

Unternehmenspräsentation

- Stand 03/2018 -



SLEEPZ in Kürze



Mission Statement



- **WIR SIND ...**
eine auf den Bereich Schlafwelten fokussierte eCommerce Unternehmensgruppe.
- **WIR POSITIONIEREN UNS ...**
als Union für Schlaf- und Wohnkultur.
- **WIR GEHÖREN ...**
innerhalb Deutschlands zu den größten unabhängigen Onlinehändlern in unserem Segment, und
- **WIR WOLLEN ...**
diese Stellung am Markt weiter ausbauen.



Geschäftsmodell

Produkte

- breite Auswahl an Matratzen, (Boxspring-)Betten, Lattenrosten, Bettwaren, Bettwäsche, Schlafraummöbel

Kunden

- schwerpunktmäßig B2C
- zunehmend B2B

Vertrieb

- Multichannel-Ansatz: eigene Webshops, Marktplätze, Shoppingclubs & B2B, Showrooms

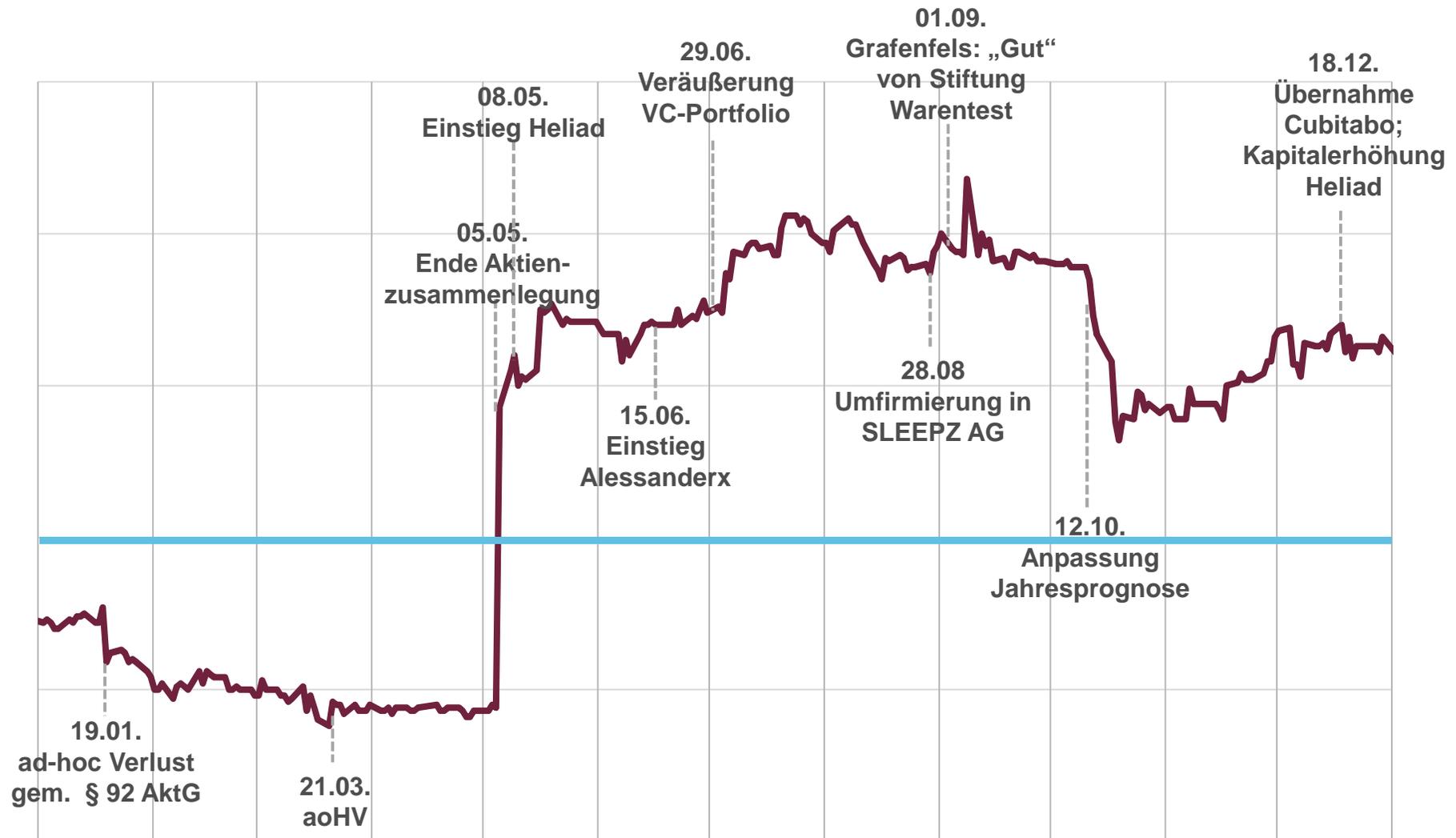
Top-Service-Level

- hohe Warenverfügbarkeit/schnelles Fulfillment (“Amazon-Prime”)
- professionelle Beratung/Serviceorientierung

Geschäftsverlauf 2017

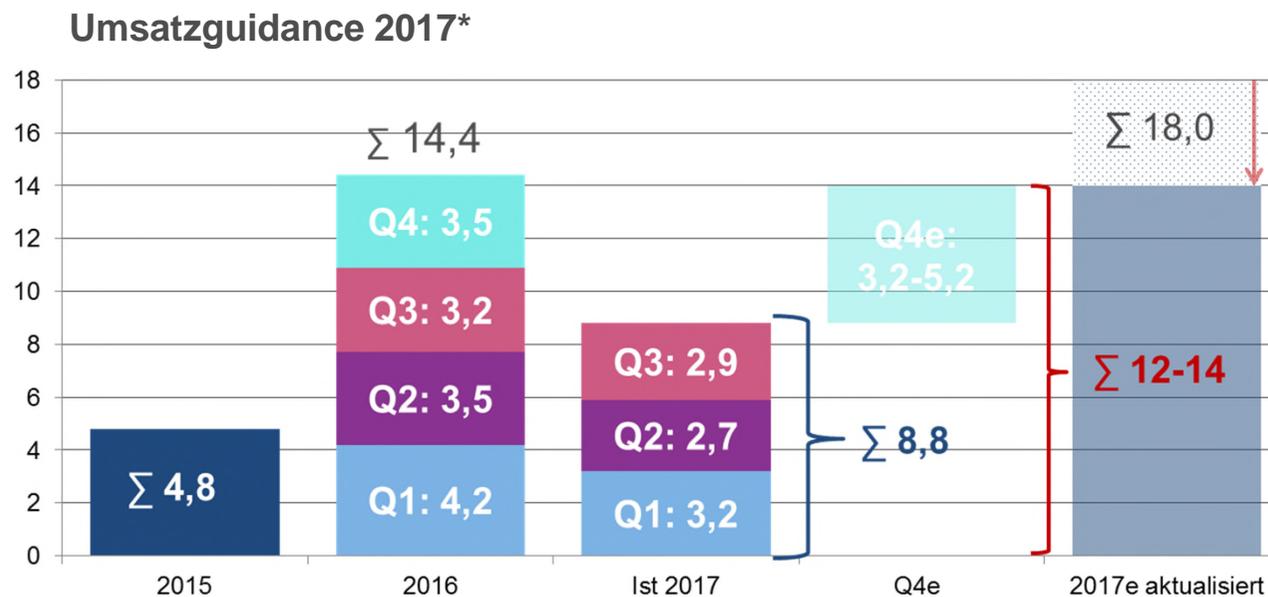


Wesentliche Ereignisse 2017



weitere hemmende Faktoren

- knappe eigene Ressourcen und Liquidität
- deutlich zunehmender Wettbewerbsdruck im Matratzensegment
- Lieferengpässe bei Matratzen aufgrund des „BASF-Skandals“
- deutliche Verzögerungen bei den Großprojekten „Grafenfels“ und „Matratzenheld“

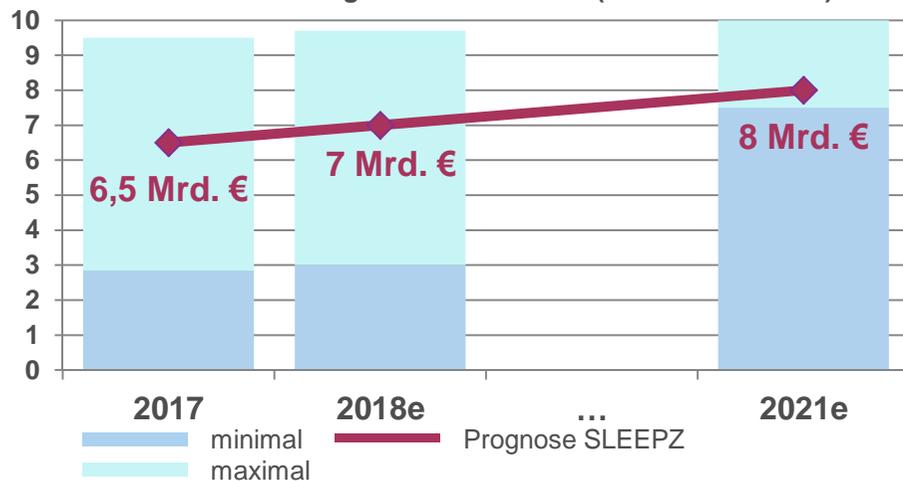


Markt & Wettbewerb

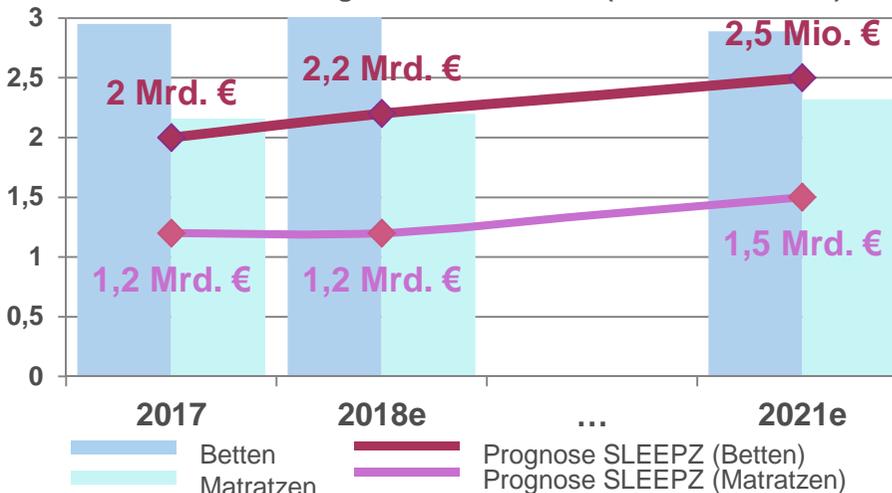


Markt

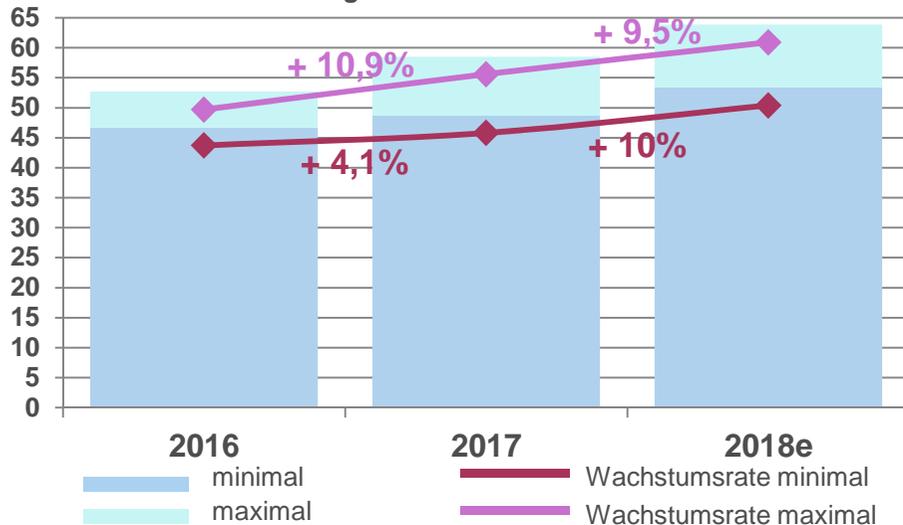
Mrd. € Umsatzentwicklung Schlafraummöbel (online + stationär)*



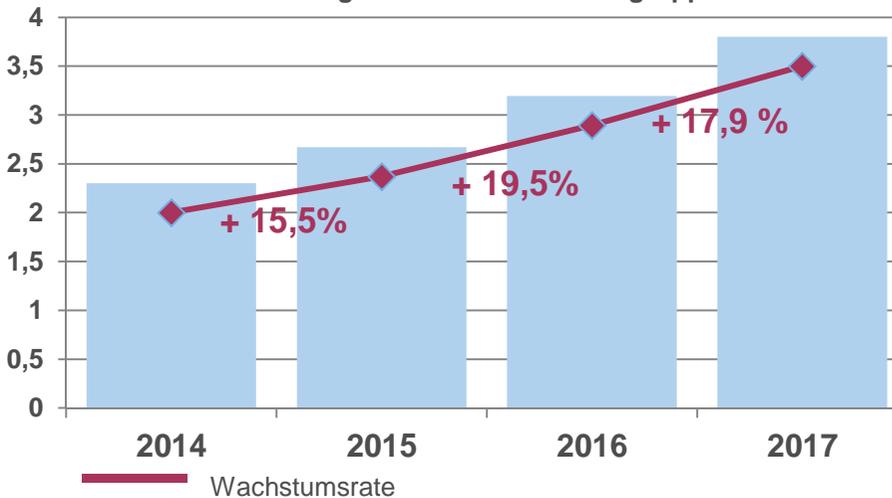
Mrd. € Umsatzentwicklung Betten + Matratzen (online + stationär)**



Mrd. € Umsatzentwicklung Online-Einzelhandel Gesamt***



Mrd. € Umsatzentwicklung Online-Handel Warengruppe Möbel****



* minimal: KPMG 2018; maximal: Statista 2017
*** minimal: HDE 2018; maximal: BEVH 2018

** Statista 2017
**** BEVH 2018; inkl. Lampen und Deko

Marktherausforderungen und Anforderungen an die Händler

Herausforderung

stagnierender Schlafräummöbelmarkt mit hohem Wachstumspotenzial für den Online-Bereich

Kannibalisierungseffekte

Marktstörungsrisiken durch Margendruck und Lieferengpässe

langer Planungshorizont und zunehmende „Multi-Channel-Informationssuche“

beträchtlicher Qualitäts- und Serviceanspruch

hohe Produktlebensdauer

Anforderung

▶ hohe Marktkompetenz und ausgeprägtes Technikverständnis

▶ Weiterentwicklung von Multi-Channel-Ansätzen zum Omni-Channel-Vertrieb

▶ Einsatz eines breiten Sortiments und von Eigenmarken als Steuerungsmechanismen

▶ professionelles Customer Experience Management und Multi- bzw. Omni-Channel-Vertrieb

▶ Top-Level bei Sortiment, Beratung und Fulfillment

▶ Steigerung der Kundenbindung durch herausragendes Online-Marketing

herausforderndes Wettbewerbsumfeld

Online-Umsatz 2016 in D*

Stationäre Handelsketten mit Online-Ambitionen

- Generalisten, z.B.
- Möbler, z.B.
- Möbler mit Schwerpunkt Schlaf z.B.



8.122,0 Mio. €



232,6 Mio. €



27,6 Mio. €



7,6 Mio. €

Onlinekonzepte in starken Gruppen z.B.



19,5 Mio. €



8,7 Mio. €



8,1 Mio. €

One-Fits-all Matratzenkonzepte (u.ä.) z.B.



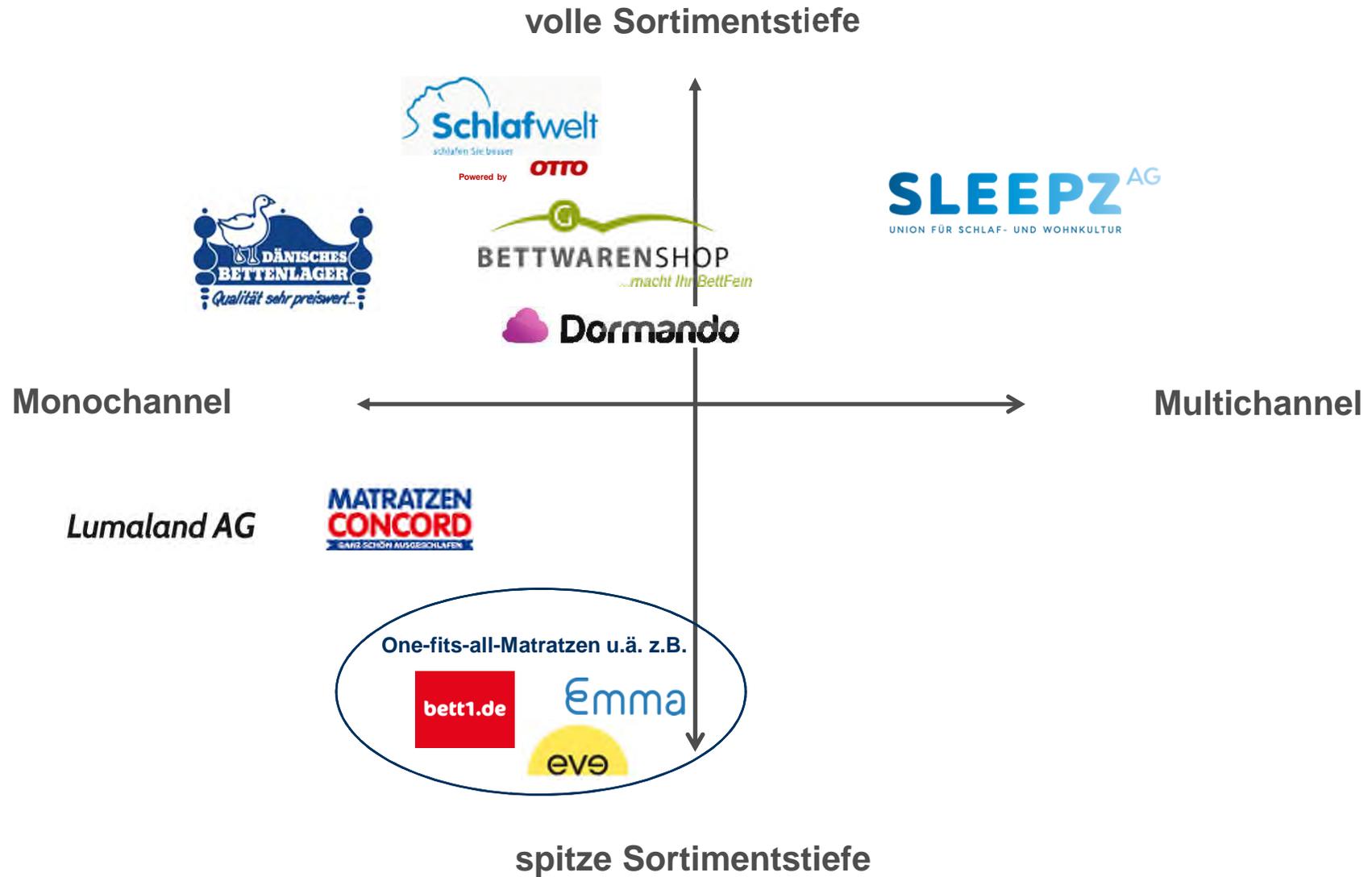
43,6 Mio. €



14,0 Mio. €

* ETH Retail Institut 2017; Umsätze nur aus B2C-Online-Shops, exkl. Umsätze über Marktplätze, Shopping Clubs und Dealplattformen

Zielpositionierung



next steps



Kompetenzprofil der SLEEPZ-Unternehmen

			
Herstellerzugang	++	++	O
Sortimentsbreite	O	++	+
Online-Marketing-Kompetenz	+	+	++
eigene Lager/Logistik	++	+	O
stationäre Präsenz	+	++	(+)*
Entwicklung von Eigenmarken	(+)**	++	+
B2B-Projekte	O	+	O
Kostenstruktur	+	-	-
KPI-Reporting und Controlling	+	-	++

* Shop-in-Shop-Konzept vorrangig für die Eigenmarke „Buddy“

** im Bereich Boxspringbetten

next steps



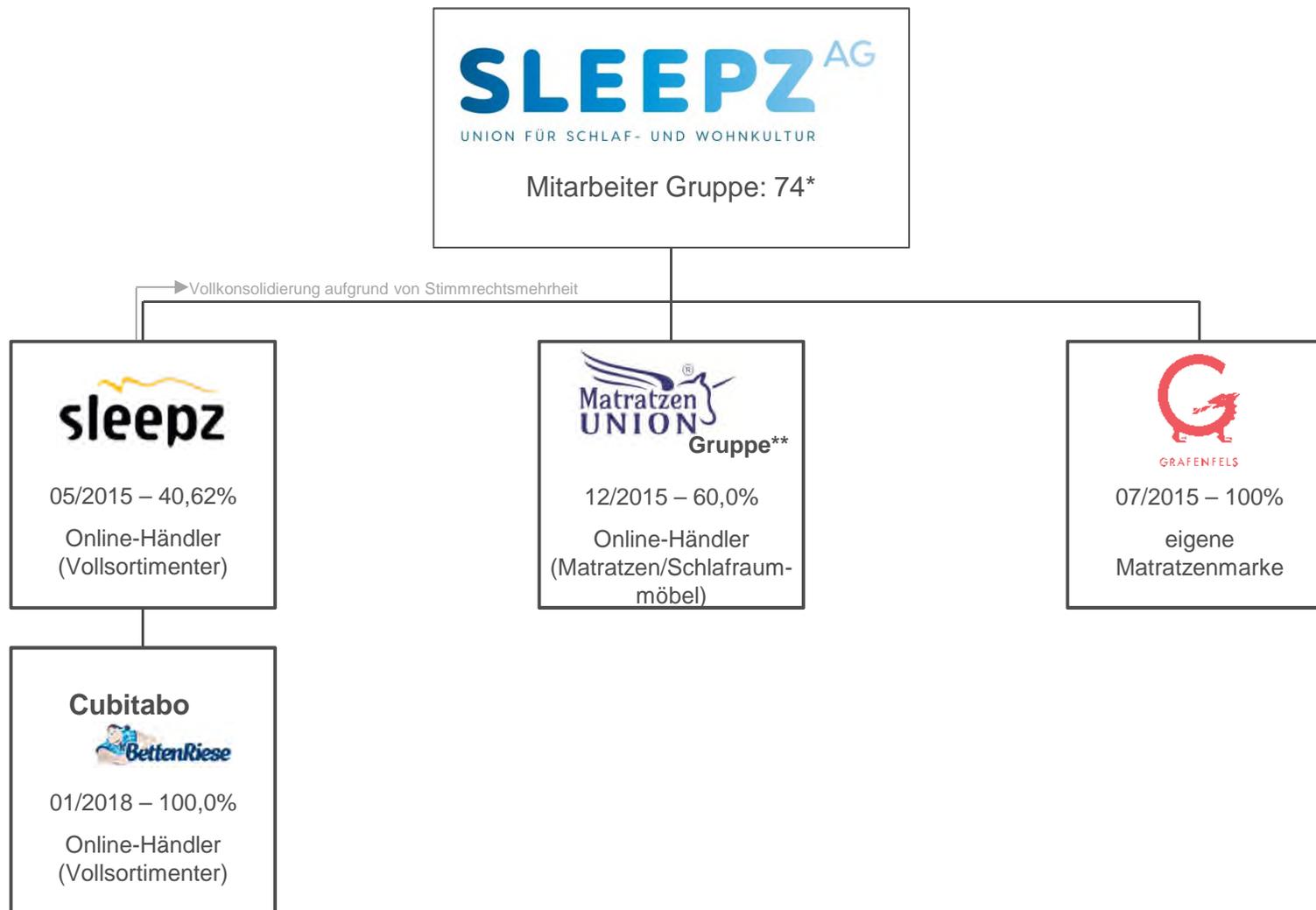
Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!



Anhang



SLEEPZ-Gruppe



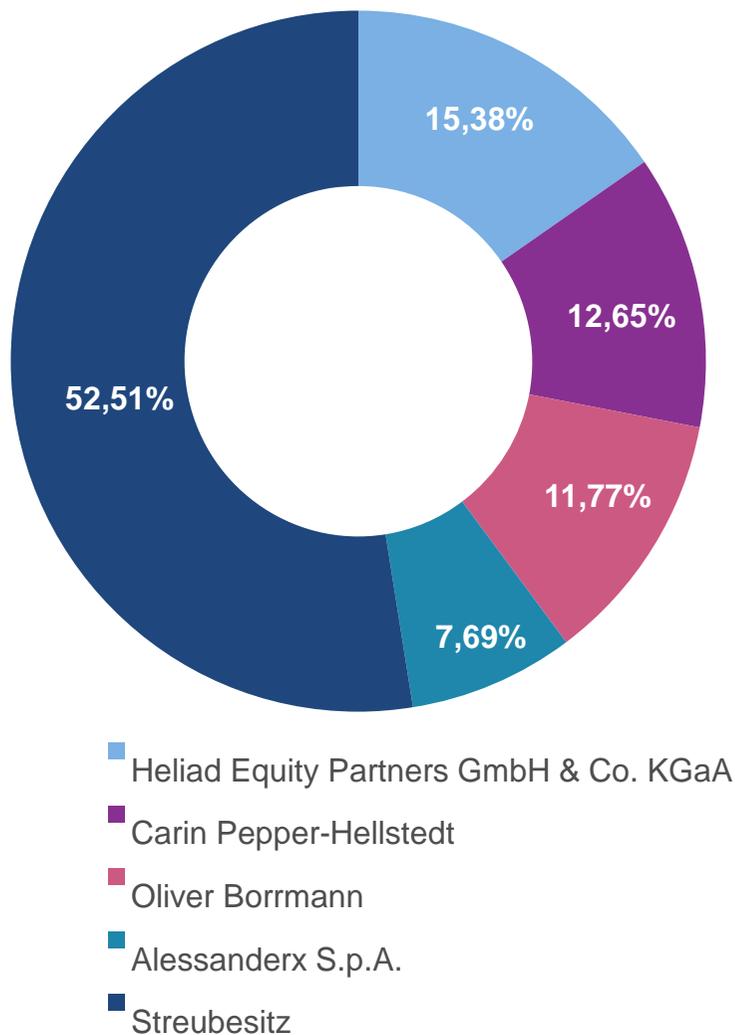
* Arbeitnehmer per 31.12.2017 inkl. Cubitabo

** zur Matratzen Union Gruppe gehören neben der gleichnamigen GmbH auch die Markenschlaf GmbH, Ecom Union GmbH und Denkvertrieb GmbH

unsere Onlineshops

„Vollsortiment“ Schlaf“	 perfekt schlafen <small>EINE MARKE VON SLEEPZ</small>	 Matratzen DISCOUNT	 for LIVING	 st <small>schöne-träume.de</small>	 BettenRiese	 onletto® <small>Online Outlet</small>
Matratzen/ Boxspringbetten	 Matratzen UNION	 SchlafHandel	 MARKENSCHLAF®	 Schlafnett		
Produktseiten	 MATRATZENHELD	 buddy	 GRAFENFELS			

Aktie



Stammdaten

- Grundkapital 8.970.391,00 €
- Grundkapital in Stück 8.970.391
- zugelassene Aktien
ISIN DE000A2E3772 7.590.391
- nicht zugelassene Aktien
ISIN DE000A2E4L59 1.380.000

Börse Frankfurt

- Transparenzlevel Prime Standard
- Kürzel BTBB

Börse Warschau

- Transparenzlevel regulierter Markt
- Kürzel SLZ

Coverage

Datum	Researchhaus	Analyst	Empfehlung	Kursziel
19.12.2017	SMC Research	Holger Steffen	„hold“	1,95 €
23.11.2017	Montega	Alexander Braun	„halten“	1,80€
16.10.2017	Montega	Alexander Braun	„halten“	1,80€
18.09.2017	Montega	Alexander Braun	„halten“	2,00 €
18.09.2017	SMC Research	Holger Steffen	„speculative buy“	2,25 €
21.08.2017	Montega	Alexander Braun	„halten“	2,00 €
03.07.2017	SMC Research	Holger Steffen	„speculative buy“	2,35 €
01.06.2017	Montega	Alexander Braun	„kaufen“	2,00 €
09.05.2017	Montega	Alexander Braun	„kaufen“	2,00 €

Finanzterminkalender

27.04.2018	Veröffentlichung Jahresfinanzbericht 2017
14.05.2018	Analystenveranstaltung, Frankfurt
31.05.2018	Veröffentlichung Quartalsmitteilung (Stichtag Q1/2018)
19.06.2018	Ordentliche Hauptversammlung
14.09.2018	Veröffentlichung Halbjahresfinanzbericht 2018
30.11.2018	Veröffentlichung Quartalsmitteilung (Stichtag Q3/2018)

Kontakt



Corinna Riewe
Investor Relations
Tel: +49 30 2030 5567
Mail: cr@sleepz.com

SLEEPZ AG | Schlüterstraße 38 | 10629 Berlin
www.sleepz.com | welcome@sleepz.com

