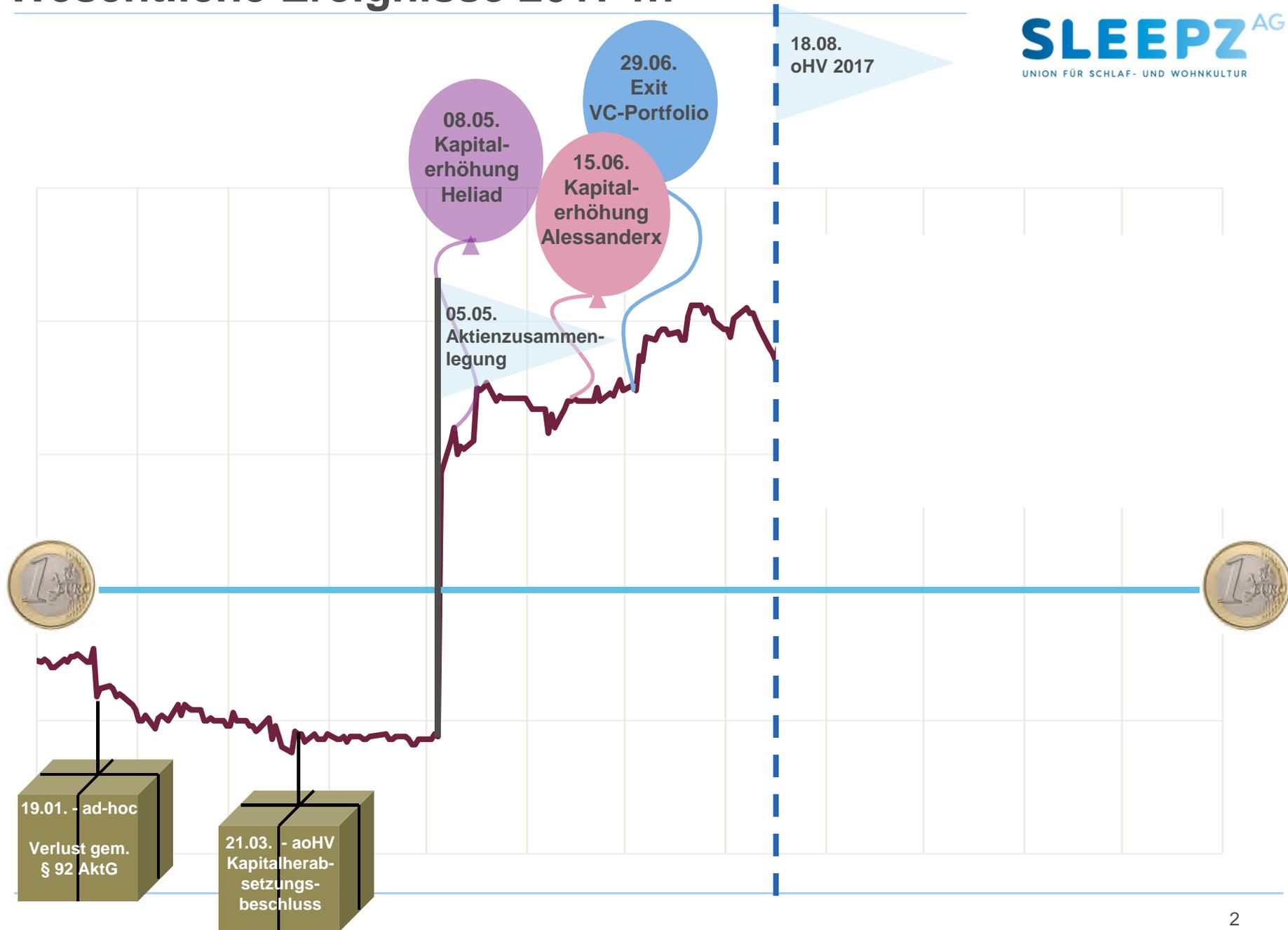


# Willkommen zur ordentlichen Hauptversammlung 2018!



# Wesentliche Ereignisse 2017 ...

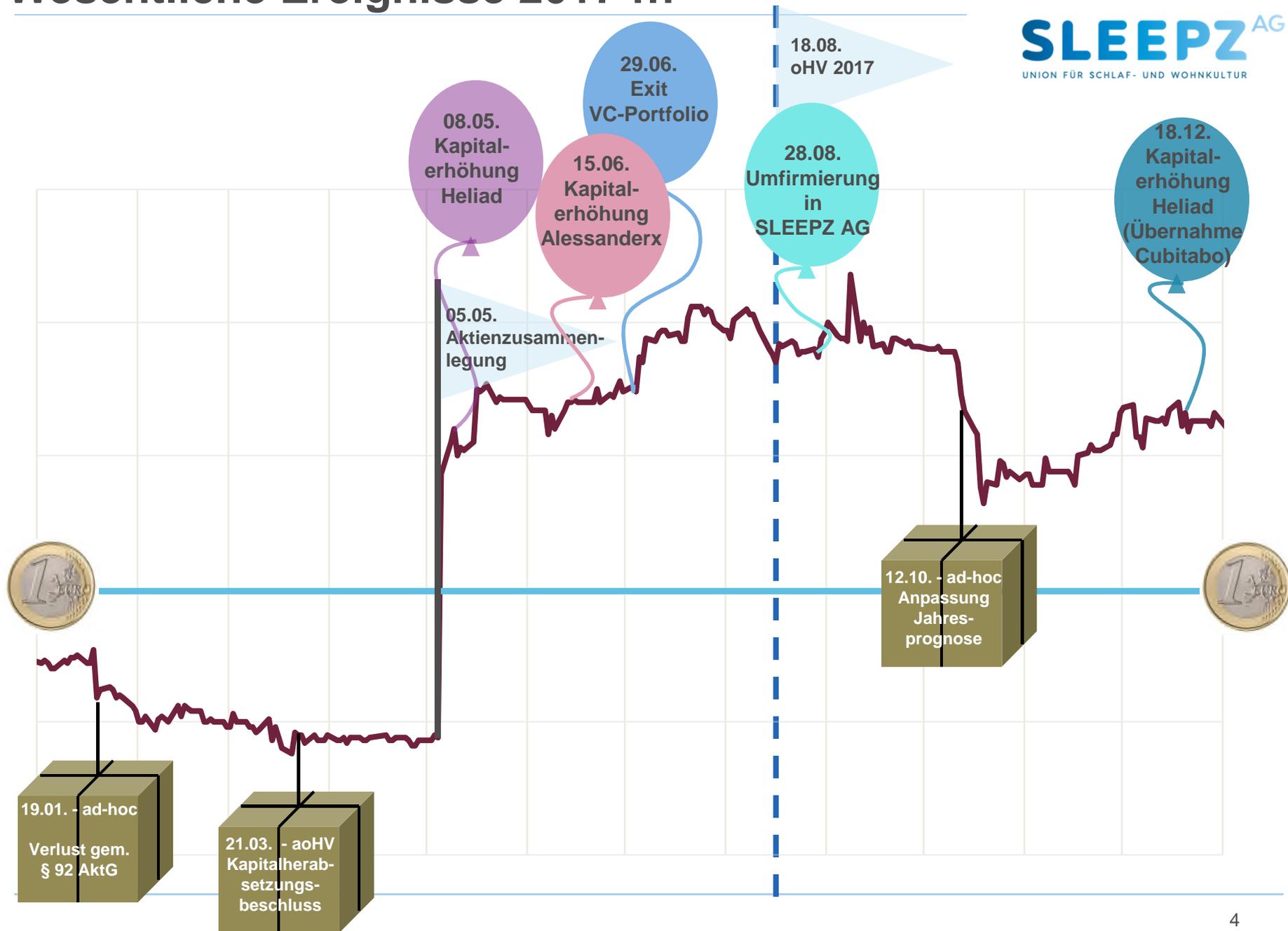


---

## Herausforderungen und Hemmnisse im 2. Halbjahr 2017

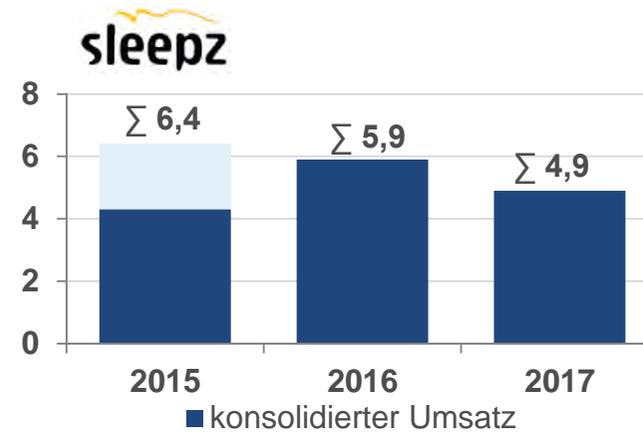
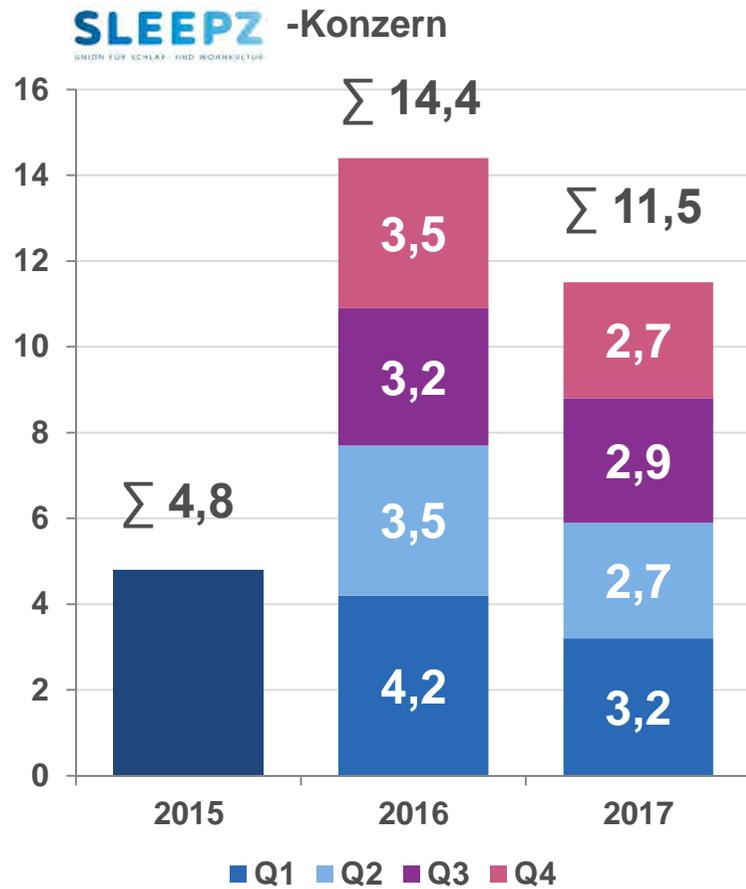
- zunehmender Wettbewerbsdruck besonders im Matratzensegment
- BASF-Thematik führt zu Lieferengpässen bei Matratzen
- deutliche Verzögerungen bei den Eigenmarken-Projekten „Grafenfels“ und „Matratzenheld“
- Effekte aus den strategischen Partnerschaften mit Heliad und Alessanderx nicht in dem erwarteten Tempo umsetzbar
- weiter knappe finanzielle Ausstattung
- limitierte eigene personelle Ressourcen
- Verzögerungen bei der Akquisitionsprojekten

# Wesentliche Ereignisse 2017 ...



# Konzernumsatz 2017 (IFRS)\* ...

... bleibt deutlich hinter den Erwartungen



\*alle Angaben in Mio. €

## Konzern-EBITDA 2017 (IFRS) ...

... beeinflusst von Ergebnissen der Tochtergesellschaften sowie von Aufwendungen für Kapitalerhöhungen und Börsennotiz

### **SLEEPZ** -Konzern UNION FÜR SCHLAF- UND WOHNKULTUR

in Mio. €	2017	2016
Umsatzerlöse	11,5	14,4
Materialaufwand	-7,9	-9,8
Materialaufwandsquote in %	69,1	68,2
Rohertrag	3,5	4,6
Personalaufwand	-2,0	-2,2
sonstige betriebliche Aufwendungen	-5,5	-4,9
EBITDA*	-3,7	-1,8
Ergebnis fortzuführender Bereich	-4,1	-2,5

### Ergebnisse Tochtergesellschaften

in T€	2017	2016
Matratzen Union Gruppe	-43	333
sleepz Home	-2.285	-1.151
Grafenfels	-543	-834

### Aufwendungen für Kapitalerhöhungen und Börsennotiz

in T€	2017	2016
Investor Relations-Aufwendungen und sonstige Werbekosten	309	147
Kosten Kapitalerhöhung	156	0
Fremdarbeiten; Rechts- und andere Beratungskosten	153	73
Hauptversammlung und sonstige Börsenkosten	110	59

\*EBITDA = Ergebnis fortzuführender Bereich exkl. Zinsen, Steuern, und Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte

## Konzernjahresergebnis 2017 (IFRS)\* ...

... durch Verkauf des verbliebenen VC-Minderheitsportfolios deutlich verbessert

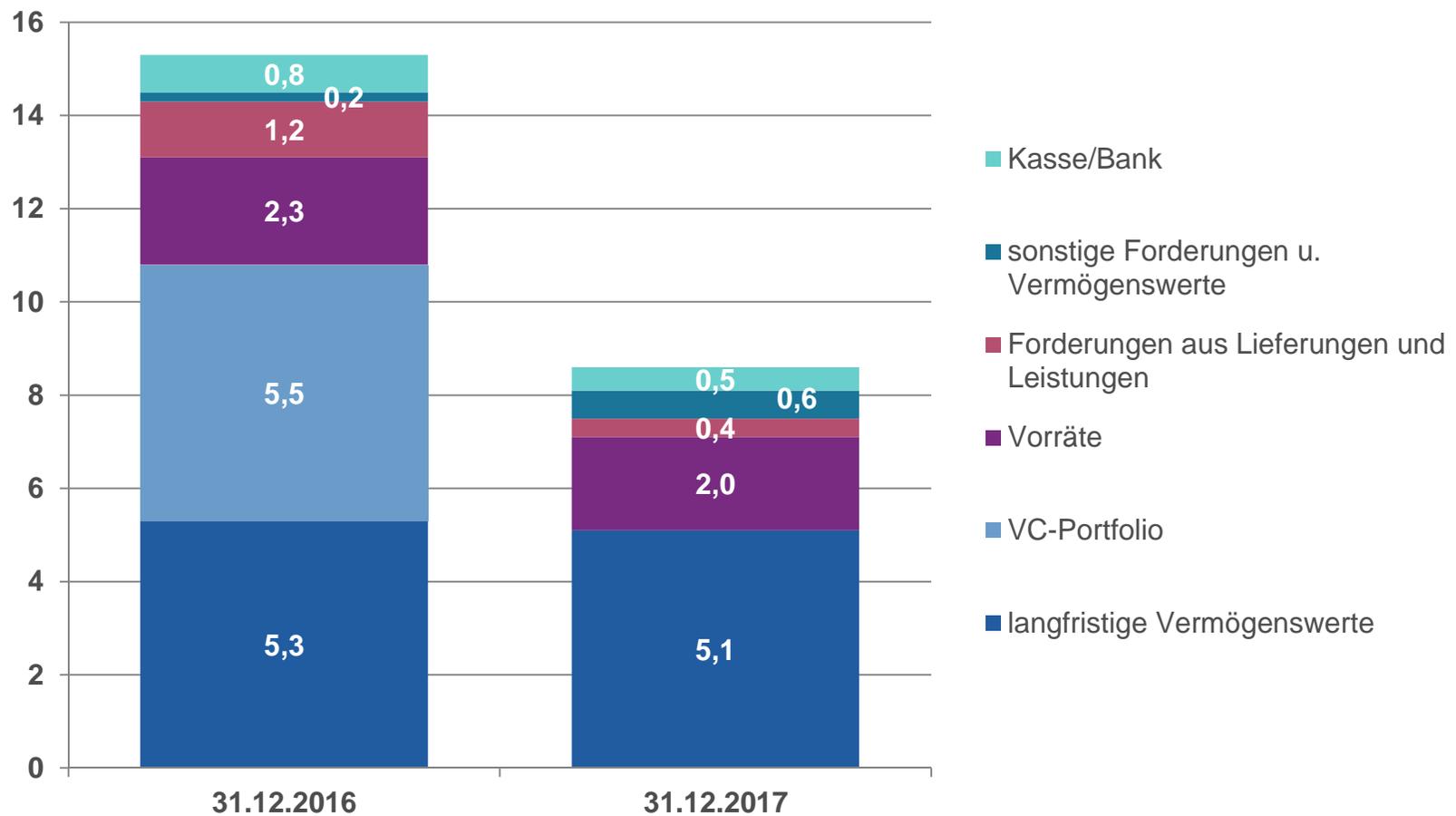
	2017	2016
Ergebnis aus fortzuführenden Bereichen	-4,1	-2,5
Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich	-0,8	-7,3
<b>Konzernjahresergebnis</b>	<b>-4,9</b>	<b>-9,8</b>
davon auf die Aktionäre der Gesellschaft entfallener Periodenbetrag	-4,2	-9,6
<b>EPS in x,00 €</b>	<b>-0,54</b>	<b>-1,38**</b>

\*alle Angaben in Mio. € sofern nicht anders ausgewiesen

\*\* aus Gründen der Vergleichbarkeit für 2016 bezogen auf ein GK nach Aktienzusammenlegung (= 6,9 Mio. €)

# Konzernbilanz (IFRS) - Aktiva

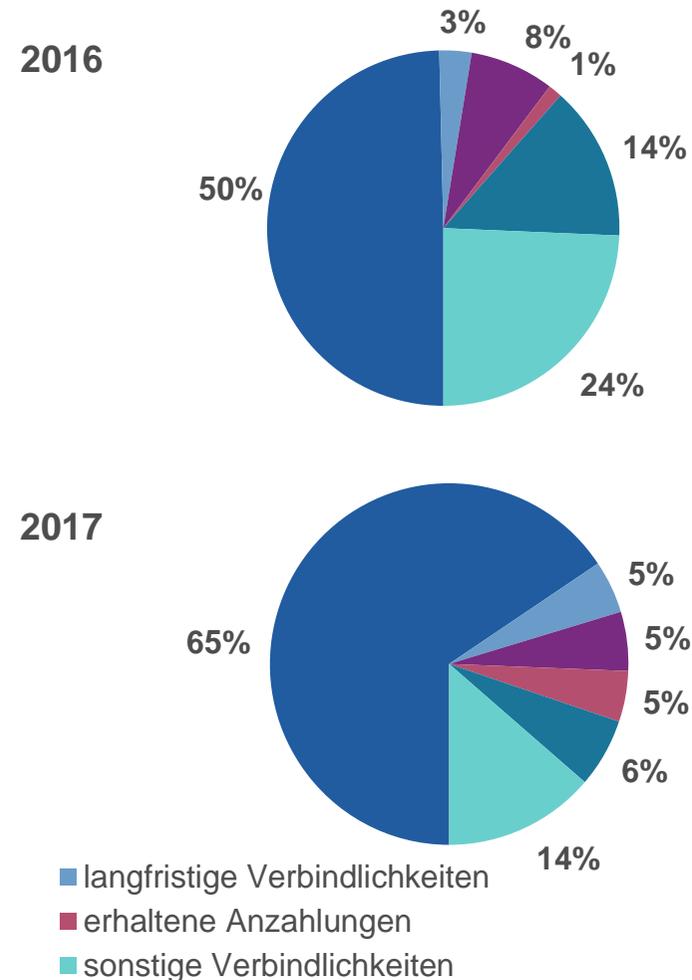
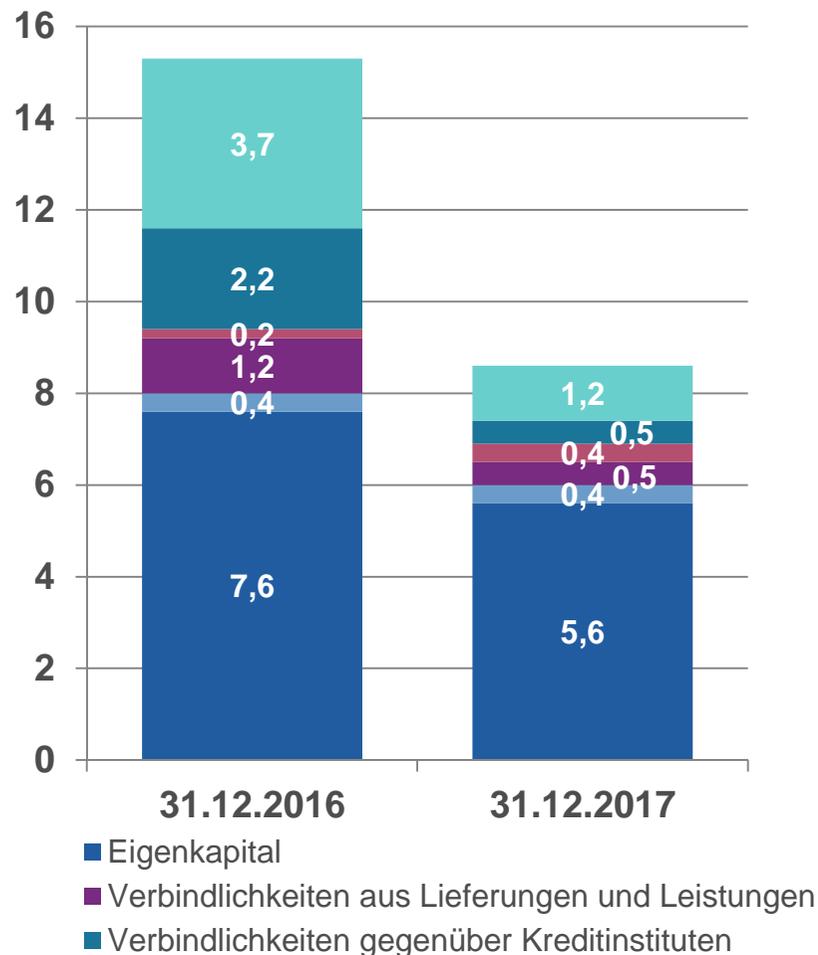
Änderung der Aktivseite der Bilanz\* vorrangig durch die Veräußerung des VC-Minderheitsportfolios ...



\*alle Angaben in Mio. € sofern nicht anders ausgewiesen

# Konzernbilanz (IFRS) - Passiva

... Passivseite der Bilanz\* zudem beeinflusst von den durchgeführten Kapitalmaßnahmen ...



## Konzernergebnis Q1/2018 (IFRS)\* ...

... blieb ebenfalls hinter den Erwartungen ...

	Q1/2018	Q1/2017
Umsatzerlöse	3,0	3,2
Materialaufwand	-2,0	-2,1
Materialaufwandsquote in %	67,5	66,2
Rohhertrag	1,0	1,1
Personalaufwand	-0,7	-0,6
sonstige betriebliche Aufwendungen	-1,4	-1,0
<b>EBITDA</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,4</b>
Ergebnis aus fortzuführenden Bereichen	-1,1	-0,6
Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich	-0,0	-0,2
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,8</b>
davon auf die Aktionäre der Gesellschaft entfallener Periodenbetrag	-0,7	-0,7
<b>EPS in x,00 €</b>	<b>-0,07</b>	<b>-0,11</b>

# Status quo

	<b>DONE</b>	<b>CHALLENGE</b>
<b>Equitystory</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basis für erfolgreiche Equitystory als Prime Standard Unternehmen gelegt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeitnahes Überschreiten einer kritischen Umsatzgröße von 50-100 Mio. €</li> </ul>
<b>Marktpositionierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• solide Positionierung in anspruchsvollem Wachstumsmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung von Skaleneffekten gewinnt zunehmend an Bedeutung</li> </ul>
<b>Produkt- und Marktkompetenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bestätigt durch hervorragende Rankings in Online-Händler- und Produkttests</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimierung interner Prozesse und Erreichung signifikanter Umsatzanteile bei Eigenmarkenprojekten</li> </ul>
<b>Wachstumsstrategie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mit Heliad und Alessanderx wichtige Partner für aktive Begleitung der Strategie gewonnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereitstellung/Ausbau interner Ressourcen zur Umsetzung</li> <li>• Erweiterung des finanziellen Spielraums für Wachstum erforderlich</li> </ul>

---

## Basis der Equitystory

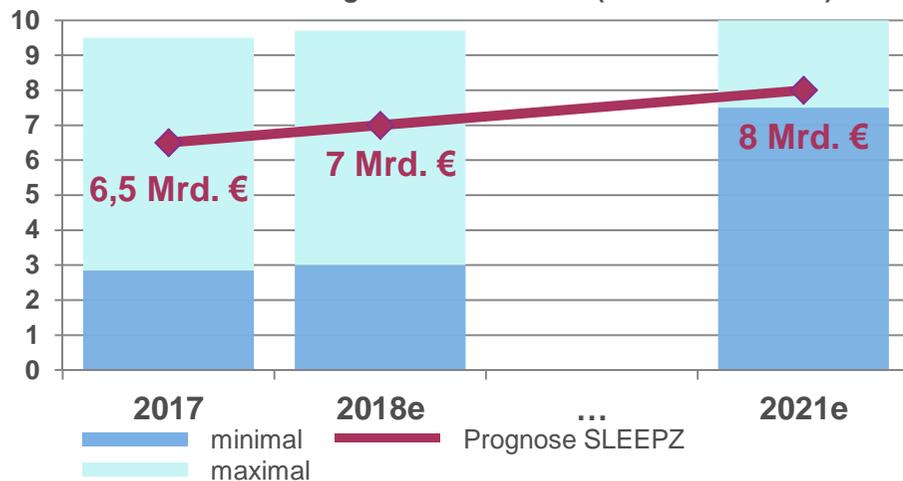
- ✓ klares Geschäftsmodell als eine auf den Bereich Schlafwelten fokussierte eCommerce Unternehmensgruppe
- ✓ Risiken aus VC-Geschäft in 2017 entfallen
- ✓ solide Positionierung in anspruchsvollem Wachstumsmarkt
- ✓ bestätigte Produkt- und Marktkompetenz
- ✓ klare Wachstumsstrategie

# Status quo

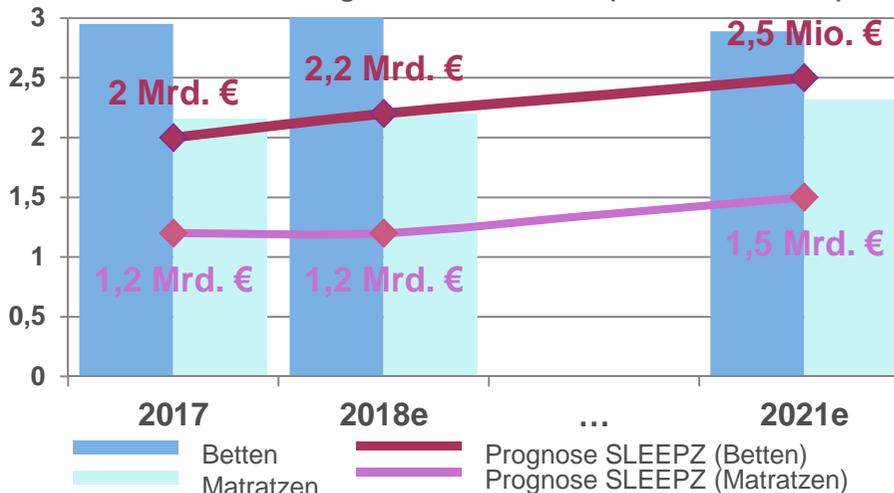
	<b>DONE</b>	<b>CHALLENGE</b>
<b>Equitystory</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basis für erfolgreiche Equitystory als Prime Standard Unternehmen gelegt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeitnahes Überschreiten einer kritischen Umsatzgröße von 50-100 Mio. €</li> </ul>
<b>Marktpositionierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• solide Positionierung in anspruchsvollem Wachstumsmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung von Skaleneffekten gewinnt zunehmend an Bedeutung</li> </ul>
<b>Produkt- und Marktkompetenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bestätigt durch hervorragende Rankings in Online-Händler- und Produkttests</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimierung interner Prozesse und Erreichung signifikanter Umsatzanteile bei Eigenmarkenprojekten</li> </ul>
<b>Wachstumsstrategie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mit Heliad und Alessanderx wichtige Partner für aktive Begleitung der Strategie gewonnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereitstellung/Ausbau interner Ressourcen zur Umsetzung</li> <li>• Erweiterung des finanziellen Spielraums für Wachstum erforderlich</li> </ul>

# Markt

Mrd. € Umsatzentwicklung Schlafraummöbel (online + stationär)\*



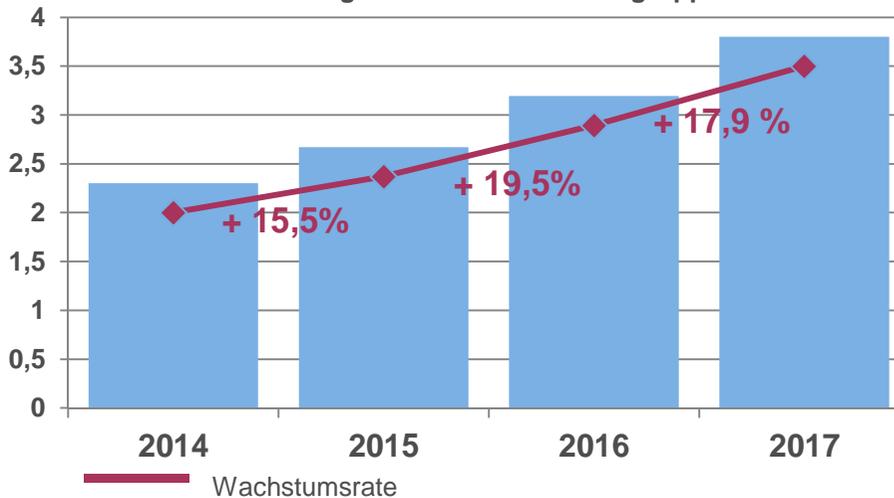
Mrd. € Umsatzentwicklung Betten + Matratzen (online + stationär)\*\*



Mrd. € Umsatzentwicklung Online-Einzelhandel Gesamt\*\*\*



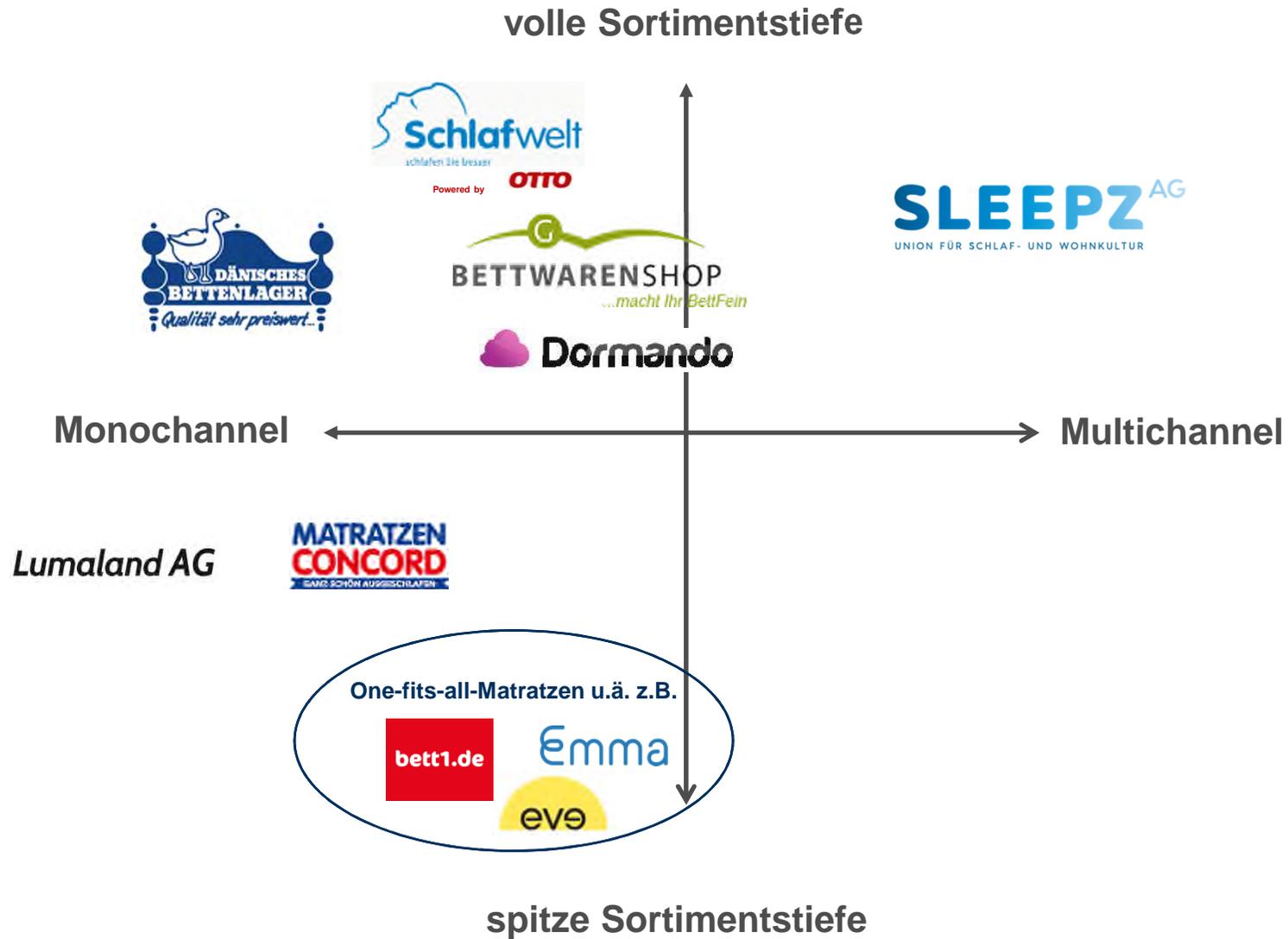
Mrd. € Umsatzentwicklung Online-Handel Warengruppe Möbel\*\*\*\*



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

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

# Zielpositionierung



# Status quo

	<b>DONE</b>	<b>CHALLENGE</b>
<b>Equitystory</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basis für erfolgreiche Equitystory als Prime Standard Unternehmen gelegt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeitnahes Überschreiten einer kritischen Umsatzgröße von 50-100 Mio. €</li> </ul>
<b>Marktpositionierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• solide Positionierung in anspruchsvollem Wachstumsmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung von Skaleneffekten gewinnt zunehmend an Bedeutung</li> </ul>
<b>Produkt- und Marktkompetenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bestätigt durch hervorragende Rankings in Online-Händler- und Produkttests</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimierung interner Prozesse und Erreichung signifikanter Umsatzanteile bei Eigenmarkenprojekten</li> </ul>
<b>Wachstumsstrategie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mit Heliad und Alessanderx wichtige Partner für aktive Begleitung der Strategie gewonnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereitstellung/Ausbau interner Ressourcen zur Umsetzung</li> <li>• Erweiterung des finanziellen Spielraums für Wachstum erforderlich</li> </ul>

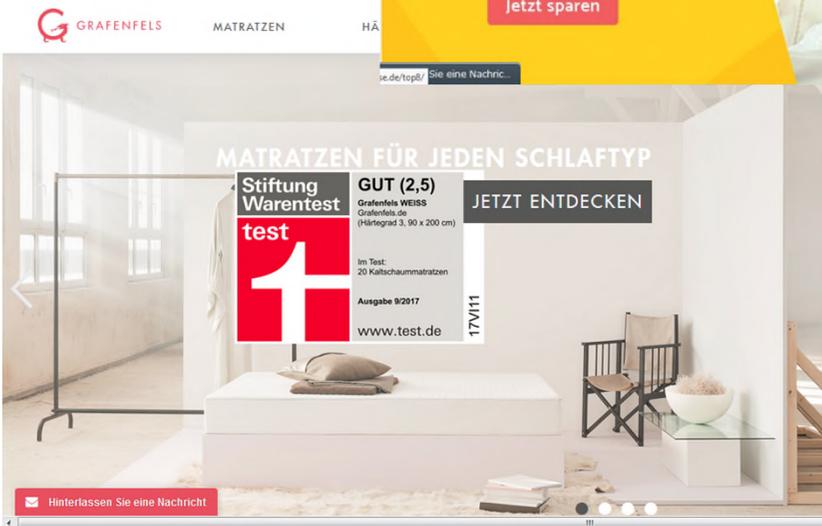
# bestätige Markt- und Produktkompetenz



- **perfekt-schlafen.de**: vom Wirtschaftsmagazin „Der Handel“ als „Deutschlands Top-Händler 2018“ bewertet



- gemeinsam mit **bettenriese.de** als „Top Shop 2018“ durch Computer Bild und Statista ausgezeichnet



- **matratzenunion.de** und **matratzendiscount.de** von DEUTSCHLAND TEST als „Top Online-Shops“ bewertet

- „Grafenfels WEISS“ Stiftung Warentest Qualitätsurteil „GUT“



# Status quo

	<b>DONE</b>	<b>CHALLENGE</b>
<b>Equitystory</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basis für erfolgreiche Equitystory als Prime Standard Unternehmen gelegt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeitnahes Überschreiten einer kritischen Umsatzgröße von 50-100 Mio. €</li> </ul>
<b>Marktpositionierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• solide Positionierung in anspruchsvollem Wachstumsmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung von Skaleneffekten gewinnt zunehmend an Bedeutung</li> </ul>
<b>Produkt- und Marktkompetenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bestätigt durch hervorragende Rankings in Online-Händler- und Produkttests</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimierung interner Prozesse und Erreichung signifikanter Umsatzanteile bei Eigenmarkenprojekten</li> </ul>
<b>Wachstumsstrategie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wichtige Partner für aktive Begleitung der Strategie gewonnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereitstellung/Ausbau interner Ressourcen zur Umsetzung</li> <li>• Erweiterung des finanziellen Spielraums für Wachstum erforderlich</li> </ul>

# Wachstumsstrategie

Wachstumslogik

- Nutzung von Konsolidierungstendenzen
- Chance auf überproportionales Wachstum

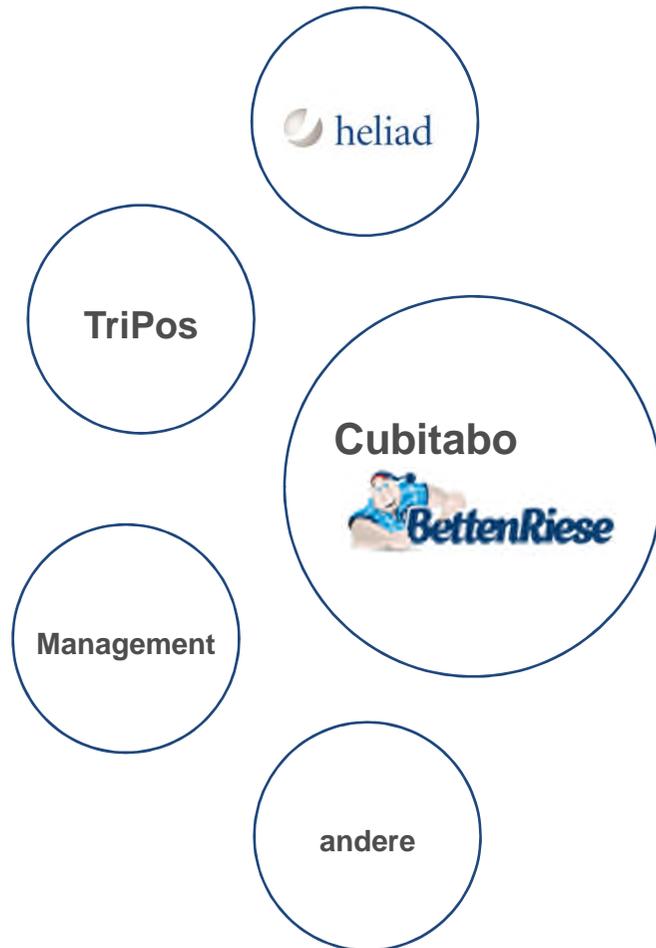
Ausgangsbasis

- Top-Target-Liste
- Partnerschaft mit Heliad
- Bündelung von Kompetenzen
- Nutzung von Synergieeffekten
- 6 komplementäre Unternehmen
- Partnerschaft mit Alessanderx

buy

build

# Wachstumslogik der Buy & Build-Strategie am Beispiel der Cubitabo-Übernahme



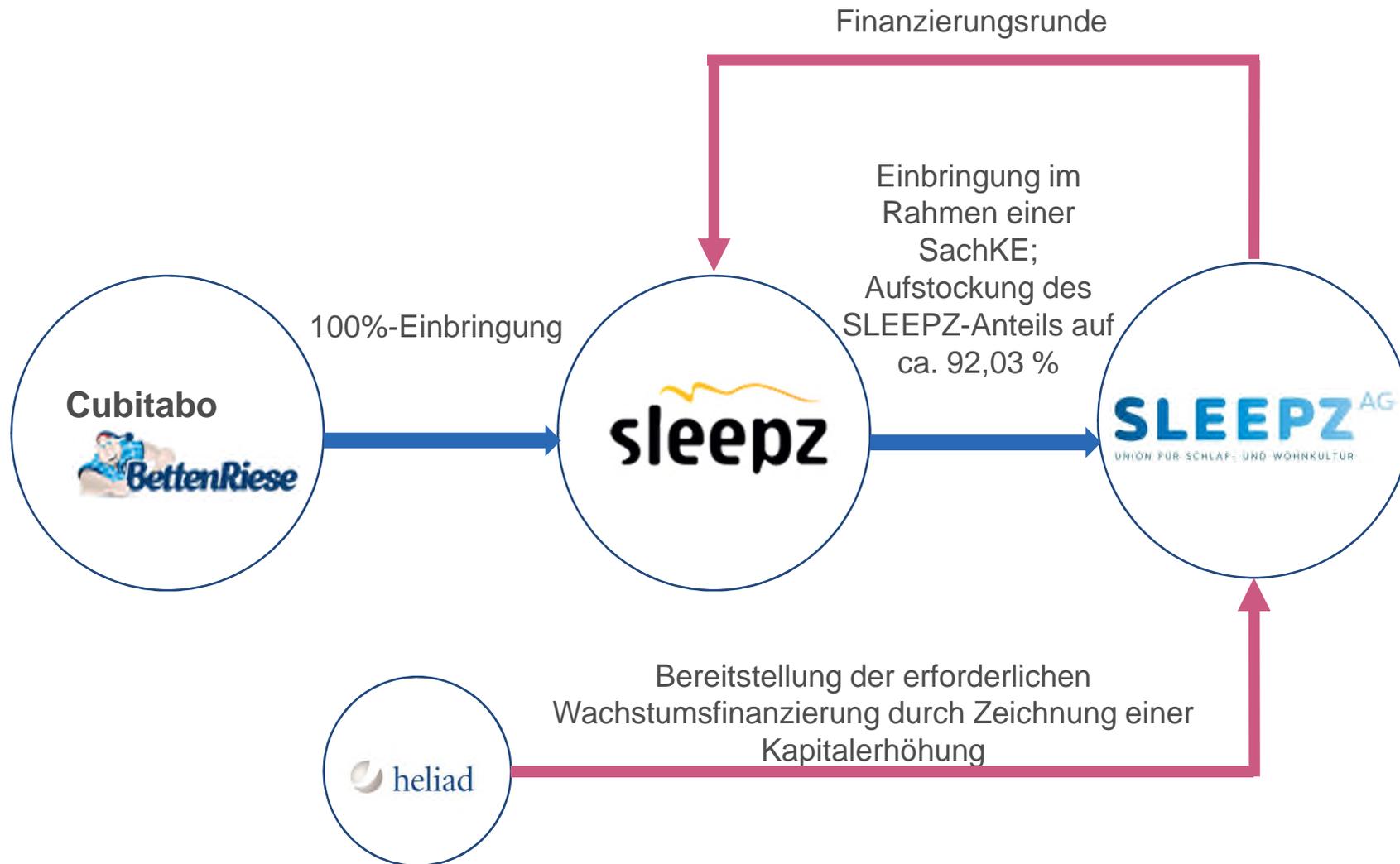
## PRO

- Online-Marketing-Expertise
- hervorragendes IT-Know-How
- kapitalmarktaffine Gesellschafterstruktur
- komplementär zu Tochterunternehmen, insbesondere zu sleepz Home

## CONTRA

- überschaubare Umsätze
- Finanzierungsbedarf zur Erreichung der Profitabilität
- Unternehmensbewertung

# Struktur der Cubitabo-Einbringung



# Kapitalmaßnahmen – Bericht des Vorstands



- **Dezember 2017**                      **Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital**
- Ziel der Maßnahme                Finanzierung des weiteren Wachstums von sleepz Home und Cubitabo als Voraussetzung für die Akquisition von Cubitabo
- Chance                                - Fortsetzung der Buy & Build Strategie  
     - weitere Festigung der Beziehungen zu Heliad

Erhöhung des Grundkapitals um	690.000,00 €
altes Grundkapital	8.280.391,00 €
neues Grundkapital	8.970.391,00 €
Preis pro Aktie	1,60 €
volumengewichteter Durchschnittskurs XETRA vorherige 3 bzw. 5 bzw. Tage vor Ausgabe	1,6082 €; 1,6084 €; 1,6070 € ➤ Ø 1,6079 €
Liquiditätszufluss (vor Abzug von Kosten)	ca. 1.104.000,00 €
Bezugsrechtsausschluss	strategische Partnerschaft
Zeichner	Heliad

# Kapitalmaßnahmen – Bericht des Vorstands



- **April 2018** **Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital**
- Ziel der Maßnahme - Aufstockung der Beteiligung an der sleepz Home durch Einbringung von 250.068 sleepz Home Geschäftsanteilen
- Chance - liquiditätsschonende Verbesserung der Marktkapitalisierung  
 - Ausbau der Aktionärsbasis durch einige namhafte Investoren  
 - Vorteile für die weitere Entwicklung des Geschäftes, der Wettbewerbsfähigkeit sowie der Equitystory

Erhöhung des Grundkapitals um	3.473.163,00 €
altes Grundkapital	8.970.391,00 €
neues Grundkapital	12.443.554,00 €
Preis pro Aktie	1,80 €
Bezugsrechtsausschluss	Sachkapitalerhöhung
Zeichner	sleepz Home Gesellschafter u.a. Heliad, TriPos

# unmittelbare Effekte aus der Übernahme

Cubitabo



## Stärken:

- Online-Marketing-Expertise
- IT-Know-How

## Stärken:

- Markenvielfalt
- Sortimentsbreite
- Warenverfügbarkeit

**sleepz**

- Prozessintegration abgeschlossen
- Abdeckung breiterer Kundensegmente mit unterschiedlichen Positionierungen durch diversifizierte Onlineshops
- Anbindung von Bettenriese an sleepz-Warenlager:
  - bessere Produktverfügbarkeit
  - optimiertes Pricing und Marketing
  - Kostenoptimierung z.B. durch Abbau von Dienstleistern
  - ...

➔ **innerhalb von knapp 6 Monaten strukturell einer der stärksten Anbieter im Markt!**

## Projektagenda

1. Zentralisierung von Schlüsselfunktionen
2. Optimierung der Retailprozesse
3. Ausbau der Produktentwicklung
4. Aufbau des Projektgeschäfts
5. Forcierung der Kapitalmarktstory

**bmp** Holding



---

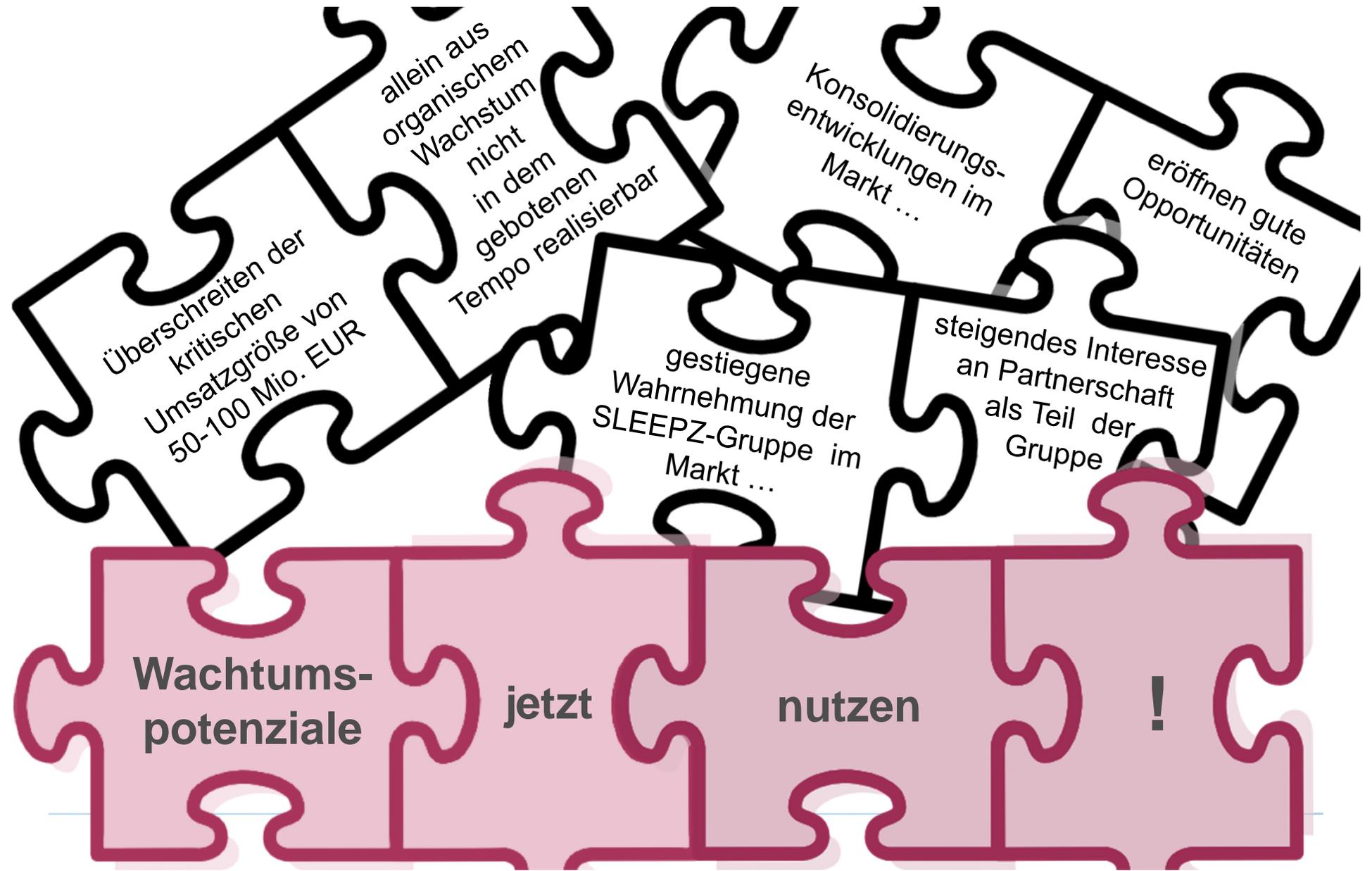
## Schwerpunkte in 2018

Forcierung des Ausbaus gruppenübergreifender Strukturen und Prozesse zur Hebung von Synergieeffekten

- Ausbau der Eigenmarken zur Verbesserung der Rohertragsmarge
- personelle Verstärkung auf Vorstandsebene und des Teams
- Etablierung einer „andockfähigen“ IT-Landschaft

➤ **organisches Umsatzwachstum 2018 im unteren zweistelligen %-Bereich**

# Forcierung von Übernahmen



# Finanzierungsinstrumente zur Umsetzung der Buy & Build-Strategie

Finanzierungsinstrument	Eignung
1. vorhandenes genehmigtes Kapital: 4.807.424,00 €	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grundsätzlich flexibel einsetzbar</li> <li>• jedoch nicht ausreichend für zügige Umsetzung der Gesamtstrategie</li> </ul>
2. vorhandenes bedingtes Kapital: 8.280.470,00 €	<ul style="list-style-type: none"> <li>• für Übernahmen nur eingeschränkt einsetzbar</li> </ul>
3. sonstige FK-Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nicht ausgeschlossen, aber abhängig von Größe/Struktur eines Übernahmetargets</li> </ul>
4. Kapitalmaßnahme mit Bezugsrecht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erfordert Wertpapierzulassungsprospekt (in Arbeit)</li> <li>• <b>aber:</b> verfügbares Volumen aus genehmigtem Kapital nicht ausreichend bei Umsetzung von Übernahmen</li> </ul>

- **Schaffung des unter TOP 4 zur Beschlussfassung stehenden neuen genehmigten Kapitals geboten!**

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit



# Ordentliche Hauptversammlung 2018!

