

SLEEPZ AG

Im Company – Talk: Oliver Borrmann, Vorstand

„Testergebnis „GUT“ unserer Grafenfels Matratze sorgt für steigende Umsätze“

Datum: 07.09.2017

Branche: eCommerce
Marktsegment: Prime Standard
 Frankfurt;
ISIN: DE000A2E3772
WKN: A2E377
Kürzel: BTBB
Aktueller Kurs: 1,95 EUR (XETRA)
Aktienanzahl: 8.280.391
Marktkap.: 16,2 (in Mio. EUR)

Aktionärsstruktur:

Streubesitz 49,04 %
 Carin Pepper-Hellstedt 13,71 %
 Oliver Borrmann 12,76 %
 Heliad Equity 8,33 %
 Alessanderx S.p.A. 8,33 %
 Roland Berger Hold. 4,81 %
 Axxion S.A. 3,02 %

Coverage:

Montega AG
 21.8.2017 HALTEN
 Kursziel: 2,00 Euro

SMC Research
 03.07.2017 speculative buy
 Kursziel: 2,35 Euro

Finanzkalender: 15. 9.2017

Veröffentlichung
 Halbjahresfinanzbericht 2017
30. November 2017
 Veröffentlichung Quartalsmitteilung
 (Stichtag Q3)

mainvestor Company-Talk

Tel.: +49 69-90550555
 Ein Produkt der Mainvestor GmbH
 Eschersheimer Landstraße 42-44
 60322 Frankfurt am Main
kontakt@mainvestor.de
 V.i.S.d.P. Axel Mühlhaus, Dr. Sönke Knop
 Bitte beachten Sie unseren Disclaimer!



Highlights

- „Wollen mit Grafenfels kommendes Jahr deutlich fünfstellige Zahl Matratzen verkaufen“
- „Einstieg des renommierten italienischen Matratzenproduzenten Alessanderx bei SLEEPZ ist ein Meilenstein“
- „Sind heute schon einer der führenden deutschen eCommerce-Anbieter bei Schlafwelten“
- „Wollen im kommenden Jahr profitabel werden und in 3 bis 5 Jahren 100 bis 200 Mio. Euro umsetzen“

Schätzungen SCM Research:

Jahr	Umsatz in Mio. EUR	EBIT in Mio. EUR	Jahresüberschuss in Mio. EUR
2016	14,4	-2,02	-9,56
2017	18,7	-1,05	-1,73
2018	28,9	0,50	0,11

SLEEPZ AG

Hintergrund

Die SLEEPZ AG ist eine auf den Bereich Schlafwelten (Schlafraummöbel, Betten, Lattenroste, Matratzen, Bettwaren, Accessoires) fokussierte eCommerce Unternehmensgruppe. Ihre Tochtergesellschaften sleepz Home GmbH, Matratzen Union GmbH, Ecom Union GmbH und Markenschlaf GmbH betreiben Online-Shops im Bereich Schlafwelten, so u. a. www.perfektschlafen.de, www.markenschlaf.de, www.schlafnett.de, www.matratzenunion.de, www.schlafhandel.de, www.onletto.de, www.schoene-traeume.de oder www.matratzendiscount.de. Weiterhin verfügt die Gruppe über Showrooms in Berlin und Wolfhagen.

Die Grafenfels Manufaktur GmbH hat unter der Marke "Grafenfels" eine eigene Matratzen-Kollektion entwickelt. Die Matratze „Grafenfels Weiss“ ist im Test 09/2017 von der Stiftung Warentest neben anderen Matratzen mit der Note 2,5 zweitplatziert und hat das Testergebnis „gut“ erhalten. Sie erhielt beim mit 35 % wichtigsten Qualitätskriterium „Liegeeigenschaften“ mit 2,1 die beste Note aller getesteten Matratzen. Insgesamt waren 19 Matratzen im Test.

mainvestor Company Talk sprach mit Vorstand Oliver Borrmann

mainvestor: Herr Borrmann, die Stiftung Warentest hat eine Grafenfels Matratze gerade zweitplatziert mit „gut“ benotet. Hat dies Einfluss auf ihr Geschäft?

Oliver Borrmann: Wir sehen bereits jetzt ein deutlich anziehendes Interesse, dabei ist der Test gerade erst wenige Tage im Markt. Aus den Erfahrungen bei vergangenen Tests in der Branche kann man ableiten, dass diese Testeinschätzung auf längere Sicht deutlichen Einfluss auf das Käuferverhalten haben dürfte. Ich habe mich über die Benotung und das tolle Testergebnis mit unserem ganzen Team sehr gefreut. Unser Anspruch bei Grafenfels war es von Anfang an, Matratzen mit einer hervorragenden Qualität zu entwickeln – der Test zeigt, dass wir dies geschafft haben. Denn bei dem A und O einer Matratze, den Liegeeigenschaften, sind wir Bester im Test gewesen. Und haben hier übrigens auch besser abgeschnitten als die bisher im Gesamturteil beste je getestete Matratze. Das gibt uns starken Rückenwind.

mainvestor: Das heißt, Sie sehen für 2018 bei Grafenfels weiter anziehende Umsätze?

Oliver Borrmann: Wir haben die Grafenfels-Matratzen in den vergangenen Quartalen entwickelt und optimiert und dabei die neuesten ergonomischen Erkenntnisse einfließen lassen. Das hat länger gedauert als geplant, aber wir wollten erst dann richtig durchstarten, wenn das Produkt unseren Qualitätsanforderungen entspricht. Wir haben erst letztes Jahr angefangen, unsere Grafenfels-Matratzen zu vertreiben. Der Zeitpunkt des Testergebnisses ist also für uns sehr günstig. Das Testergebnis „gut“ wird definitiv für steigende Umsätze sorgen, im kommenden Jahr wollen wir mit Grafenfels dann eine deutlich fünfstellige Zahl Matratzen verkaufen.

mainvestor: Nun ist Grafenfels nur eine von mehreren Tochtergesellschaften der SLEEPZ AG.

Oliver Borrmann: So ist es. Die eCommerce-Unternehmensgruppe SLEEPZ ist komplett ausgerichtet auf den Bereich Schlafwelten. Aber neben Matratzen bieten wir auch Schlafräumöbel, Lattenroste, Bettwaren oder auch Accessoires. Also eine breite Produktpalette rund um die Schlaf- und Wohnkultur. Z. B. sind wir auch bei Boxspringbetten stark vertreten. Hier ist ja ein deutlicher Trend zu erkennen, von dem wir ebenfalls profitieren.

mainvestor: Wo steht denn die SLEEPZ AG im Vergleich zur Branche?

Oliver Borrmann: SLEEPZ möchte dieses Jahr 18 Mio. Euro umsetzen, nach 14,4 Mio. Euro im Vorjahr. Dies klingt im eCommerce-Bereich nach einer bescheidenen Unternehmensgröße, im Markt der Schlafwelten zählen wir damit aber bereits zu den führenden unabhängigen deutschen eCommerce-Anbietern im Markt. Diese Position möchten wir in den kommenden Jahren natürlich stärken und ausbauen.

mainvestor: Auch durch externes Wachstum?

Oliver Borrmann: Die SLEEPZ AG ist ja bereits heute als übergeordnete Holding mit mehreren Gesellschaften am Markt vertreten. Neben einer Geschäftspolitik, die auf eine deutliche organische Ausweitung der Umsätze zielt, sind wir dabei, die internen Strukturen zu optimieren und signifikante Synergien zu heben. Neben steigenden Umsätzen der Gruppe wollen wir uns so natürlich auch beim Ergebnis verbessern. Aber Zukäufe sind weiter eine Option. Als sich die Heliad im Mai an SLEEPZ beteiligt hat, haben wir ja erklärt, dass wir prüfen wollen, ob nicht die Heliad-Beteiligung Cubitabo GmbH, ebenfalls ein Online-Händler im Bereich Schlafwelten, übernommen werden soll. Diese Prüfung läuft noch.

mainvestor: Nun hat sich in diesem Jahr nicht nur Heliad an SLEEPZ beteiligt, sondern auch Alessanderx. Was ist hier der Hintergrund?

Oliver Borrmann: Alessanderx ist ein sehr erfolgreicher und renommierter Matratzenhersteller aus Italien, der rund 10.000 Matratzen am Tag produziert und mit Magniflex über eine international bekannte Marke verfügt. Wir freuen uns, die Gesellschaft mit an Bord zu haben, wir sehen den Einstieg als einen Meilenstein für die SLEEPZ AG. Wir können so unser Angebotsspektrum erweitern und vor allem auch Projekte gemeinsam umsetzen, die hohe Stückzahlen in Top-Qualität verlangen. Geplant ist auch, gemeinsam Produkte zu entwickeln und Projekte umsetzen, hier werden wir schon die ersten Projekte noch in 2017 sehen. Aber was noch wichtig ist, die Zusammenarbeit mit Alessanderx ist langfristig ausgelegt. Dies kommt auch in der Halteverpflichtung zum Ausdruck. Die aus der Kapitalerhöhung erworbenen SLEEPZ Aktien sind 5 Jahre dieser Halteverpflichtung unterworfen. Dies ist sicher auch Ausdruck dafür, welches Potential Alessanderx in der SLEEPZ AG sieht.

mainvestor: Die SLEEPZ AG ist aus der bmp Holding hervorgegangen. Gibt es aus der Vergangenheit noch Risiken für das Geschäft?

Oliver Borrmann: Ende Juni konnten wir das gesamte Venture Capital Restportfolio verkaufen, damit bestehen aus dem Altgeschäft keine Risiken mehr. Alle Risiken sind im ersten Halbjahr final verdaut worden, weitere Lasten kommen auf SLEEPZ nicht mehr zu. Mit der Umfirmierung in die SLEEPZ AG

Ende August ist die Neuausrichtung nun komplett abgeschlossen. Und wir spüren inzwischen auch Rückenwind, seitdem wir alle Altlasten über Bord geworfen haben und uns voll und ganz auf das operative Geschäft konzentrieren können.

mainvestor: SLEEPZ soll deutlich wachsen; wo wollen Sie denn in einigen Jahren stehen?

Oliver Borrmann: Unser Online-Markt der Schlafwelten entwickelt sich dynamisch. Schon heute zählt die SLEEPZ AG in diesem Markt zu den führenden Gesellschaften. Aus dieser Position heraus wollen wir deutlich wachsen und bereits im kommenden Jahr als Gruppe profitabel werden. Unser Ziel ist es, in 3 bis 5 Jahren in eine Umsatzkategorie von 100 bis 200 Mio. Euro pro Jahr vorzustoßen.

mainvestor: Vielen Dank, Herr Borrmann.

Dieses Dokument stellt weder ein Angebot noch eine Einladung zur Zeichnung oder zum Kauf eines Wertpapiers dar, noch bilden dieses Dokument oder darin enthaltene Informationen eine Grundlage für eine vertragliche oder anderweitige Verpflichtung irgendeiner Art. Vor einer Wertpapierdisposition wenden Sie sich bitte an Ihren Bankberater oder Vermögensverwalter. Die in diesem Interview geäußerten Meinungen und Aussagen geben nicht die Meinung der mainvestor GmbH wieder. Die mainvestor GmbH unterhält Geschäftsbeziehungen mit dem Unternehmen.