweit eingeführt. Unser Ziel ist es, diesen Prozess weltweit zu vereinheitlichen, um eine einheitliche Erfahrung für die Mitarbeiter in allen Märkten zu gewährleisten. Im Rahmen des zweimal jährlich durchgeführten Prozesses werden mit den Mitarbeitern die Entwicklungsaussichten und der zukünftige Schulungsbedarf sowie Themen wie Gehalt und Vergütung besprochen. Zusätzlich führen Führungskräfte regelmäßige Gespräche mit ihren Teammitgliedern.

Eine wichtige Initiative des Talent & Culture-Teams bei Delivery Hero war 2022 die Entwicklungsplanung. Unser Hauptziel war es, in diesem Jahr die Messlatte höher zu legen und Talente zu fördern, indem wir es ihnen ermöglichen, ihre Entwicklung eigenverantwortlich zu gestalten. Zu diesem Zweck haben wir einen E-Learning-Leitfaden herausgegeben, mit dem die Mitarbeiter einen Entwicklungsplan erstellen können. Außerdem haben wir ein Webinar zu diesem Thema veranstaltet. Anhand unseres HR-Tools berechnen wir die Anzahl der individuellen Entwicklungspläne, die im Berichtsjahr erstellt wurden. Um Mitarbeiter zu ermutigen und zu feiern, wenn sie einen bestimmten Meilenstein erreicht haben, und um ihnen Orientierungshilfen und Lernmöglichkeiten zu bieten, haben wir zwei E-Mail-Kampagnen unter dem Motto „Moments that Matter“ gestartet. Diese richten sich an Mitarbeiter, die ihre Probezeit bestanden haben oder kürzlich befördert wurden.

Unsere lokalen Einheiten gestalten die Mitarbeiterentwicklung individuell und ohne strenge Vorgaben von Delivery Hero. Um globale Themen abzustimmen, uns über erfolgreiche Projekte auszutauschen, die Mitarbeiterentwicklung zu koordinieren und uns gegenseitig zu inspirieren, führen wir monatliche globale Talententwicklungscalls durch. Außerdem werden fortwährend Möglichkeiten für Synergien erkundet. So war beispielsweise die Einführung von LinkedIn Learning die erste globale Initiative, bei der alle regionalen Talententwicklungsteams gemeinsam an der gleichzeitigen Einführung gearbeitet haben.

Diversität und Inklusion (D&I)

Wir wollen Delivery Hero zu einem inklusiven Arbeitsplatz machen, an dem sich jeder zugehörig fühlt, denn wir glauben, dass Vielfalt und Inklusion wichtig für die Förderung von Kreativität und den Aufbau eines erfolgreichen Unternehmens sind. Wir möchten, dass sich unsere Mitarbeiter zu ihrer unterschiedlichen Herkunft bekennen und starke Gemeinschaften aufbauen, die ein breites Spektrum von Perspektiven berücksichtigen.

Unsere D&I-Strategie definiert unseren Ansatz für den Aufbau eines von Gleichberechtigung und Unvoreingenommenheit geprägten Arbeitsumfelds. Dieser Ansatz ruht auf drei Säulen:

- Steigerung der Repräsentanz: Aufbau eines Teams, dessen Perspektiven die Vielfalt unserer Kunden widerspiegelt. Unsere oberste Priorität ist es, ein Umfeld zu schaffen, in dem alle Geschlechter gleichberechtigt vertreten sind.
- Förderung gerechter Strukturen und Systeme: Wir wollen sicherstellen, dass alle unsere Heroes von Anfang an die gleichen Chancen haben, sich beruflich zu entfalten. Dazu gehört auch der Aufbau von Systemen, die den besonderen Bedürfnissen der verschiedenen Gruppen Rechnung tragen.
- Förderung inklusiven Verhaltens: Wir möchten, dass alle unsere Heroes zu einer Kultur beitragen, in der sie zur Arbeit kommen und ganz und gar sie selbst sein können. Es liegt in unserer Verantwortung, besondere Räume der Zugehörigkeit zu schaffen und unsere Mitarbeiter zu ermutigen, sich für einen positiven Wandel einzusetzen.

Das D&I-Team wurde vor Kurzem dem Bereich Talent & Culture unterstellt, der wiederum Teil des neu gegründeten Culture, Engagement & Inclusion-Teams ist. D&I wird somit weiter in die Metrik der People & Culture-Abteilung integriert. Alle Aufgaben und Verantwortlichkeiten für diese neue Funktion werden von der neu geschaffenen Position des Director of Culture, D&I and Engagement geleitet, der an den Senior Director of Talent Development berichtet. Dieser ist wiederum der Senior VP People, Culture & Sustainability unterstellt. Das Team ist für die D&I-Strategie verantwortlich, die in unsere Aktivitäten im gesamten Unternehmen integriert ist, insbesondere in den Bereichen Employee Engagement, Learning & Development und People Experience. Die in diesem Abschnitt beschriebenen Initiativen konzentrieren sich in erster Linie auf unsere Firmenzentrale in Berlin. Die Zusammenarbeit mit unseren Einheiten wurde jedoch 2022 intensiviert und wir beabsichtigen, unsere globalen Bemühungen in den kommenden Jahren weiter zu bündeln.

Im April 2021 verkündeten wir die Gründung des sogenannten Diversity and Inclusion Advisory Board (Beirat für Vielfalt und Inklusion, DAB). Das DAB besteht aus zwei externen Mitgliedern mit D&I-Kompetenz und sechs internen Mitgliedern der Delivery-Hero-Gruppe. Aufgabe des Gremiums ist es, regelmäßig beratend für das D&I-Programm tätig zu sein, die globale gemeinschaftliche Inklusionsarbeit innerhalb der Gruppe zu stärken und als Botschafter innerhalb und außerhalb der Organisation aufzutreten. 2022 endete die Amtszeit der ersten DAB-Mitglieder und das neue DAB wurde bekannt gegeben.

Delivery Hero möchte seine Mitarbeiter darin bestärken, zur Inklusion am Arbeitsplatz beizutragen. Wir haben mehrere engagierte Communities, die gemeinhin als Employee Resource Groups bekannt sind und die wir HeroCommunities nennen. 2022 gab es sechs HeroCommunities bei Delivery Hero: Proud Heroes, Female Heroes, Muslim Heroes, Parent Heroes, Hero Mums und die InclusionChampions. Unsere HeroCommunities arbeiten an Initiativen, die unsere D&I-Bemühungen unterstützen. Die Muslim Heroes veröffentlichten beispielsweise in diesem Jahr Richtlinien für eine ramadaninklusive Sprache und die Parent Heroes riefen das „Parent Buddy“-Programm ins Leben, das neue Mitarbeiter mit Kindern beim Umzug nach Berlin unterstützt. Die Anzahl der Mitglieder in unseren HeroCommunities ist 2022 um 122% gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

D&I ist Bestandteil unseres Talententwicklungsprogramms. Anhand entsprechender Schulungen soll gewährleistet werden, dass Mitarbeiter eine unterbewusste Voreingenommenheit abbauen und sich zu inklusiv agierenden Führungskräften entwickeln. Seit dem Start 2019 absolvierten bei der Delivery Hero SE 38% der Manager Trainings zum Thema unterbewusste Voreingenommenheit. Das Programm wird zurzeit auf einige lokale Marken ausgeweitet. Außerdem öffneten wir unser Programm für weibliche Führungskräfte (Women in Leadership) in diesem Jahr für eine zweite Gruppe mit zunächst 25 Teilnehmenden.

Unser Ziel ist es, datengestützte Entscheidungen in Personalprozessen zu treffen. In Zusammenarbeit mit unserem People-Analytics-Team haben wir ein D&I-Dashboard entwickelt, mit dem wir unsere Bewerberpipeline und die demografische Vielfalt unserer Belegschaft in Echtzeit erfassen können. Wichtige Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators, KPIs) für D&I sind der Frauenanteil im Technologie- und Produktteam von Delivery Hero, der 2022 bei 24% lag, und in Führungspositionen⁷, der 2022 bei 27% lag. Zweimal im Jahr ermitteln wir zudem im Rahmen der Peakon-Befragung die Zufriedenheit der Mitarbeiter mit den Maßnahmen zur Stärkung von Diversität, Inklusion und Gleichberechtigung bei Delivery Hero. Weitere Informationen zur Geschlechtervielfalt im Aufsichtsrat, Vorstand und in den beiden direkt darunter angesiedelten Führungsebenen entnehmen Sie bitte der Erklärung zur Unternehmensführung auf **Seite 16**.



Wir sind weiterhin bestrebt, unsere D&I-Ziele für die nahe Zukunft zu erreichen. Um die Repräsentanz von Frauen in unseren Technologieteams weiter zu verbessern, führen wir unter anderem eine zielgerichtete Nachfolgeplanung durch. Um die Diversität im Technologiesektor zu erhöhen, investieren wir zudem in entsprechende Lösungen, wie insbesondere in unsere Delivery Hero Tech Academy, die 2021 an den Start ging. Mit der Delivery Hero Tech Academy wollen wir externen Personen Technologietrainings ermöglichen, denen sonst klassischerweise Chancen in der Technologiebranche verschlossen bleiben, auch im Hinblick auf einen möglichen Einstieg bei Delivery Hero. 2022 schlossen wir das erste Pilotprogramm ab, das 9,5 Monate dauerte und Studierenden – von denen sich 75% als weiblich identifizierten – Kenntnisse in den Programmiersprachen Java und Python vermittelte. Das Programm umfasste auch ein dreimonatiges Praktikum in einem der Technologie- und Produktteams des Unternehmens. Am Ende des Programms wurden über 75% der Teilnehmenden als Vollzeitbeschäftigte eingestellt. Als solche können sie ihre Lernreise fortsetzen. Eine Ausweitung des Pilotprogramms im Jahr 2023 wird zurzeit geprüft.

⁷ Der Begriff „Führungspositionen“ bezieht sich auf Mitarbeiter der Führungsebene und darüber.

Im März 2022 organisierte Delivery Hero seine jährliche „Women Connect“-Veranstaltung zu Ehren des Internationalen Frauentags. Die Veranstaltung war ein dreitägiges Gipfeltreffen mit einer Vielzahl von virtuellen Vorträgen, Workshops und Diskussionsrunden zu Themen wie Mentoring, persönliche Geschichten, Work-Life-Balance, berufliche Weiterentwicklung und Führung. Weitere D&I-Aktivierungen am Arbeitsplatz waren die Teilnahme von Delivery Hero an der Christopher-Street-Day-Parade im Juli 2022 und der von unserer Web Accessibility Initiative organisierte Global Accessibility Awareness Day.

Delivery Hero ist bestrebt, alle Vorschriften und Bestimmungen einzuhalten, die auf globaler und lokaler Ebene in Bezug auf D&I gelten, und im Sinne unserer Kernwerte und unserer People Leadership Principles für D&I zu handeln. Delivery Hero unterstützt zudem die „UN Standards of Conduct for Business Tackling Discrimination against LGBTI“. Wir legen größten Wert auf Chancengleichheit für alle, unabhängig von ethnischer oder nationaler Herkunft, Religion, Hautfarbe, Geschlecht, sexueller Orientierung, Alter, Familienstand, Behinderungen oder sonstigen Aspekten, die eine Person ausmachen. Wie im Verhaltenskodex von Delivery Hero und in den Richtlinien gegen Belästigung und Mobbing dargelegt, duldet das Unternehmen keine Belästigung und kein Mobbing und schützt die Betroffenen vor Vergeltung. Delivery Hero verpflichtet sich, Chancengleichheit und einen sicheren Arbeitsplatz zu bieten, der frei von Diskriminierung, Belästigung, Einschüchterung und Missbrauch ist. Wie auch bei jedem anderen Thema, kann unangemessenes Verhalten in Bezug auf D&I über unsere Whistleblower-Hotline gemeldet werden. Weitere Informationen zur Whistleblower-Hotline sind dem folgenden Abschnitt zum fairen Geschäftsverhalten und Compliance zu entnehmen.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung und -ethik

Wir sind überzeugt, dass ein faires Geschäftsverhalten, der Schutz von Daten und die Lebensmittelsicherheit grundlegende Voraussetzungen für die Integrität und den langfristigen Erfolg von Delivery Hero sind. Wir sind bestrebt, uns in der gesamten Delivery-Hero-Gruppe mit einem Höchstmaß an Integrität an alle ethischen und rechtlichen Rahmenbedingungen in allen Märkten zu halten, in denen wir tätig sind. Wir lassen uns von unserem  **Verhaltenskodex** und unserem  **Verhaltenskodex für Lieferanten** leiten und wollen unseren Mitarbeitern vermitteln, dass Compliance immer im besten Interesse des Unternehmens und unserer Stakeholder liegt.

Unser konzernweiter Verhaltenskodex bietet den Mitarbeitern eine Entscheidungshilfe und definiert die Verhaltensstandards innerhalb der Delivery-Hero-Gruppe. Er ist für alle Mitarbeiter der Delivery Hero SE und der von ihr kontrollierten Konzerngesellschaften innerhalb des entsprechenden Rechtsrahmens verbindlich.⁸ Die lokalen Einheiten sind dafür verantwortlich, den Verhaltenskodex innerhalb ihrer Organisation zu kommunizieren. 2022 wurde der Verhaltenskodex vollständig überarbeitet und in Zusammenarbeit mit mehreren Abteilungen auf den neuesten Stand gebracht. Die neue Fassung wurde im Rahmen einer Informationskampagne, die eine Mitteilung unseres CEO beinhaltete, eingeführt. Die Mitarbeiter der Delivery Hero SE haben das neue Dokument über unser HR-Managementsystem anerkannt. Mit Unterstützung der lokalen Einheiten, die für das Rebranding des Verhaltenskodex innerhalb ihrer Organisation und die Übersetzung in mehrere Sprachen verantwortlich sind, wurde der neue Verhaltenskodex auf unsere globalen Marken ausgeweitet.

2022 veröffentlichten wir unseren neuen Verhaltenskodex für Lieferanten (Supplier Code of Conduct, SCoC), den wir in 29 Ländern in Asien, Europa und in Lateinamerika eingeführt haben. Mit diesem 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. Der SCoC beinhaltet auch Themen wie Vergütung und Zwangs- oder Schwarzarbeit. Außerdem machen wir so deutlich, dass Delivery Hero im Rahmen seiner unternehmerischen Verantwortung Lieferanten nicht nur nach wirtschaftlichen Kriterien bewertet, sondern bei der Auswahl von Lieferanten und der Verlängerung von Verträgen auch den Umweltschutz, die Einhaltung von Menschenrechten, Arbeits- und Sozialstandards sowie die Korruptionsbekämpfung im Blick hat. Als Reaktion auf das neue deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz arbeiten wir außerdem an einer spezifischen menschenrechtlichen Grundsatzserklärung, die im nächsten Jahr veröffentlicht werden soll.

Alle Lieferanten sind 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.

In Bezug auf unseren Verhaltenskodex für Lieferanten und beim Umgang mit diesen Themen achten wir die Grundsätze des United Nations Global Compact, die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie der Erklärung über grundlegende Rechte und Pflichten bei der Arbeit der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Unser Verhaltenskodex für Lieferanten wird von der Abteilung Governance, Risk & Compliance (GRC) verantwortet, während die Verantwortung für unser Lieferantenengagement bei der Procurement-Abteilung liegt, die von CSR & Sustainability und Legal unterstützt wird. Auf regionaler und lokaler Ebene liegt die Verantwortung bei den jeweiligen Einkaufs-, Rechts- und GRC-Abteilungen. Die endgültige Verantwortung liegt beim Finanzvorstand (Chief Financial Officer, CFO) von Delivery Hero. Weitere Informationen darüber, wie wir Risiken im Zusammenhang mit der Unternehmensführung und Compliance bekämpfen, finden Sie im Risiko- und Chancenbericht auf **Seite 99**.

Faires Geschäftsverhalten und Compliance

Delivery Hero ist bestrebt, sich mit einem Höchstmaß an Integrität an alle ethischen und rechtlichen Rahmenbedingungen in allen Ländern zu halten, in denen wir tätig sind. Unser Verständnis von ethischem Unternehmensverhalten spiegelt sich in unserem Bestreben für die Achtung der Menschenrechte, die Chancengleichheit und die Förderung 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 oder andere Stakeholder unter unserer Verantwortung. Wir erwarten, dass unsere Mitarbeiter sich an keinen Aktivitäten beteiligen oder Tätigkeiten ausüben, die nicht im Einklang mit den Interessen von Delivery Hero stehen. Alle geschäftlichen Entscheidungen müssen ausschließlich im Interesse des Unternehmens getroffen werden und dürfen nicht dem persönlichen Vorteil dienen.


Das Governance, Risk & Compliance-Team wurde von Delivery Hero mit der Aufgabe betraut, unsere ethischen Grundsätze und die Einhaltung der geltenden rechtlichen Vorschriften zu stärken und Unsicherheiten und Risiken, mit denen sich das Unternehmen konfrontiert sieht und die es zum Erreichen seiner Geschäftsziele bewältigen muss, zu adressieren. Diese Funktion arbeitet unter der Leitung des General Counsel, der wiederum an den Finanzvorstand (CFO) berichtet. Vierteljährliche Sitzungen des Risk & Compliance Committee sorgen dafür, dass das obere Management regelmäßig auf Risiko- und Compliance-Themen hingewiesen wird. Darüber hinaus werden Compliance-Themen regelmäßig mit dem Prüfungsausschuss, dem General Counsel und dem Internal-Audit-Team besprochen.

⁸ Hiervon ausgenommen sind Woowa und Glovo, da diese Marken nach der Übernahme noch in verschiedene Funktionen integriert werden.

Lokale Teams sind für die Umsetzung unserer GRC-Grundsätze auf Länderebene verantwortlich. Das globale GRC-Netzwerk umfasst zudem Mitarbeiter aus der gesamten DH-Gruppe. Die lokale Compliance-Organisation wird bei ihrer Arbeit von der globalen Compliance-Funktion unterstützt, die im Rahmen regelmäßiger Besprechungen Zielvorgaben und Leitlinien mitteilt und bewährte Arbeitsweisen und Kenntnisse austauscht. Unsere Compliance-Fortschritte werden in jährlichen Group Maturity & Risk Assessments gemessen. 2022 wurde in bestimmten Einheiten ein Compliance Maturity & Corruption Risk Assessment vorgenommen. Zusätzlich wurde ein konzernweites Sanctions Risk Assessment durchgeführt. Um die GRC-Community zu stärken, fanden 2022 acht Besuche des globalen Compliance-Teams bei Einheiten statt. Die übrigen Aktivitäten und Bewertungen wurden dagegen virtuell durchgeführt.

Um das Bewusstsein für Compliance-Themen zu schärfen, wurde bei Delivery Hero ein verbindlich vorgeschriebenes E-Learning zum Verhaltenskodex eingeführt. Im Jahr 2022 umfasste das jährliche E-Learning zum Verhaltenskodex die Themen Ethik, Bestechungs- und Korruptionsbekämpfung, Interessenkonflikte und Meldung von Compliance-Verstößen. Das Compliance-Team erstellte die Schulungsinhalte, die speziell auf die DH-Gruppe zugeschnitten waren. Die Mitarbeiter wurden vom CEO und CFO der Delivery Hero SE im Rahmen einer Informationskampagne zur Teilnahme eingeladen. 74% der Mitarbeiter der Delivery Hero SE absolvierten das E-Learning zum Verhaltenskodex. Die lokalen GRC-Teams sind dafür verantwortlich, dass das E-Learning-Video zur Compliance auch allen Beschäftigten in ihren jeweiligen Einheiten zur Verfügung gestellt und zugänglich gemacht wird.

Ein vom zentralen Compliance-Team verwaltetes Compliance-Portal zu den Themen Compliance, Datenschutz und Cybersicherheit sorgt dafür, dass alle Mitarbeiter einen einfachen Zugang zu Compliance-Themen haben. Das Portal enthält eine umfassende Sammlung von Richtlinien, Links zu Meldeformularen, einen Zugang zu Schulungen und

Lehrinhalten sowie Informationen zu Garantien bei der Meldung von Missständen und das  **Whistleblower-Portal**. Darüber hinaus haben 44 lokale Niederlassungen eigene, lokalisierte Compliance-Portale eingerichtet.

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 gegebenenfalls unter Hinzuziehung externer Rechtsanwälte oder anderer Experten erfolgen.

Delivery Hero hat eine Null-Toleranz-Haltung gegenüber Korruption, die sich in unseren Konzernrichtlinien zur Bestechungs- und Korruptionsbekämpfung widerspiegelt. Im Jahr 2022 wurden eine besondere Richtlinie zu Geschenken, Bewirtung und Unterhaltung (Gift, Hospitality Entertainment Policy) sowie eine Richtlinie zu Spenden und Sponsoring (Donations & Sponsoring Policy) entwickelt und umgesetzt, die unsere Korruptionsbekämpfung weiter stärken.

Das Legal Antitrust & Commercial-Team berät das Managementteam in kartell- und wettbewerbsrechtlichen Fragen, das letztlich für die Themen verantwortlich ist. Als Teil des weiteren Legal-Teams, berät das Antitrust Team zu Merger & Acquisition-Projekten (M&A), kommerziellen Strukturen und Investitionen, damit diese in einer Weise umgesetzt werden, die mit den geltenden Wettbewerbsgesetzen im Einklang steht. Das Team bietet darüber hinaus kartellrechtliche Schulungen für Mitarbeiter aus den unterschiedlichsten Bereichen der Delivery Hero und lokaler Einheiten an. Für alle M&A-Projekte werden Due-Diligence-Prüfungen durchgeführt und, sofern erforderlich, werden die zuständigen Behörden unterrichtet.

Jeder Mitarbeiter von Delivery Hero ist dafür verantwortlich, mögliche Verstöße gegen gesetzliche Vorschriften, unseren Verhaltenskodex oder andere interne Richtlinien zu melden. Delivery Hero bietet drei Kanäle an, um Fehlverhalten zu melden: Bei den ersten beiden handelt es sich um interne lokale Ansprechpartner innerhalb jeder Einheit der Delivery-Hero-Gruppe. Der dritte Kanal ist eine externe Online-Whistleblower-Plattform, über die schwere Compliance-Verstöße und illegale Geschäftspraktiken rund um die Uhr, sieben Tage die Woche, in mehreren Sprachen gemeldet werden und die intern und extern genutzt werden können. Die Plattform erlaubt die anonyme Meldung durch die sogenannten Whistleblower und sorgt für ihren Schutz. Alle auf der Plattform gemeldeten Fälle werden sorgfältig vom zentralen Compliance-Team bei Delivery Hero ausgewertet. Das Team kann sie unter Umständen an lokale Stellen zur weiteren Bearbeitung weiterleiten. Gegebenenfalls werden Fälle gemäß den Vorschriften und Verfahren zur Behandlung gemeldeter Compliance-Verstöße behandelt. Der Schutz aller an solchen Meldungen beteiligten Personen ist für Delivery Hero sehr wichtig. Alle Whistleblower sind durch die wichtigsten Grundsätze interner Untersuchungen geschützt, die sicherstellen, dass Informationen und Vorgänge über mögliche Verstöße im größtmöglichen Rahmen vertraulich behandelt werden, und die darauf abzielen, jegliche Form von Vergeltung zu verhindern und davor zu schützen.

Im Jahr 2022 wurden von allen gemeldeten Vorfällen null Fälle von wesentlichen Compliance-Verstößen eröffnet und als „begründet“ eingestuft. Wenn ein Fall als „begründet“ eingestuft wird, werden im Einklang mit den Grundsätzen der Verhältnismäßigkeit und Fairness geeignete Maßnahmen beschlossen, und alle Fälle werden von der Compliance-Funktion bei Delivery Hero SE oder ihren lokalen Einheiten adressiert. Da es keine bestätigten Compliance-Verstöße gab, gab es auch keine als „begründet“ abgeschlossenen Fälle, die in die Kategorie Diskriminierung und Belästigung fielen. Darüber hinaus wurden 2022 keine Gerichtsverfahren gegen die DH-Gruppe wegen Korruption eingeleitet.

Zusammenfassend wollen wir im Bereich Compliance bei Delivery Hero die Sensibilisierung für Themen im Zusammenhang mit Betrug, Korruption, Interessenskonflikten, Belästigung und Diskriminierung, Wettbewerbsverstößen und anderen Verstößen gegen den Verhaltenskodex fördern und entsprechende Risiken mindern. Diese Bemühungen zielen darauf ab, den Mitarbeitern einen Leitfaden für den Umgang mit diesen Themen an die Hand zu geben und eine Kultur der Integrität innerhalb unserer Organisation zu fördern.

Datenschutz und Vertraulichkeit

Für Delivery Hero ist der Schutz von Kunden- und Mitarbeiterdaten von hoher Bedeutung. Die Verbraucherdatenschutzrichtlinien der operativen Einheiten von Delivery Hero richten sich bestmöglich nach den Anforderungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) und den Transparenzanforderungen anderer Gesetze in allen Ländern, in denen die Delivery-Hero-Gruppe tätig ist. Datenschutzerklärungen sind auf allen unseren Kundenplattformen verfügbar.

Wir streben einen Datenschutz auf höchstem Niveau in unserer Branche an. Unser Datenschutzmanagementsystem (Data Protection Management System, DPMS) wurde in Übereinstimmung mit den internationalen Standard-Datenschutz-Frameworks (NIST, NYMITY, SDM, Anforderungen der britischen Datenschutzaufsicht ICO) implementiert und wird regelmäßig nach der „Plan-Do-Check-Act“-Methode überprüft und aktualisiert. Die bestehenden Richtlinien, Maßnahmen und Kontrollen werden regelmäßig von uns überprüft. Darüber hinaus kontrolliert das Internal-Audit-Team die Roadmap und die Ergebnisse des Datenschutzteams.

Unser DPMS umfasst verschiedene definierte KPIs zur Bewertung und Messung der Ergebnisse unserer Initiativen. Darin enthalten sind unter anderem die Zahl der meldepflichtigen Datenschutzverletzungen 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 Anzahl der absolvierten Pflichtschulungen, die Zahl der Anträge auf Datenzugang betroffener Personen etc.

Die Delivery-Hero-Gruppe teilt die Verantwortung für den Schutz von Kundendaten und die Datensicherheit folgendermaßen auf: Das Global Data Protection Office ist für eine globale Strategie, Instrumente, Leitfäden, Richtlinien und Schulungen verantwortlich, während die jeweiligen Datenschutzkoordinatoren und Data Protection Managers der lokalen Einheiten als Mitglieder der Global Privacy Organisation für den Datenschutz auf lokaler bzw. regionaler Ebene verantwortlich sind. Das Global Data Protection Office organisiert regelmäßige Meetings, Schulungen und Statusbesprechungen, um den Austausch bewährter Praktiken in der gesamten Organisation zu gewährleisten. Zuständig für den Schutz von Kundendaten und die Datensicherheit ist der Datenschutzbeauftragte des Konzerns (Group Data Protection Officer, DPO). Der Datenschutzbeauftragte arbeitet unabhängig und berichtet an den General Counsel und den Finanzvorstand (CFO) in Übereinstimmung mit der DSGVO. Der Vorstand wird in wichtige Datenschutzangelegenheiten wie Datenschutzverletzungen, Untersuchungen und Prüfungsergebnisse einbezogen. Der Datenschutzbeauftragte liefert auch Beiträge für Sitzungen des Prüfungsausschusses und des Aufsichtsrats und kommt regelmäßig mit verschiedenen Lenkungsausschüssen zusammen. Um sich ein Bild von den Abläufen vor Ort zu machen und die Arbeitsbeziehungen mit den lokalen Einheiten zu fördern, fanden 2022 zwei Besuche des globalen Datenschutzbeauftragten bei den lokalen Einheiten statt. Andere Aktivitäten und die Bewertung des Datenschutzes wurden aus der Ferne durchgeführt. Das Global Data Protection Office war Gastgeber des jährlichen Global Privacy Organization Summit in Berlin.

Auf vielen unserer Kundenplattformen wurde eine automatische Datenlösch- und Datenzugriffsfunktion in die Kontoeinstellungen integriert. Über diese Funktion können Kunden jederzeit ihre Daten einsehen, Werbung widersprechen oder ihr Konto löschen. Um ein aktuelles Verzeichnis der globalen Verarbeitungstätigkeiten zu führen, verfügen wir über mehrere automatisierte Tools, um Verarbeitungstätigkeiten, Bewertungen der Sorgfaltspflicht von Lieferanten und Datenschutz-Folgenabschätzungen aufzuzeichnen. Die Datenschutzrichtlinien der Delivery-Hero-Gruppe sind auf dem Compliance-Portal von Delivery Hero abrufbar.

Unsere Konzern-Datenschutzrichtlinie (Group Data Protection Policy) enthält auch Passagen zum Datenschutz und zur Informationssicherheit. Jeder Mitarbeiter in der Europäischen Union muss zusätzlich einmal im Jahr eine verpflichtende Datenschutzbildung absolvieren. Zudem werden abteilungsspezifische Schulungen im Hinblick auf die Bearbeitung besonderer Anforderungen der verschiedenen Geschäfts- und Unterstützungseinheiten durchgeführt. Im Jahr 2022 luden wir unser neues, selbst entwickeltes globales Schulungsprogramm zum Datenschutz auf unsere Online-Schulungsplattform hoch und führten es in allen Märkten weltweit ein. Ziel dieses Programms ist es, weltweit den gleichen Standard an Datenschutzwissen zu gewährleisten. Die entsprechende Schulung wurde 2022 von 42% der Nicht-EU-Mitarbeiter abgeschlossen. Dies wurde von unserem Aufsichtsrat auch als ESG-Vergütungsziel 2022 für unseren Vorstand festgelegt. Weitere Informationen dazu sind im Vergütungsbericht auf **Seite 35** zu finden. Zusätzlich zu den Pflichtschulungen hat das Global Data Protection Office das Privacy Hero Training 2022 eingeführt, das allen Mitarbeitern weltweit zur Verfügung steht. Das Modul bietet drei Trainingsstufen und richtet sich an Mitarbeiter aus allen Abteilungen, die keine Vorkenntnisse im Datenschutz besitzen.

Lebensmittelsicherheit und -qualität

Unsere gemeinsame Mission ist es, „immer ein herausragendes Bestellerlebnis zu liefern“. Deshalb ist die Lebensmittelsicherheit und -qualität ein wichtiges Thema für Delivery Hero. Unsere Lieferanten und Restaurantpartner, die die Plattformen von Delivery Hero nutzen, sind letzten Endes für die Sicherheit ihrer Lebensmittel verantwortlich. In unseren vertikalen Geschäftsmodellen agieren Unternehmen der Delivery-Hero-Gruppe wie Dmarts und Delivery Hero Kitchens auch als Lebensmittelunternehmer. Regionale und lokale Vorschriften und Gesetze müssen entsprechend eingehalten werden und wir sind dafür verantwortlich, dass unsere Aktivitäten bei der Annahme, Lagerung, Handhabung, Zubereitung, Verpackung, dem Transport und der Lieferung zu keinerlei Beeinträchtigung der Sicherheit oder Qualität der Lebensmittel führen.

Die Verantwortung für die Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln ist bei Delivery Hero innerhalb des GRC-Teams auf Global Food Safety and Quality Management (FSQM) und die Compliance-Management-Abteilung verteilt. Ein globales Rahmenwerk für Lebensmittelsicherheit, entsprechende Richtlinien, ein Bewertungsverfahren, Instrumente, Leitlinien und Schulungen werden geboten. Die regionalen und lokalen Einheiten sind für die Lokalisierung und Umsetzung verantwortlich. Das globale FSQM wird vom Food Safety & Quality Director geleitet. Dieser berichtet an den Vice President of GRC, der wiederum an den General Counsel berichtet, und letzterer schließlich an den Finanzvorstand (CFO). Der FSQM Director hält das Risk & Compliance Committee über Themen, die die Lebensmittelsicherheit betreffen, auf dem Laufenden. In mehreren regionalen und lokalen Einheiten wurde eine Funktion für Lebensmittelsicherheit und -qualität in die lokale oder regionale operative Struktur integriert, die die Lokalisierung, die Umsetzung und Überwachung der Lebensmittelsicherheit und die Qualität auf lokaler und regionaler Ebene koordiniert.

Unser globales Rahmenwerk für Lebensmittelsicherheit umfasst unter anderem unsere internen Richtlinien für Lebensmittelsicherheit. Unser Rahmenwerk für die Lebensmittelsicherheit und unsere entsprechenden Richtlinien basieren auf internationalen Standards für die Lebensmittelsicherheit (z. B. technische Anforderungen der GFSI, ISO 22000, Codex Alimentarius) und sind in drei Schlüsselemente gegliedert: Managementsysteme für die Lebensmittelsicherheit, gute Industriepraktiken und Risikomanagement für die Lebensmittelsicherheit. Wir überprüfen derzeit unsere Strategie und unser Rahmenwerk für die Lebensmittelsicherheit und werden unsere Bemühungen im Jahr 2023 fortsetzen.

Unseren Verhaltenskodex für Lieferanten (Supplier Code of Conduct) schreibt vor, dass Lebensmittel und Verpackungsmaterialien mit Lebensmittelkontakt von einem zertifizierten Lieferanten gemäß den von der Global Food Safety Initiative (GFSI) oder anderen Programmen zur Lebensmittelsicherheit festgelegten Standards hergestellt, bezogen, gelagert und vertrieben werden müssen. Zusätzlich müssen alle Geräte und Maschinen mit Lebensmittelkontakt die gesetzlichen Anforderungen an Hygiene und Sicherheit erfüllen und mit den entsprechenden Gütesiegeln versehen sein (z. B. die CE-Kennzeichnung in der EU). Die bestehenden Richtlinien, Bestimmungen aus dem Verhaltenskodex, Maßnahmen und Kontrollen werden regelmäßig durch uns überprüft.

2022 wurden in zehn Einheiten in Zusammenarbeit mit den lokalen und regionalen Teams mehrere Lebensmittelsicherheitsbewertungen durchgeführt. Für die Überwachung erforderlicher Abhilfemaßnahmen sind die jeweiligen lokalen Teams zuständig. Die entsprechenden Berichte mit wichtigen Ergebnissen und Maßnahmenplänen werden dem oberen Management der lokalen und regionalen Einheiten und dem Vorstand von Delivery Hero mitgeteilt. Im Laufe des Jahres 2021 haben wir ein globales Inspektionsprogramm

für unsere Lebensmittelgeschäfte in der LatAm-Region in Zusammenarbeit mit ausgewählten externen Inspektionsstellen für Lebensmittelsicherheit eingeführt. Dieses haben wir im Laufe des Jahres 2022 auf andere Einheiten in APAC und MENA ausgeweitet. Darüber hinaus haben wir auf unseren europäischen Märkten in Zusammenarbeit mit externen Datenbank- und Serviceanbietern des Global Data Synchronization Network (GDSN) eine digitale Lösung für die Lebensmittelkennzeichnung eingeführt, die auf GS1-Standards basiert. Damit stellen wir sicher, dass unsere Kunden online auf genaue Produktinformationen zugreifen können.

EU-Taxonomie Angaben

Delivery Hero ist verpflichtet, die Regelungen der EU-Taxonomie nach § 289 Abs. 1 HGB anzuwenden. Für das Berichtsjahr 2022 verlangt die EU-Taxonomie-Verordnung die Offenlegung des Anteils der taxonomiefähigen und nicht taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten sowie des Anteils der taxonomiekonformen und nicht taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten an den Umsatzerlösen, Investitionsausgaben und Betriebsausgaben für zwei von sechs veröffentlichten Umweltzielen (Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel). Darüber hinaus war die Bewertung der Konformität zum ersten Mal für das Finanzjahr 2022 erforderlich.

Wenn die Geschäftstätigkeiten von Delivery Hero den Wirtschaftstätigkeiten von Anhang I oder Anhang II der delegierten Rechtsakte zugeordnet werden können, gelten sie als taxonomiefähig. Erfüllen die als taxonomiefähig eingestufteten Tätigkeiten die in Anhang I oder Anhang II genannten Kriterien für die Konformität, gelten sie als taxonomiekonform.

Auf der Grundlage einer vollständigen Analyse der Wirtschaftstätigkeiten in Anhang I und Anhang II wurden die potenziell taxonomiekonformen Einnahmen/Investitionsausgaben (CapEx)/Betriebsausgaben (OpEx) ermittelt. Die sich daraus ergebenden Beträge wurden dann mit den jeweiligen Gesamtbeträgen von Delivery Hero für das Finanzjahr 2022 verrechnet. Gemäß § 315e Abs. 1 HGB wurde der Konzernabschluss von Delivery Hero zum 31. Dezember 2022 in Übereinstimmung mit den IFRS erstellt. Die für die Berechnung der Umsatz-, CapEx- und OpEx-Kennzahlen verwendeten Beträge basieren demnach auf den im Konzernabschluss ausgewiesenen Zahlen.

Alle in Frage kommenden Tätigkeiten wurden daraufhin geprüft, ob sie die in der Verordnung festgelegten Konformitätskriterien erfüllen. Während wir Prozesse und Rahmenbedingungen für die Durchführung der Bewertung geschaffen haben, mangelt es aufgrund unseres dezentralen Geschäftsansatzes an Granularität von Daten. Wir werden uns bemühen, die Daten genauer zu erfassen und die Auslegungen der Verordnung zu überprüfen, um die Konformität in den kommenden Jahren eingehender bewerten zu können. Wir hoffen auch, unsere Analyse weiter zu vertiefen, sobald es mehr Präzedenzfälle und Sicherheit in Bezug auf die Verordnung und ihre Auslegung gibt. Wir haben die Einhaltung der Kriterien für die Aktivitäten 6.4 und 6.5 durch Analyse der verfügbaren Daten über die für die Zustellung verwendeten Fahrzeuge bewertet. Die Kriterien für die Tätigkeiten 7.7 und 8.1 wurden anhand von Umfragen bewertet. Eine Doppelerfassung von Daten wurde durch eine Zuordnung aller taxonomiefähigen Aktivitäten zu den entsprechenden Konten und Ausgaben sowie zu den internen Kontrollverfahren in Bezug auf unser Buchhaltungssystem vermieden. Auf der Grundlage der von uns durchgeführten Bewertung konnten wir feststellen, dass keine unserer taxonomiefähigen Tätigkeiten die entsprechenden Kriterien für einen wesentlichen Beitrag erfüllt. Dementsprechend haben wir für keine der taxonomiefähigen Aktivitäten eine Bewertung der DNSH-Kriterien (Do-No-Significant-Harm,

Keine erhebliche Beeinträchtigung) oder der Mindestsicherung sozialer Kriterien durchgeführt. Daher haben wir keine Aktivität als taxonomiekonform identifiziert und weisen für das Geschäftsjahr 2022 0% unseres Umsatzes, unserer CapEx und OpEx als taxonomiekonform aus.

Der ergänzende delegierte Rechtsakt 2022/1214 vom 9. März 2022 in Bezug auf Kernenergie und Gas ist auf Delivery Hero nicht anwendbar.

Umsatz-KPI

Der Gesamtumsatz nach IAS 1, Paragraph 82(a) für das Geschäftsjahr 2022 bildet den Nenner und ist der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zu entnehmen (siehe **Seite 125**). Die in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Umsatzerlöse werden über alle Konzerngesellschaften hinweg daraufhin analysiert, ob sie aus taxonomiefähigen Tätigkeiten gemäß Anhang I oder II der Delegierten Verordnung (EU) 2020/852 stammen. Anhand einer detaillierten Analyse der in den Umsatzerlösen enthaltenen Posten werden die jeweiligen Umsatzerlöse den taxonomiefähigen wirtschaftlichen Tätigkeiten zugeordnet. Die Summe der Umsatzerlöse der taxonomiefähigen Wirtschaftszweige für das Finanzjahr 2022 bildet den Zähler.

Als Ergebnis der Analyse wurden die Umsätze von Delivery Hero aus Lieferdiensten durch die Wirtschaftsaktivitäten 6.4 „Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik“ (Anhang I) und 6.5 „Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“ (Anhang I) als taxonomiefähig eingestuft. Daraus ergibt sich ein taxonomiefähiger Anteil an den Gesamteinnahmen von 26% für Delivery Hero⁹. Dies ist eine Erhöhung von 2% gegenüber dem Vorjahr (24% im Jahr 2021) und ist auf einen Anstieg der Einnahmen im Zusammenhang mit unseren Lieferdiensten zurückzuführen.

⁹ Die Aufteilung der relevanten Summe der Wirtschaftsaktivitäten 6.4 und 6.5 wurde anhand einer Aufschlüsselung der gefahrenen Kilometer pro Lieferfahrzeugtyp ermittelt.

EU TAXONOMIE

Umsatz

Wirtschaftsaktivitäten	Code(s)	Absoluter Umsatz (in € Mio.)	Umsatzanteil	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH – Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)						Taxonomie-konformer Umsatz-anteil, Jahr 2022	Taxonomie-konformer Umsatz-anteil, Jahr 2021	Kategorie (transitions- oder ermöglichende Aktivitäten)
				Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme			
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																		
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																		
Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik	N77.11, N77.21	-	-															
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	H49.32, H49.39, N77.11	-	-															
Umsatz mit ökologisch nachhaltigen Aktivitäten (taxonomiekonform) (A.1)	-	-	-															
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht taxonomiekonforme Aktivitäten																		
Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik	N77.11, N77.21	1,6	2,0%															
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	H49.32, H49.39, N77.11	20,3	24,0%															
Turnover taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Aktivitäten) (A.2)	-	2.201,5	26,0%													0%	0%	-
Summe (A.1 + A.2)	-	2.201,5	26,0%													0%	0%	-
B. Nicht-taxonomiefähige Tätigkeiten																		
Turnover nicht-taxonomiefähige Tätigkeiten (B)	-	6.375,8	74,0%															
Summe (A+B)	-	8.577,3	100,0%															

CapEx KPI

Für Delivery Hero gibt die CapEx-Quote den Anteil der Investitionsausgaben an, der entweder mit einer taxonomiefähigen wirtschaftlichen Tätigkeit verbunden ist oder sich auf den Erwerb von Produkten und Dienstleistungen von einer taxonomiefähigen wirtschaftlichen Tätigkeit bezieht.

Der Nenner der CapEx-Kennzahl von Delivery Hero umfasst die Zugänge zu Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten aus Leasingverträgen im Geschäftsjahr 2022. Diese Zugänge werden vor Abschreibungen, Amortisationen und Neubewertungen, einschließlich solcher, die sich aus Neubewertungen und Wertminderungen ergeben, für das betreffende Geschäftsjahr und ohne Änderungen des beizulegenden Zeitwerts berücksichtigt. Ebenfalls berücksichtigt

werden Zugänge zu Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten, die sich aus Unternehmenszusammenschlüssen ergeben. Der erworbene Geschäfts- oder Firmenwert ist nicht enthalten (siehe Anlagenspiegel Langfristige Vermögenswerte, **Seite 124**). Delivery Hero hatte im Berichtsjahr keinen CapEx-Plan im Zusammenhang mit den EU-Taxonomie-Aktivitäten, aber wir beabsichtigen, dies zu prüfen, während wir uns bemühen, die Anforderungen der Verordnung in unsere Geschäftsabläufe zu integrieren.

Die Summe der signifikanten Zugänge, die taxonomiefähige Investitionsausgaben widerspiegeln, bildet den Zähler der CapEx-Quote. Als Ergebnis der Analyse identifizierte Delivery Hero taxonomiefähige Zugänge zu seiner Fahrzeugflotte durch die Wirtschaftszweige 6.4 „Betrieb von Vorrichtungen zur

persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik“ (Anhang I) und 6.5 „Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“ (Anhang I). Außerhalb des Kerngeschäfts stufte Delivery Hero darüber hinaus Sachinvestitionen in Gebäude über die Wirtschaftstätigkeit 7.7 „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“ (Anhang I) und 8.1 „Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten“ (Anhang I) als taxonomiefähig ein. Daraus ergibt sich für Delivery Hero ein taxonomiefähiger Anteil an CapEx von 29% (19% im Jahr 2021). Der Anstieg der CapEx-Quote ist in erster Linie auf einen Rückgang der Gesamtausgaben im Zusammenhang mit Sachanlagen sowie erworbenen oder selbst entwickelten immateriellen Vermögenswerten im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen, was insgesamt zu einem Rückgang des Nenners der CapEx-Quote führt.

EU TAXONOMIE

CAPEX

Wirtschaftsaktivitäten	Code(s)	Absoluter CapEx (in € Mio.)	Anteil CapEx	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					DNSH – Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)							Taxonomie-konformer CapEx-Anteil, Jahr 2022	Taxonomie-konformer CapEx-Anteil, Jahr 2021	Kategorie (transitions- oder ermöglichende Aktivitäten)
				Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme			
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																		
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																		
Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik	N77.11, N77.21	-	-															
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	H49.32, H49.39, N77.11	-	-															
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	L68	-	-															
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	J63.11	-	-															
CapEx ökologisch nachhaltige Aktivitäten (taxonomiekonform) (A.1)	-	-	-															

EU TAXONOMIE

CAPEX (Fortsetzung)

Wirtschaftsaktivitäten	Code(s)	Absoluter CapEx (in € Mio.)	Anteil CapEx	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH – Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)						Taxonomie-konformer CapEx-Anteil, Jahr 2022	Taxonomie-konformer CapEx-Anteil, Jahr 2021	Kategorie (transitions- oder ermöglichende Aktivitäten)	
				Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme				Mindestschutz
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht taxonomie-konforme Aktivitäten																			
Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik	N77.11, N77.21	0,0	0,0%																
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	H49.32, H49.39, N77.11	21,9	2,6%																
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	L68	223,5	26,0%																
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	J63.11	3,4	0,4%																
CapEx taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Aktivitäten) (A.2)	–	248,8	29,0%														0%	0%	–
Summe (A.1 + A.2)	–	248,8	29,0%														0%	0%	–
B. Nicht-taxonomiefähige Tätigkeiten																			
CapEx nicht-taxonomiefähige Tätigkeiten (B)	–	609,7	71,0%																
Summe (A+B)	–	858,5	100,0%																

OpEx KPI

Für Delivery Hero gibt die OpEx-Quote den Anteil der Betriebsausgaben an, der entweder mit einer taxonomiefähigen wirtschaftlichen Tätigkeit verbunden ist oder sich auf den Erwerb von Produkten und Dienstleistungen von einer taxonomiefähigen wirtschaftlichen Tätigkeit bezieht.

Der Nenner der OpEx-Kennzahl von Delivery Hero umfasst betriebliche Aufwendungen/direkte nicht aktivierte Kosten, die sich auf Forschung und Entwicklung, Gebäudesanierungsmaßnahmen, kurzfristige Mietverträge, Wartung und Instandhaltung sowie alle anderen direkten Ausgaben im Zusammenhang mit der laufenden Instandhaltung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens während des Geschäftsjahres 2022 beziehen (siehe Konzernabschluss, Seite 122).

Die Summe der wesentlichen direkten, nicht aktivierten Kosten, die einen taxonomiefähigen Investitionsaufwand darstellen, bildet den Zähler der OpEx-Quote. Als Ergebnis der Analyse identifizierte Delivery Hero taxonomiefähige Ausgaben im Zusammenhang mit seiner Fahrzeugflotte durch die Wirtschaftszweige 6.4 „Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik“ (Anhang I) und 6.5 „Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“ (Anhang I). Außerhalb des Kerngeschäfts stufte Delivery Hero darüber hinaus materielle Betriebsausgaben für Gebäude über die Wirtschaftszweige 7.7 „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“ (Anhang I) und für Datenserver über den Wirtschaftszweig 8.1

„Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten“ (Anhang I) als taxonomiefähig ein. Bei Delivery Hero umfassen diese im Zähler der Kennzahl enthaltenen Ausgaben Reparatur- und Wartungskosten sowie Ausgaben für kurzfristige Mietverträge. Andere Ausgaben im Zusammenhang mit der täglichen Wartung wurden nicht berücksichtigt. Daraus ergibt sich ein taxonomiefähiger OpEx-Anteil von 7% für Delivery Hero (0% im Jahr 2021). Der Anstieg der OpEx-Quote für 2022 ist auf die mangelnde Granularität der Daten im vorangegangenen Berichtsjahr und die Verfügbarkeit weiterer Details im Jahr 2022 zurückzuführen. In künftigen Berichtsjahren wollen wir in der Lage sein, die Unterschiede in der Opex-Quote von Jahr zu Jahr genauer zu erläutern.

EU TAXONOMIE

OPEX

Wirtschaftsaktivitäten	Code(s)	Absoluter OpEx (in € Mio.)	Anteil OpEx	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH – Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)								
				Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Mindestschutz	Taxonomie-konformer OpEx-Anteil, Jahr 2022	Taxonomie-konformer OpEx-Anteil, Jahr 2021
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																		
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																		
Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik	N77.11, N77.21	-	-															
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	H49.32, H49.39, N77.11	-	-															
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	L68	-	-															
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	J63.11	-	-															
OpEx ökologisch nachhaltige Aktivitäten (taxonomiekonform) (A.1)	-	-	-															

EU TAXONOMIE

OPEX (Fortsetzung)

Wirtschaftsaktivitäten	Code(s)	Absoluter OpEx (in € Mio.)	Anteil OpEx	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH – Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)						Taxonomie-konformer OpEx-Anteil, Jahr 2022	Taxonomie-konformer OpEx-Anteil, Jahr 2021	Kategorie (transitions- oder ermöglichende Aktivitäten)	
				Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme				Mindestschutz
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht taxonomie-konforme Aktivitäten																			
Betrieb von Vorrichtungen zur persönlichen Mobilität, Radverkehrslogistik	N77.11, N77.21	0,1	0,0%																
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	H49.32, H49.39, N77.11	2,1	0,5%																
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	L68	28,3	6,3%																
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	J63.11	1,6	0,4%																
OpEx taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Aktivitäten) (A.2)	–	32,1	7,2%														0%	0%	–
Summe (A.1 + A.2)	–	32,1	7,2%														0%	0%	–
B. Nicht-taxonomiefähige Tätigkeiten																			
OpEx nicht-taxonomiefähige Tätigkeiten (B)	–	417,1	92,8%																
Summe (A+B)	–	449,2	100,0%																

Berichtsprofil

Dieser Bericht ist zugleich der für Delivery Hero SE und die Delivery-Hero-Gruppe zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2022 im Sinne der §§ 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 und andere Lieferdienste in mehr als 70 Ländern in Asien, Europa, Lateinamerika, Afrika und im Nahen Osten an. Weitere Informationen zum Geschäftsmodell von Delivery Hero finden sich im zusammengefassten Lagebericht 2022 auf **Seite 78**.

Dieser nichtfinanzielle Konzernbericht wurde in Anlehnung an SASB, TCFD und die von der Global Reporting Initiative herausgegebenen GRI Sustainability Reporting Standards erstellt. 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. Die Bewertung der nichtfinanziellen Risiken basiert auf dem „Enterprise Risk Management“-Rahmenwerk (ERM) von Delivery Hero und folgt den Anforderungen des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) 2018. Weitere Informationen zum Risikomanagement und identifizierten nichtfinanziellen Risiken bei Delivery Hero finden sich im Risiko- und Chancenbericht 2022 auf **Seite 99**.