

Halfjaarbericht FreshBed Company

24 februari 2023

Inleiding

Bijgaand treft u de halfjaarcijfers aan over juli tot en met december 2022. Zoals reeds in de SOB jaarvergadering 2021 aangegeven vooruitblik is 2022 een jaar van uitstel gebleken met betrekking tot de US markt. Het introduceren in een omvangrijke markt zoals in de US heeft de nodige inspanning gevergd. Hierbij valt dan te denken aan het ontwikkelen van marketingactiviteiten samen met RH, verzorgen van (product)trainingen en het voorbereiden van de hoogwaardige service dienstverlening.

Vooraf de verlate (marketing) lancering van FreshBed in het exclusieve Guesthouse New York (hotel) van onze US-partner Restoration Hardware (RH) heeft langer geduurd dan initieel gepland. Uiteindelijk is in September het Guesthouse New York open gegaan hetgeen een enorme PR met zich heeft meegebracht. Daar RH volledige focus heeft gehad op een perfecte opening van het Guesthouse New York, is de introductie van het FreshBed in de RH Galleries (winkels) achtergebleven en hebben nog niet de benodigde aandacht gekregen qua marketing die de verkoop moeten gaan stimuleren. De gerealiseerde verkopen door de RH Galleries zijn vooralsnog geleverd uit de reeds in 2021 geleverde voorraad.

Halfjaarcijfers

Winst- en verliesrekening (x € 1.000)	Periode 07-2022 – 12-2022	Periode 07-2021 – 12-2021
Omzet	285	3.153
Kostprijs van de omzet	234	2.042
Brutomarge	51	1.111
Bedrijfskosten	779	1.007
EBITDA	-728	104
Afschrijvingen	144	53
EBIT	-872	51
Financiële baten en lasten	147	101
EBT	-1.019	-50
Belastingen	153	8
Netto resultaat	-867	-43

Toelichting op de halfjaarcijfers en het afgelopen halfjaar

Waar de getoonde verkopen in 2021 nog voor 95% betrekking hadden op het opstarten van de activiteiten in de US, is in Q4 2022 juist 95% gerelateerd aan het opstarten van de verkopen in EMEA en het werken aan de officiële marketing introductie in de US samen met onze distributiepartner RH. De marge is afgenomen doordat onder de kostprijs van de

omzet de doorlopende opslagkosten zijn gepresenteerd welke niet gerelateerd zijn aan het aantal verkochte eenheden.

Gedurende het boekjaar zijn reeds besparingen doorgevoerd voornamelijk in de personele kosten. Dit door minder externe inhuur en het niet altijd verlengen van tijdelijke contracten.

De afschrijvingen namen toe voornamelijk als gevolg van het wijzigen van de afschrijvingssystematiek.

De financiële lasten namen toe als gevolg van het uitgeven van een nieuwe NPEX obligatielening met hogere inschrijving.

De belastinglast betreft een dotatie aan de actieve belastinglatentie tegen een percentage van 15%.

Eventuele relevante wijzigingen binnen de onderneming

In H2-2022 is Stichting Administratie Kantoor (STAK) FreshBed is opgericht. Dit om het uitrollen van een optieplan (< 2,5% in het vermogen van FreshBed Company) te faciliteren.

Vanuit het optieplan hebben een aantal medewerkers een toezegging gekregen welke in 2022 ook zijn uitgeoefend en betaald.

Teneinde de vraag vanuit EMEA goed te kunnen managen en opvolgen is besloten te starten in Q4 2022 met het werven van sales personeel die vooral de luxe hospitality kan bedienen.

Vooruitblik op de komende periode

De vraag vanuit consumenten voor slaap oplossingen die bijdragen aan de gezondheid en het welzijn breidt zich snel uit. Dit is duidelijk zichtbaar kijkend naar het aantal wetenschappelijke publicaties en de hoeveelheid research met betrekking tot slaap. Voor 2023 is de verwachting dat de in 2021 geleverde nog op voorraad staande slaapsystemen voor eind H1 verkocht zijn en dat RH hierdoor nieuwe orders moet gaan plaatsen. Derhalve is de verwachte omzet in H1-2023 EUR 1.4M welke voor 90% gerealiseerd zou moeten worden eind H1.

Door de lancering van FreshBed op het RH Retail platform, in de RH Guesthouse New York en de publiciteit die daarmee gepaard is gegaan, is de naamsbekendheid van en vertrouwen in FreshBed in het luxe hospitality segment aanzienlijk toegenomen (vooral in de top 10 luxe hotelketens waarvan we met 3 ketens concreet in gesprek zijn). De toename van de aanvragen vanuit het hogere segment hotels, spa & wellness, komt voornamelijk uit het Midden-Oosten. Voor H2-2023 wordt ook een toename in vraag vanuit de Europese markt verwacht gezien de toename in de naamsbekendheid. Een uitbreiding van onze sales capaciteit is derhalve essentieel om alle kansen goed te benutten.



FRESHBED
BY VAN DOORNEWAARD

Voor H1-2023 zal verder worden onderzocht of een financieringsprogramma voor de Europese markt opportuun is daar dit een erkend business model is binnen de hospitality markt. Er zullen hiervoor gesprekken aangegaan worden met gespecialiseerde externe financieringspartijen. Wij denken hierbij aan een leasingprogramma waar op maandelijkse basis kan gaan worden en waarin een extra verdien capaciteit zit voor de hospitality gezien de upgrade die de FreshBed Slaap Suite met zich meebrengt. De verwachting is dat hospitality partners hierdoor versneld zullen instappen.

Voor wat betreft de product ontwikkeling zal FreshBed, afhankelijk van de omzetontwikkeling, een pas op de plaats maken met zowel het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten als ook met het door ontwikkelen van bestaande producten en diensten.

Eind 2022 is een vooruitbetaling ontvangen van RH op nog te leveren FreshBeds. Dit ter compensatie van het uitblijven van orders (en daardoor marge en liquiditeit) terwijl wij wel op verzoek van RH onze US collectie verder te blijven door ontwikkelen (waaronder de FreshBed App, een aanvullende maat van het FreshBed voor in het RH Guesthouse New York). Verder zijn er gesprekken gestart om aanvullende compensatie te ontvangen voor maatwerkzaamheden die louter voor RH klanten uitgerold zullen gaan worden.

Carpe Noctem,
Barry van Doornewaard
CEO

