

# 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

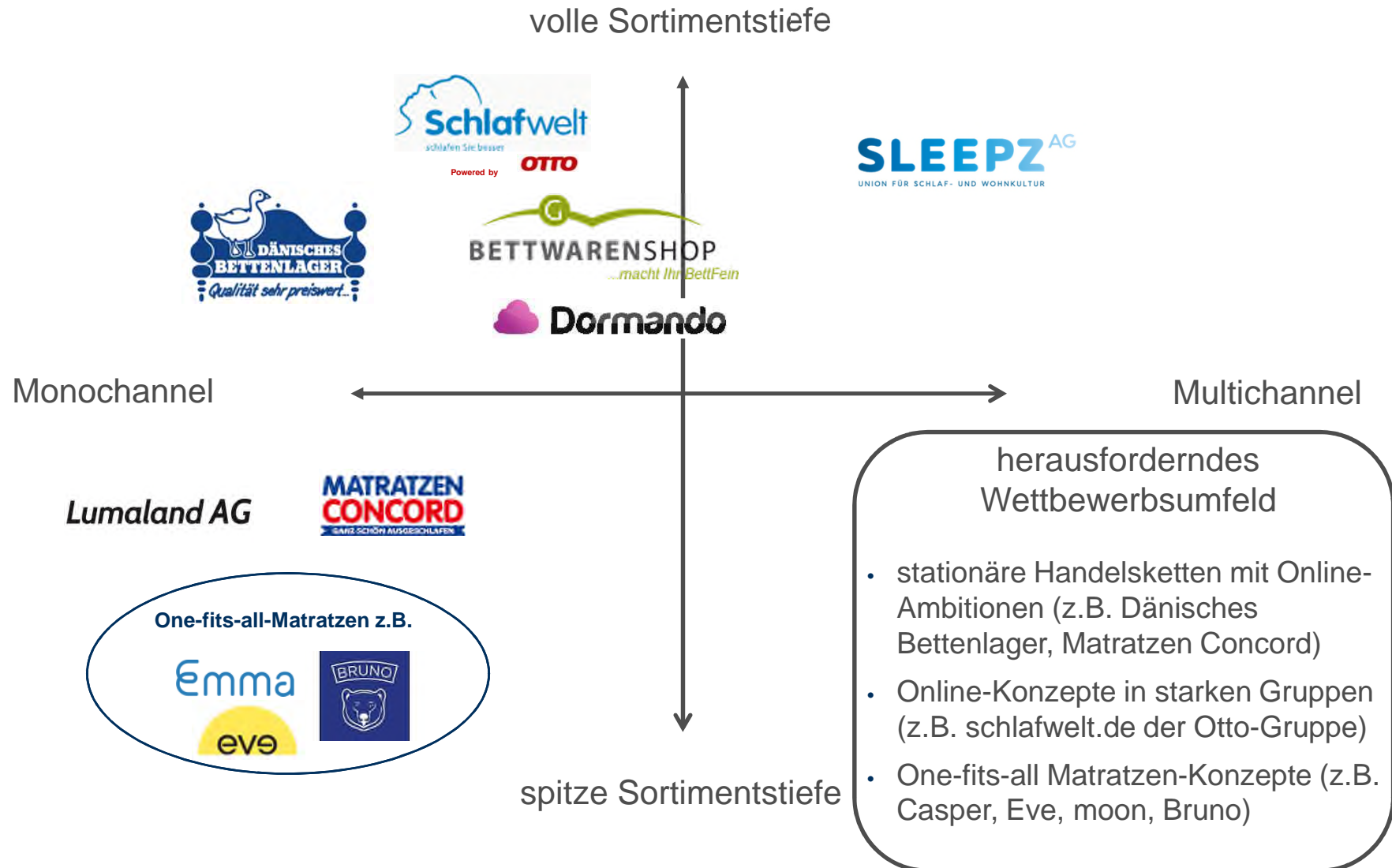
## Top-Service-Level

- 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



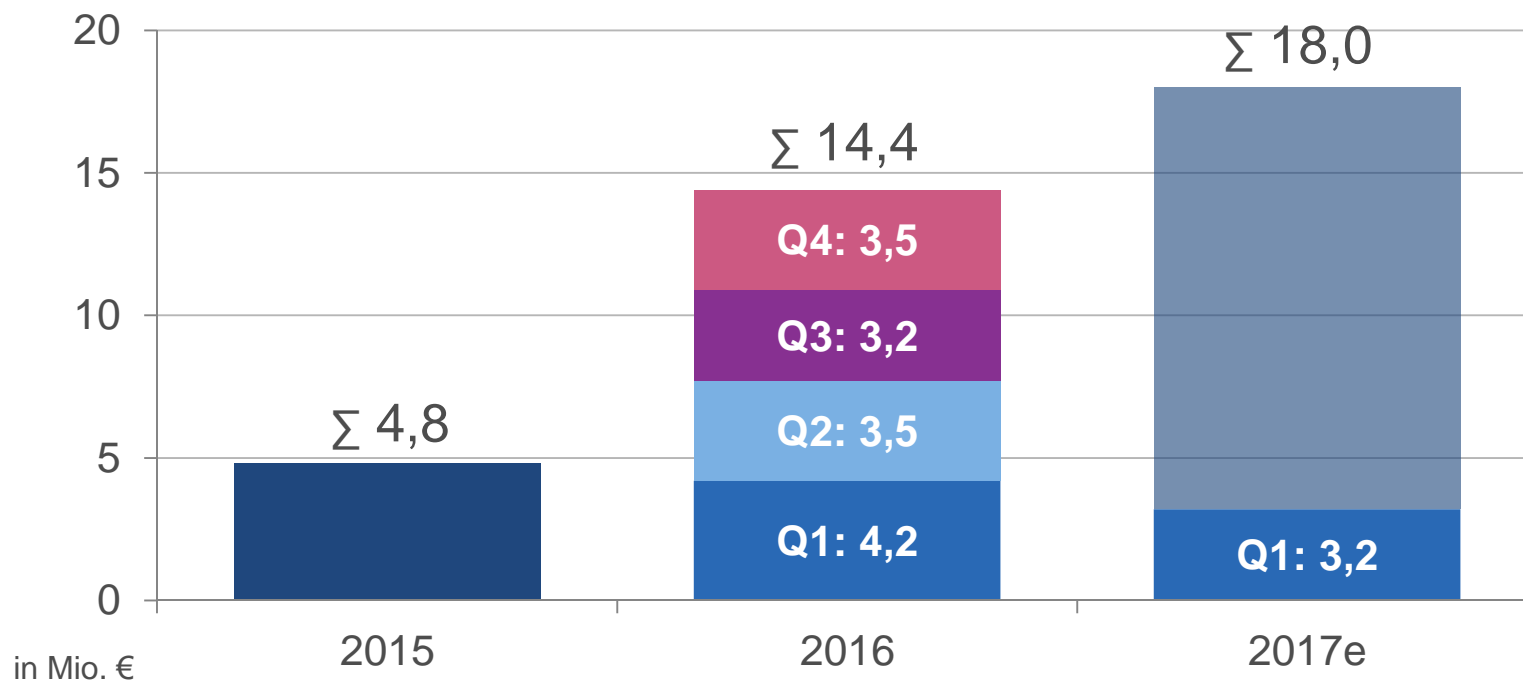
## Konzernzahlen Q1/2017

- 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“

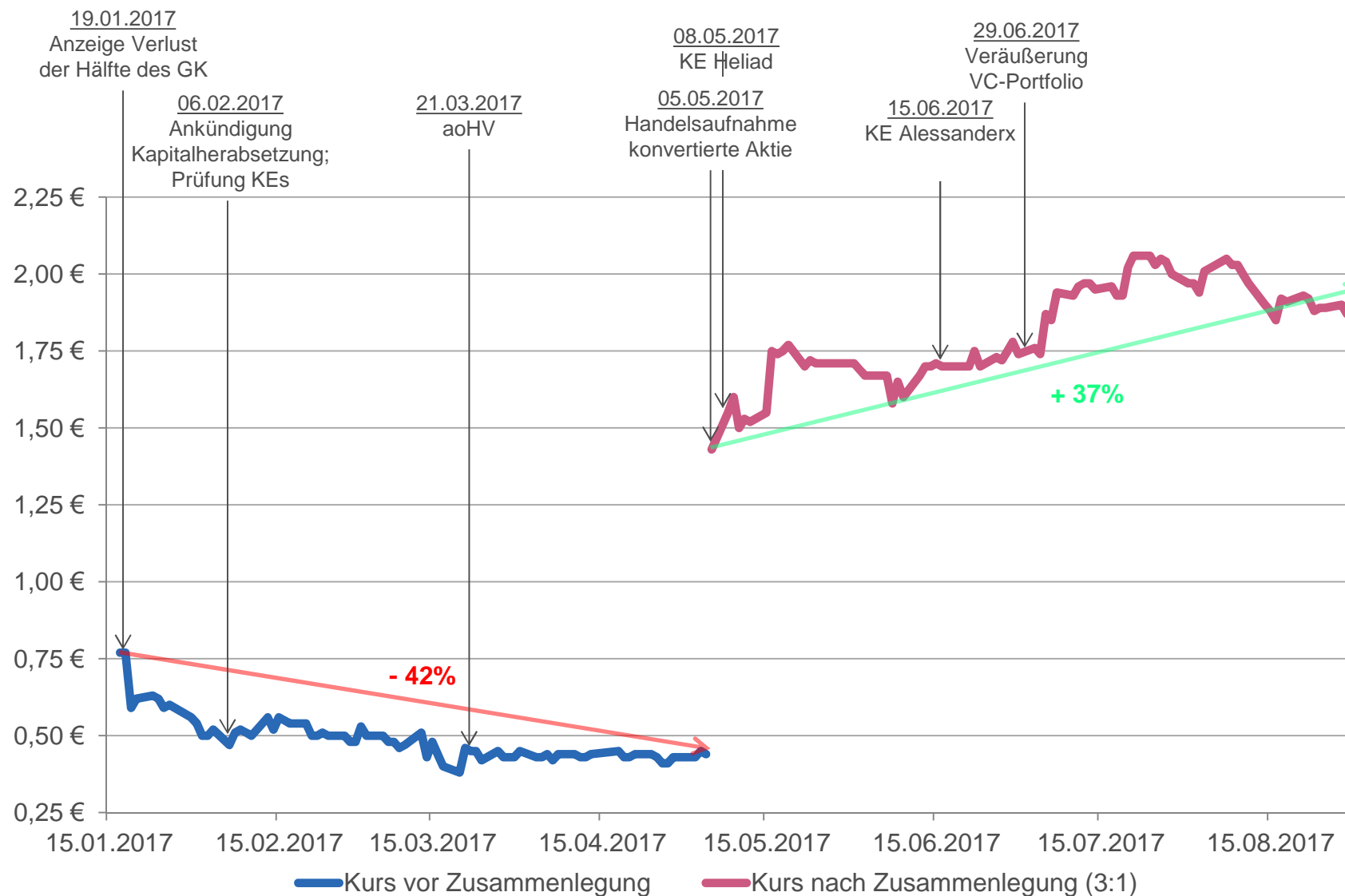
### Alessanderx-KE

- 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

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

## 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

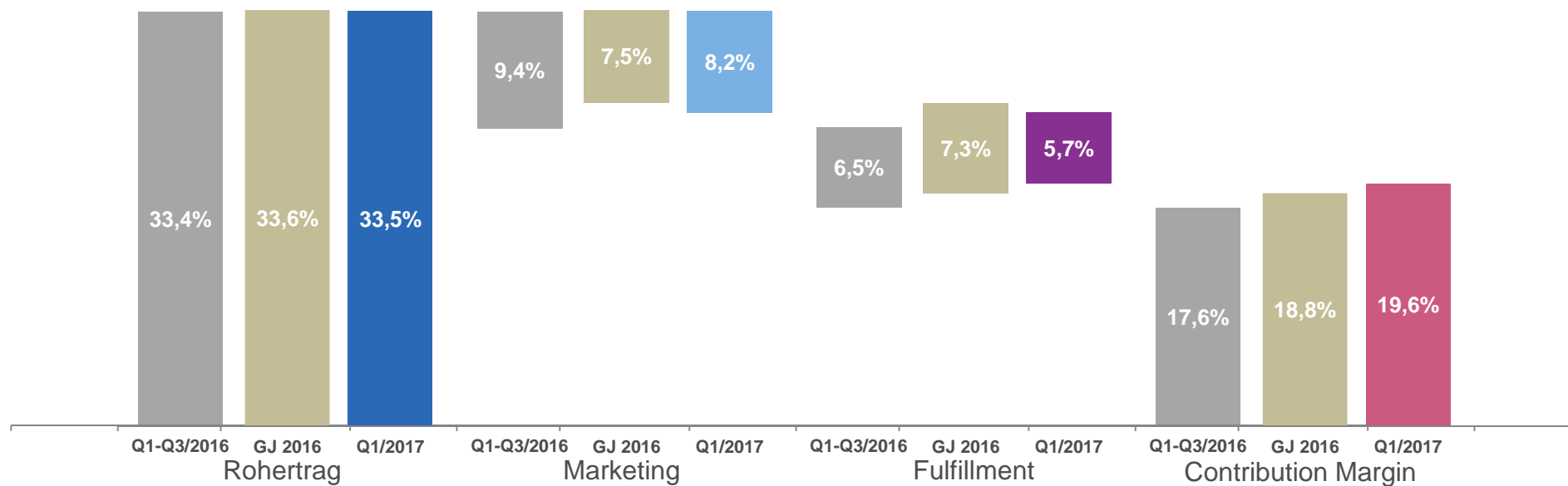
- Optimierung der Prozesse durch gruppenübergreifende Shoplösung und Warenwirtschaft
- projektbezogenes Dropshipping durch strategischen Partner
- ggf. Einrichtung eines Zentrallagers

### kontinuierlich

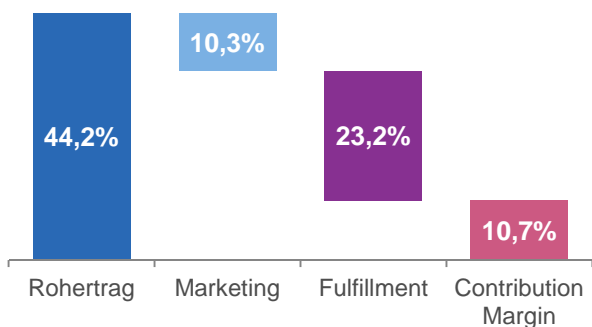
- weitere Steigerung der Top-Contribution-Margin durch:
  - Sortimentsoptimierung
  - Nutzung von Mengeneffekten

## 2. Optimierung der Retailprozesse

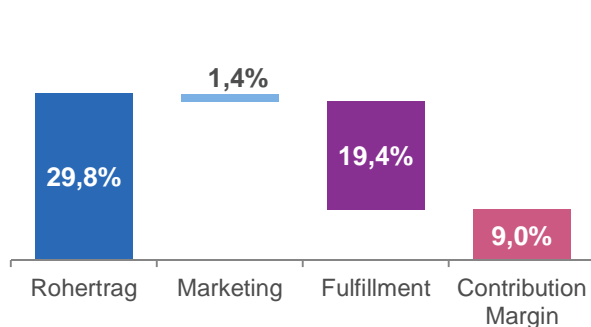
### Entwicklung der Contribution Margin\*



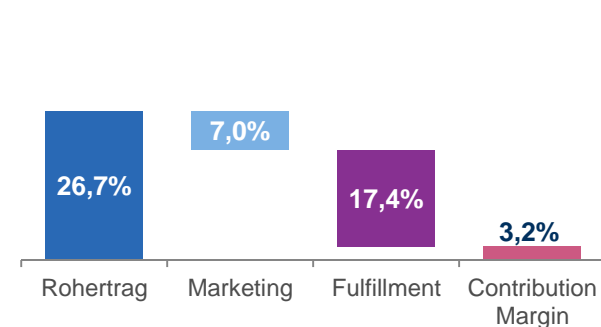
Zalando GJ 2016 \*\*



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

<b>Stiftung Warentest</b>	<b>GUT (2,5)</b>
<b>test</b>	<b>Grafenfels WEISS</b> Kaltschaummatratze (Härtegrad 3, 90 x 200 cm)
	Im Test: 19 Kaltschaummatratzen
	<b>Ausgabe 9/2017</b>
	<a href="http://www.test.de">www.test.de</a>

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"><li>• langjährige Expertise des Führungsteams</li><li>• etablierte Herstellerbeziehungen</li><li>• „just-in-prime“-Fulfillment</li><li>• starke Contribution Margin</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konzernstruktur noch nicht optimal</li><li>• Kapitalausstattung/Kapitalisierung</li><li>• Konzernübergreifende Prozesse noch im Aufbau</li><li>• Matratzen im Produktmix noch zu dominant</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• steigende Awareness des Themas „Schlafen“</li><li>• wachsender Online-Markt</li><li>• noch kein Marktführer etabliert</li><li>• Optimierung und weitere Verzahnung der Gruppenkompetenzen</li><li>• Zugang zum Kapitalmarkt</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• starker Konkurrenzkampf im Produktsegment Matratzen</li><li>• stationäre Handelsketten setzen zunehmend auf Onlinehandel</li></ul>
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](http://www.sleepz-home.com)  
[www.perfekt-schlafen.de](http://www.perfekt-schlafen.de)  
[www.schoene-traeume.de](http://www.schoene-traeume.de)  
[www.matratzendiscount.de](http://www.matratzendiscount.de)  
[www.forliving.de](http://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](http://www.matratzenunion.de)

[www.markenschlaf.de](http://www.markenschlaf.de)

[www.schlafhandel.de](http://www.schlafhandel.de)

[www.schlafnett.de](http://www.schlafnett.de)

[www.onletto.de](http://www.onletto.de)

**Schlaf**Handel

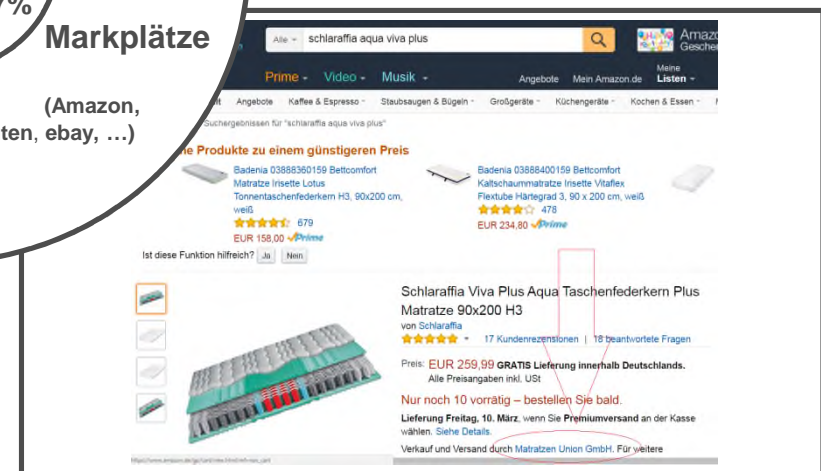
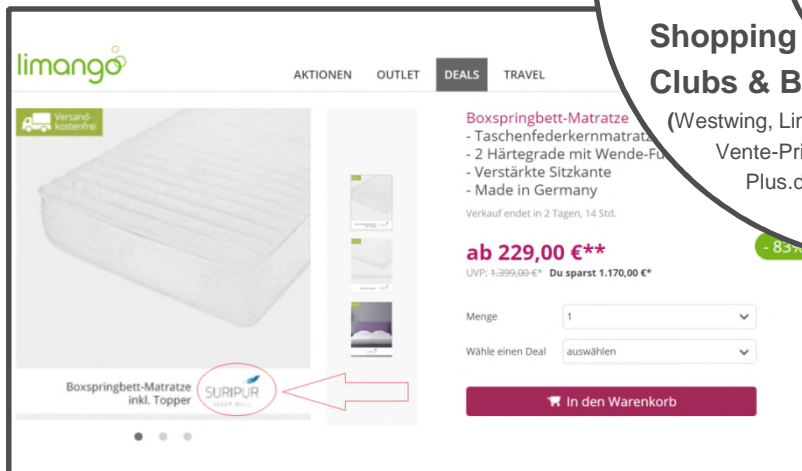
**onletto**<sup>®</sup>  
Online Outlet

**MARKENSCHLAF**<sup>®</sup>

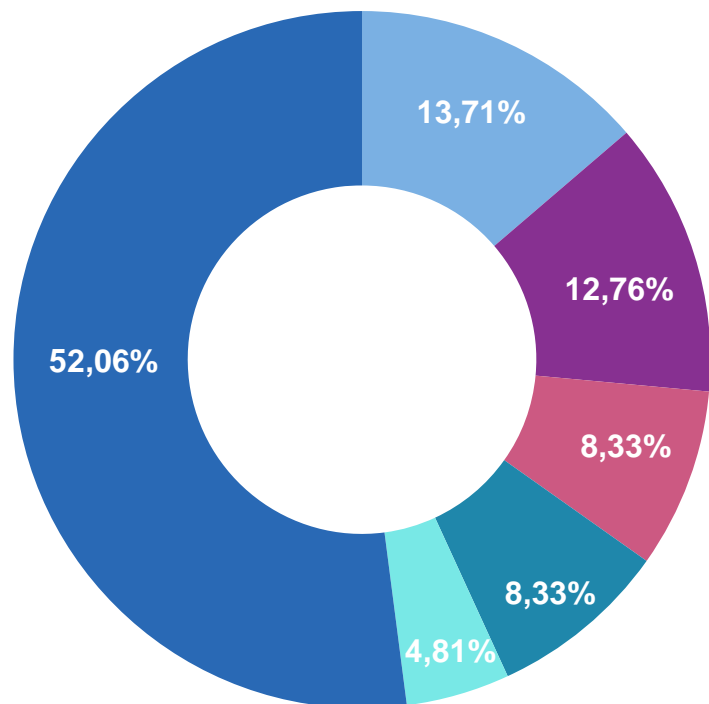
Schlaf**nett**

**Matratzen**  
**UNION**

# 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](mailto:cr@sleepz.com)

SLEEPZ AG | Schlüterstraße 38 | 10629 Berlin  
[www.sleepz.com](http://www.sleepz.com) | [welcome@sleepz.com](mailto:welcome@sleepz.com)

