

Unternehmenspräsentation

- DVFA-Herbstkonferenz 05.09.2017 -



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 Onlinehändler in unserem Segment, und
- **WIR WOLLEN ...**
diese Stellung am Markt weiter ausbauen.



Geschäftsmodell

Produkte

- breite Auswahl an Matratzen, (Boxspring-)Betten, Lattenrosten, Bettwaren, Bettwäsche, Schlafraummöbel
- selbstentwickelte Eigenmarken und Marken Dritter

Kunden

- schwerpunktmäßig B2C
- zunehmend B2B

Vertrieb

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

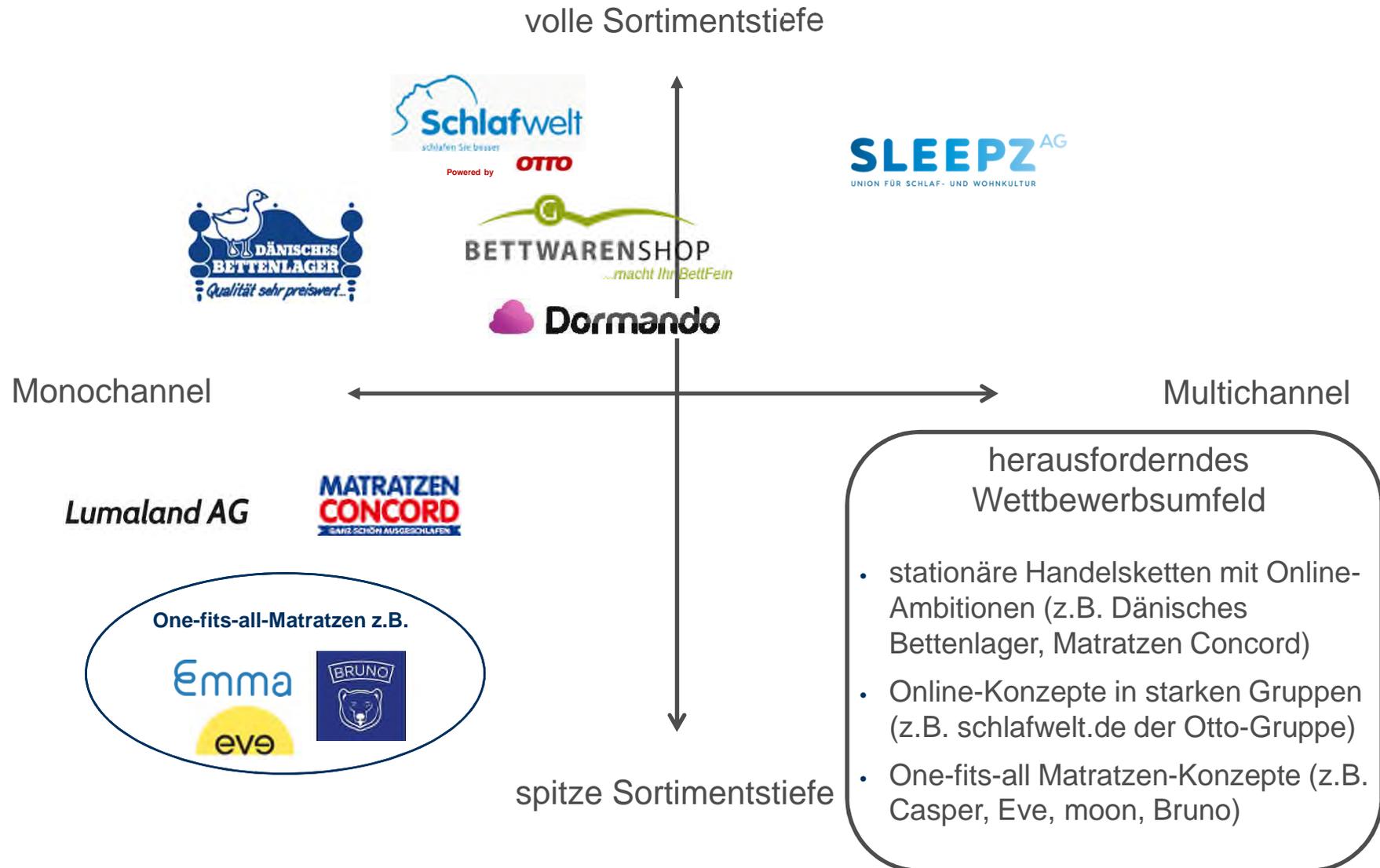
Top-Service-Level

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

Bündelung von Knowhow und Ressourcen

- Zentralisierung von Schlüsselfunktionen
- gruppenübergreifende Projekte
- Zusammenarbeit mit strategischen Partnern

Positionierung



1. Halbjahr 2017



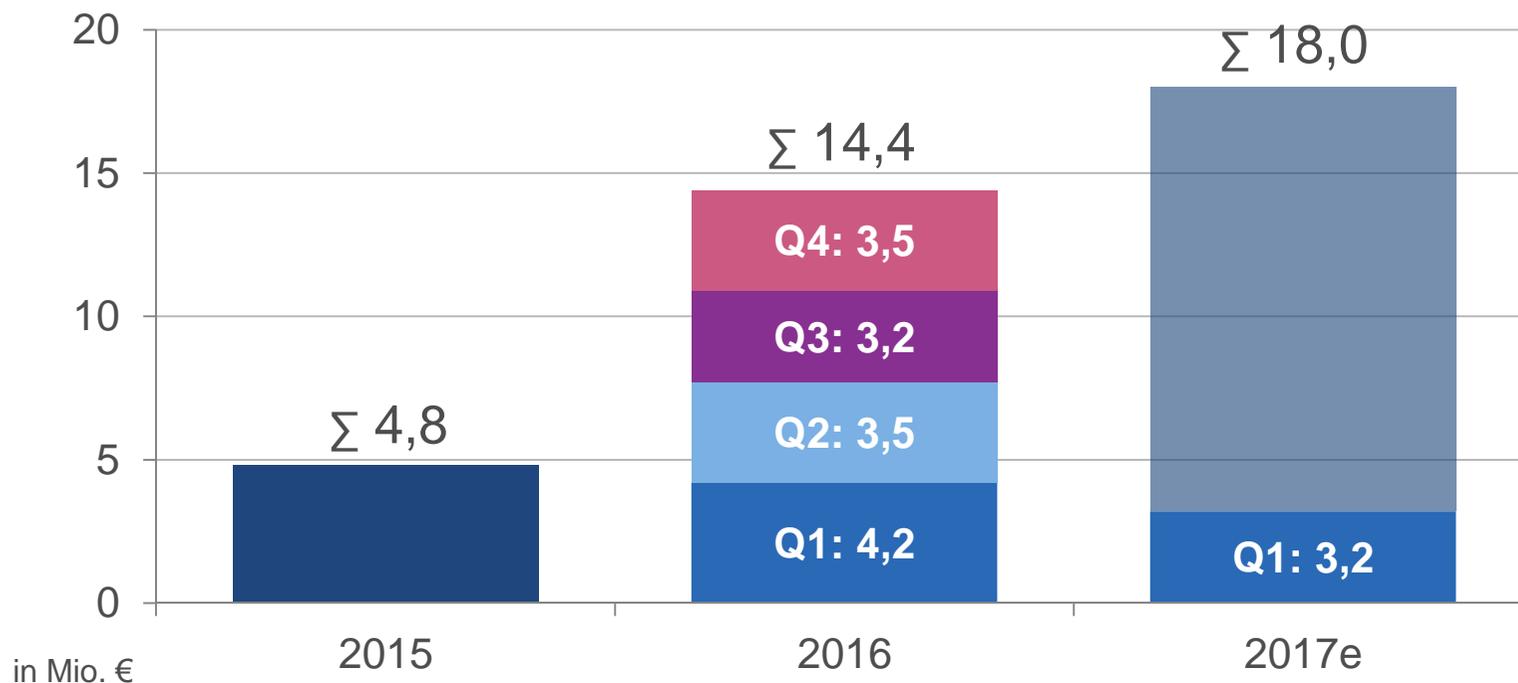
Konzernzahlen Q1/2017

- Rohertrag auf etwa gleichem Niveau trotz deutlich gesunkener Umsatzerlöse
- gleichbleibendes EBITDA durch Steigerung der Contribution Margin
- deutliche Verbesserung des Periodenergebnisses durch geringere Verluste im aufgegebenen VC-Geschäftsbereich

	01.01.-31.03.2017	01.01.-31.03.2016
Umsatzerlöse in Mio. EUR	3,2	4,2
Materialaufwand in Mio. EUR	-2,1	-3,0
Materialaufwandsquote in %	66,2	69,5
Rohertrag in Mio. EUR	1,1	1,3
EBITDA in Mio. EUR	-0,4	-0,4
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen in Mio. EUR	-0,6	-0,5
Periodenergebnis in Mio. EUR	-0,8	-2,3
Ergebnis pro Aktie in EUR	-0,04	-0,11

Umsatzentwicklung

- Umsatzentwicklung spiegelt Verschiebung auf margenstärkere Produkte wider
- Umsatz Q1/2017 beeinflusst von geringeren Marketingausgaben und Sondereffekten in der Vergleichsperiode
- Umsatzsteigerung von knapp 25% in 2017 weiterhin geplant



wesentliche Ereignisse

- April 2017
- Vereinfachte Kapitalherabsetzung durch Zusammenlegung von Aktien im Verhältnis 3:1
 - Ziel der Maßnahme: Ausgleich eingetretener Verluste und Wertminderungen
- Mai 2017
- Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital durch Ausgabe von 690.000 Aktien an Heliad Equity Partners
 - Ziel der Maßnahme: kurzfristige Stärkung der Eigenkapitalbasis und Liquidität (Zufluss ca. 930 T€*)
- Juni 2017
- Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital durch Ausgabe von 690.000 Aktien an Alessanderx S.p.A.
 - Ziel der Maßnahme: weitere Stärkung der Liquidität und Aufnahme einer strategischen Partnerschaft (Zufluss ca. 1.100 T€*)
- Juni 2017
- Veräußerung VC-Restportfolio an Privatinvestor für 5.000 T€ (Buchwerte per 31.03.2017 – IFRS: 5.335 T€; HGB 4.034 T€)
 - Ziel der Maßnahme: weitere Liquiditätszufuhr (Zufluss: 1.500 T€, Rest Darlehensablösung) und Beendigung der VC-Aktivitäten

Potenziale der Ereignisse

Heliad-KE

- Kapitalmarkterfahrener Investor mit großem Netzwerk und Aktivitäten im Onlinehandel
- Prüfung einer Übernahme des Mitbewerbers „Cubitabo“

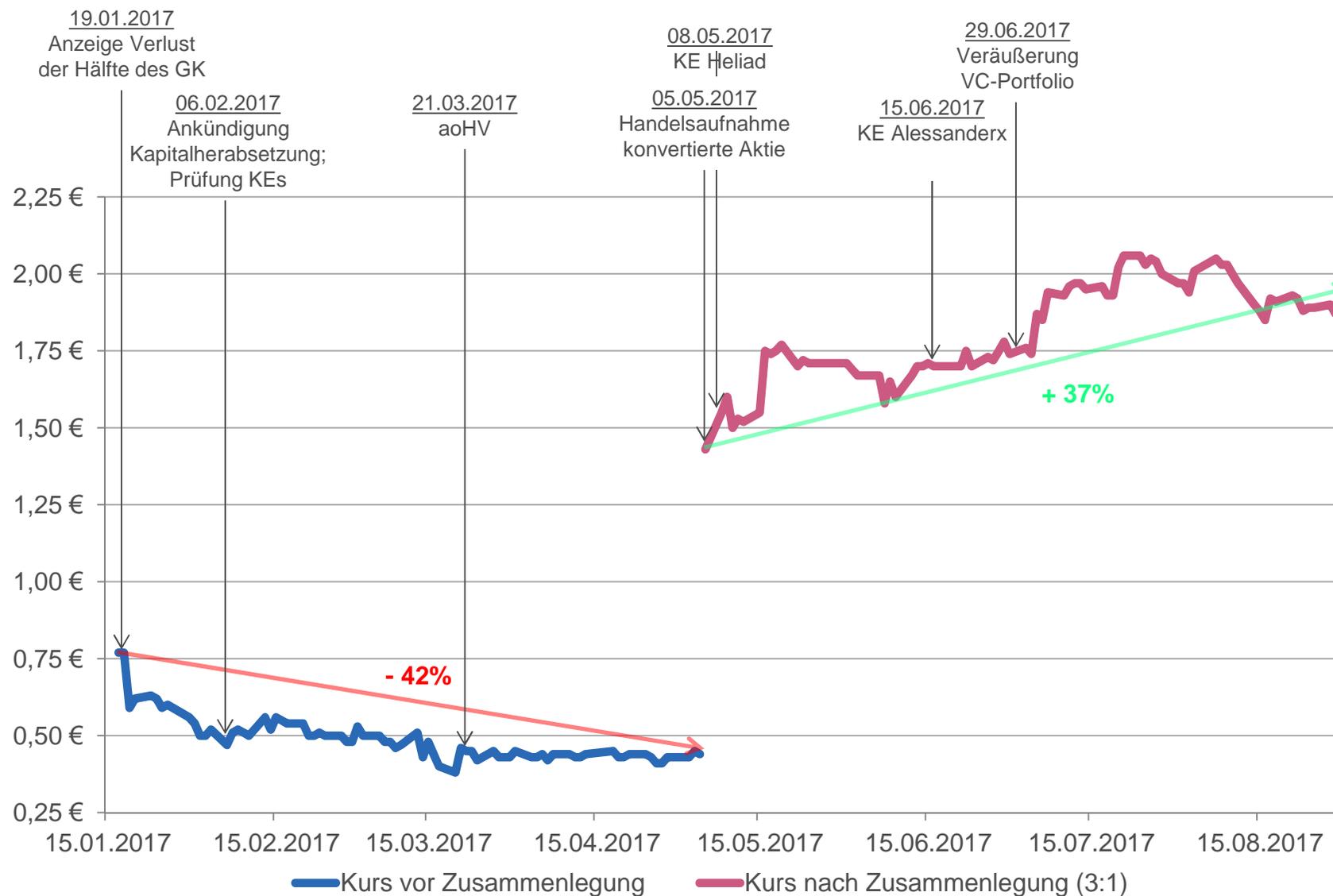
Alessanderx-KE

- erfolgreicher Matratzenhersteller („Magniflex“)
- breiteres Angebotsspektrum, große Volumina, attraktive Margen
- gemeinsame Produktentwicklung und Projekte
- fünfjährige Haltepflichtvereinbarung

Veräußerung VC-Portfolio

- Erfolgsbeteiligung von 20%-50% auf zukünftige, über dem Verkaufspreis zzgl. Folgeinvestments liegende Veräußerungserlöse
- keine weiteren Wertberichtigungsrisiken aus VC-Portfolio
- Fokussierung aufs Kerngeschäft und Beendigung der VC-Aktivitäten

Reaktion des Kapitalmarkts



* Kurse XETRA Schlusskurs

„Roadmap to Value“



Projektübersicht



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

1. Zentralisierung von Schlüsselfunktionen

Marketing	Einkauf, Produktentwicklung, Projektgeschäft	Finanzen, Controlling	IT, Prozesse
<ul style="list-style-type: none">• Etablierung der SLEEPZ AG als Marke• Intiierung/Umsetzung gruppenübergreifender Projekte• Optmierung von Produktplatzierungen; Neukundengewinnung• Unterstützung der Tochtergesellschaften bei Marketingprojekten	<ul style="list-style-type: none">• Entwicklung einer gruppenübergreifenden Einkaufsstrategie• Bündelung des Knowhows im Bereich Produktentwicklung und Eigenmarken• Forcierung von B2B-Projektgeschäften	<ul style="list-style-type: none">• Ausbau des Konzerncontrolling• KPI-Steuerung der Tochtergesellschaften• mittelfristig Cash-Pooling• steuerliche Optimierung (Verlustvorträge)	<ul style="list-style-type: none">• Etablierung einer einheitlichen IT-Landschaft:<ul style="list-style-type: none">• Warenwirtschaft• Shoplösungen• Buchhaltung• Standardisierung von Prozessen
besetzt	bis Ende 2018	bis Ende 2018	bis Ende 2018

2. Optimierung der Retailprozesse

Status

- Relaunch des Online-Shops perfekt-schlafen.de erfolgt
- Vertriebsstrategie für "Grafenfels" nunmehr ausschließlich auf Online-Vertrieb ausgerichtet; damit Anpassung des Preismodells möglich (VK "halbiert")
- "just-in-prime"-Fulfillment Anspruch in der Gruppe durchgesetzt, Matratzen Union und sleepz Home Amazon-Prime-Händler für Topseller-Produkte
- hohe Warenverfügbarkeit auf insgesamt 5.500 qm Lager

mittelfristig

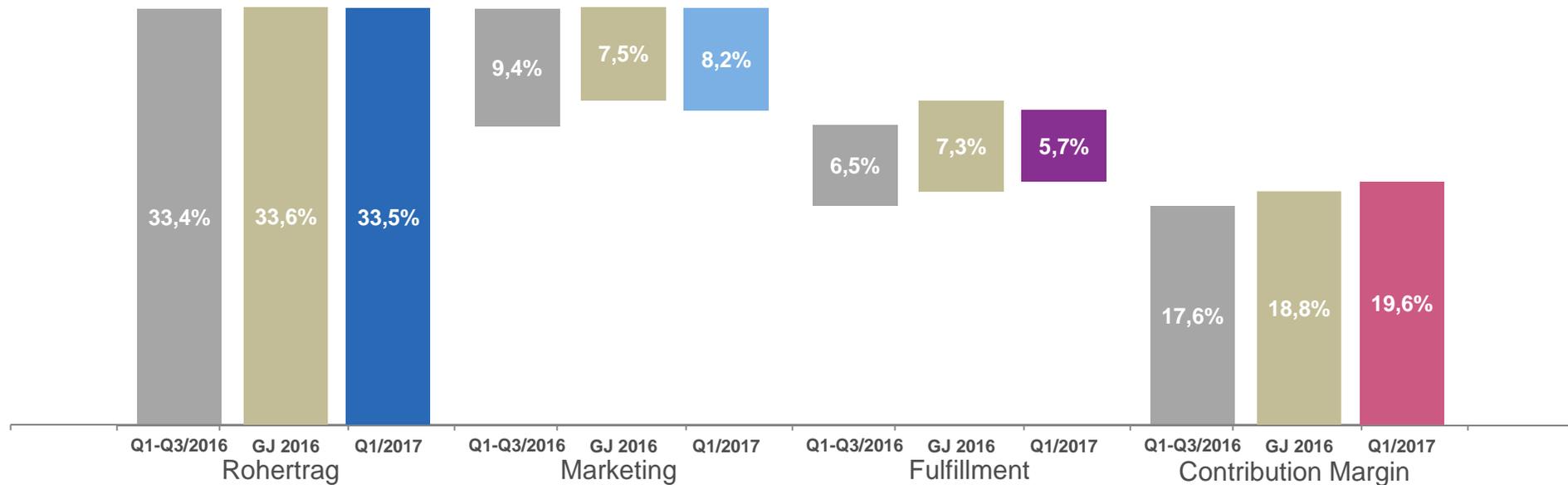
- Optimierung der Prozesse durch gruppenübergreifende Shoplösung und Warenwirtschaft
- projektbezogenes Dropshipping durch strategischen Partner
- ggf. Einrichtung eines Zentrallagers

kontinuierlich

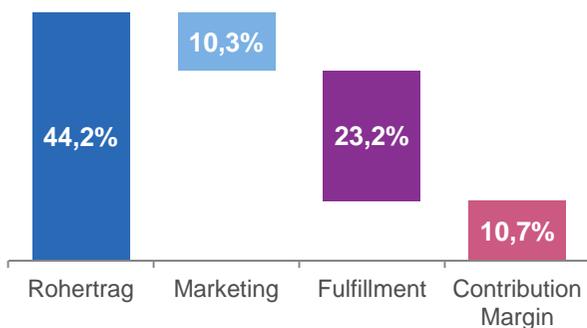
- weitere Steigerung der Top-Contribution-Margin durch:
 - Sortimentsoptimierung
 - Nutzung von Mengeneffekten

2. Optimierung der Retailprozesse

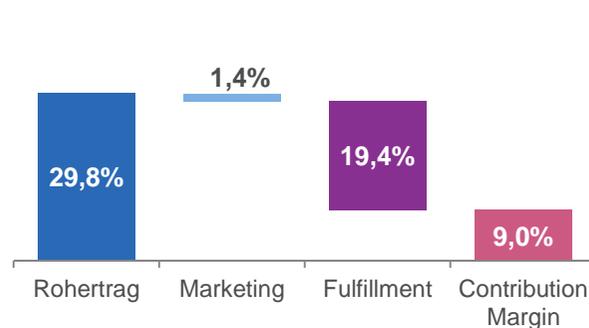
Entwicklung der Contribution Margin*



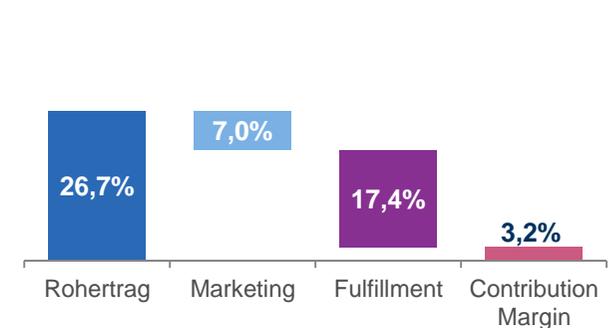
Zalando GJ 2016 **



zooplus GJ 2016 **



Windeln.de GJ 2016**



* exkl. Grafenfels; ** Quelle: Montega

3. Ausbau der Produktentwicklung

Status

- vielfältige Erfahrung in der Entwicklung von Eigenmarken im Matratzenbereich für den Direktvertrieb und für Dritte, u.a.



- erste neue Produkte im Boxspringbetten-Segment

mittelfristig

- strategische Partnerschaft mit Alessanderx erlaubt Ausbau des Geschäfts durch gemeinsame Produktentwicklung und Bereitstellung großer Fertigungskapazitäten

3. Ausbau der Produktentwicklung

- „Grafenfels WEISS“ im aktuellen Test der „Stiftung Warentest“
- Ergebnis belegt Produktentwicklungskompetenz von SLEEPZ



GRAFENFELS

Stiftung Warentest	GUT (2,5)
test	Grafenfels WEISS Kaltschaummatratze (Härtegrad 3, 90 x 200 cm)
	Im Test: 19 Kaltschaummatratzen
	Ausgabe 9/2017
	www.test.de

17VI11

- Mitbewerber:
beste Matratze GUT (2,3), 10 weitere GUT (2,5),
5 BEFRIEDIGEND, 2 AUSREICHEND
- „Testsieger“ in der wichtigsten Kategorie
„Liegeeigenschaften“ (gut 2,1)
- gute Ergebnisse in den Kategorien „Bezug“
(gut 1,7), „Gesundheit und Umwelt“ (gut 1,6),
„Handhabung“ (gut 2,0)
- Verbesserungspotenzial in den Kategorien
„Haltbarkeit“ (befriedigend 3,9) und
„Deklaration/Werbung“ (ausreichend 4,5)

3. Ausbau der Produktentwicklung

- Ausweitung der Produktentwicklung auf marginstarke Produkte

Boxspringbett Shan
designed by Starcoiffeur
Shan Rahimkhan



4. Aufbau des Projektgeschäfts

Status

- verschiedene Projekte durchgeführt, u.a. für

limango

 WESTWING
HOME AND LIVING

GROUPON

greylabelz

- sleepz Home als geschätzter Partner für Produktentwicklung und Logistikprozesse etabliert

mittelfristig

- weiterer Ausbau der Aktivitäten für Shoppingclubs
- Etablierung als Partner für Großprojekte beispielsweise Hotels, Schiffe
- Stärkung des Bereichs durch Partnerschaft mit Alessanderx

„Why to invest“



Ziele



25%iges Umsatzwachstum in 2017 auf rund 18 Mio. €



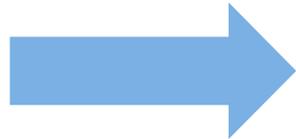
weiteres Wachstum auch durch mögliche Akquisitionen



in den nächsten 3-5 Jahren Erreichen einer Umsatzkategorie von 100-200 Mio. €



Etablierung als einer der führenden Online-Händler im Bereich Schlafwelten in Deutschland



Erreichen der Profitabilität im Konzern in 2018



mittelfristig Zielrendite 5-10% EBIT-Marge

Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!



Anhang



SWOT

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<ul style="list-style-type: none">• langjährige Expertise des Führungsteams• etablierte Herstellerbeziehungen• „just-in-prime“-Fulfillment• starke Contribution Margin	<ul style="list-style-type: none">• Konzernstruktur noch nicht optimal• Kapitalausstattung/Kapitalisierung• Konzernübergreifende Prozesse noch im Aufbau• Matratzen im Produktmix noch zu dominant
<ul style="list-style-type: none">• steigende Awareness des Themas „Schlafen“• wachsender Online-Markt• noch kein Marktführer etabliert• Optimierung und weitere Verzahnung der Gruppenkompetenzen• Zugang zum Kapitalmarkt	<ul style="list-style-type: none">• starker Konkurrenzkampf im Produktsegment Matratzen• stationäre Handelsketten setzen zunehmend auf Onlinehandel
CHANCEN	RISIKO

SLEEPZ-Gruppe



* Arbeitnehmer per 31.03.2017

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

sleepz Home GmbH



- Geschäftsmodell: Onlinehändler im Bereich Schlafwelten; Vollsortimenter
- USP:
 - rund 50.000 Markenartikel im Sortiment
 - Online-Matratzen-Konfigurator
 - stationärer Showroom
- gegründet: 2012
- SLEEPZ-Übernahme: 05/2015
- Sitz: Ludwigsfelde
- Mitarbeiter: 36 per 31.03.2017
- Umsatz 2016: 5,9 Mio. €

www.sleepz-home.com
www.perfekt-schlafen.de
www.schoene-traeume.de
www.matratzendiscount.de
www.forliving.de



Matratzen Union-Gruppe



- Geschäftsmodell: Onlinehändler mit Fokus auf Matratzen/Boxspringbetten und (Schlafraum-)Möbel
- USP:
 - >3.000 Produkte auf Lager; schnelle Lieferzeiten, Werksverkauf
 - Onlinekonfigurator für Boxspringbetten
- gegründet: 2011
- SLEEPZ-Übernahme: 12/2015
- Sitz: Wolfhagen
- Mitarbeiter: 31 per 31.03.2017
- Umsatz 2016: 8,4 Mio. €

www.matratzenunion.de
www.markenschlaf.de
www.schlafhandel.de
www.schlafnett.de
www.onletto.de

SchlafHändler

onletto[®]
Online Outlet

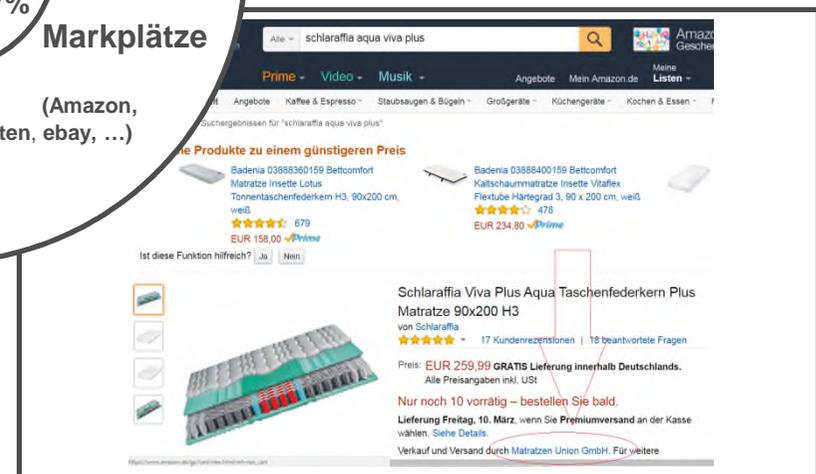
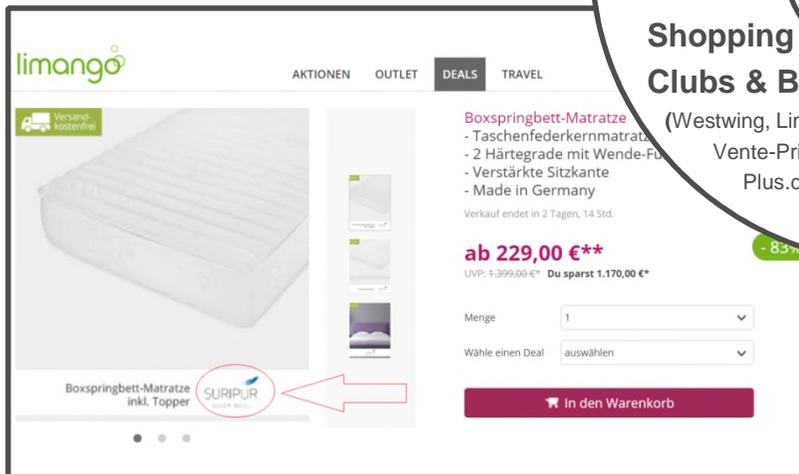
MARKENSCHLAF[®]

Schlaf**nett**

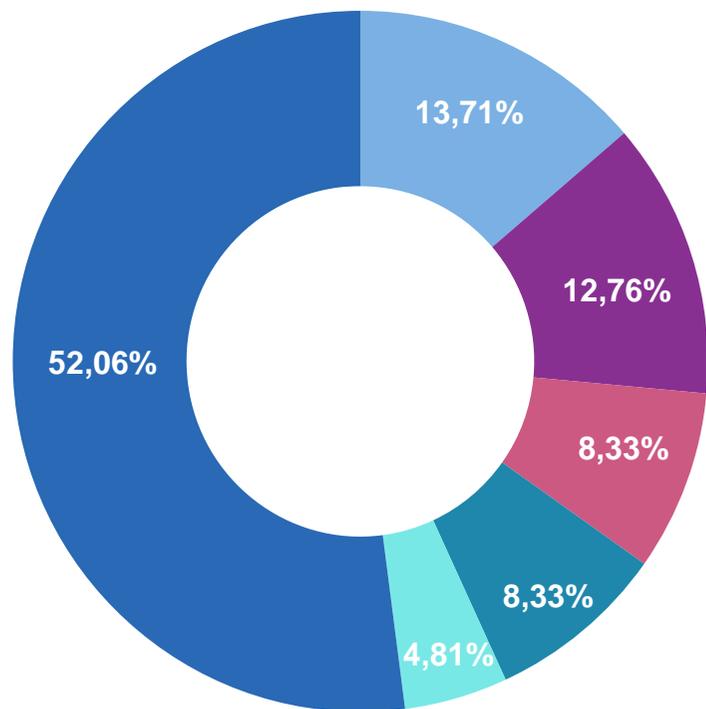
Matratzen UNION

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

Vertriebskanäle



Aktie



- * Carin Pepper-Hellstedt
- Oliver Borrmann
- Heliad Equity Partners GmbH & Co. KGaA
- Alessanderx S.p.A.
- Roland Berger Holding GmbH
- Freefloat

Stammdaten

- Grundkapital 8.280.391,00 €
- Grundkapital in Stück 8.280.391
- handelbare Aktien
ISIN DE000A2E3772 7.590.391
- nicht handelbare Aktien
ISIN DE000A2E4L59 690.000

Börse Frankfurt

- Transparenzlevel Prime Standard
- Kürzel BTBB

Börse Warschau

- Transparenzlevel regulierter Markt
- Kürzel SLZ

Coverage

Datum	Researchhaus	Analyst	Empfehlung	Kursziel
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



15.09.2017	Veröffentlichung Halbjahresbericht
30.11.2017	Veröffentlichung Quartalsmitteilung (Stichtag Q3)

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

