



SPVGG UNTERHACHING AUF GEHT'S

Präsentation zum Börsengang der
Spielvereinigung Unterhaching
Fußball GmbH & Co. KGaA

Zeichnungsbeginn 15. Juli 2019
an der Börse München



HAFTUNGSAUSSCHLUSS



Die Informationen in dieser Präsentation stellen kein Angebot zum Verkauf oder zur Zeichnung von Aktien und keine Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes zum Kauf oder zur Zeichnung von Aktien der Spielvereinigung Unterhaching Fußball GmbH & Co. KGaA dar, sondern dienen ausschließlich Informationszwecken.

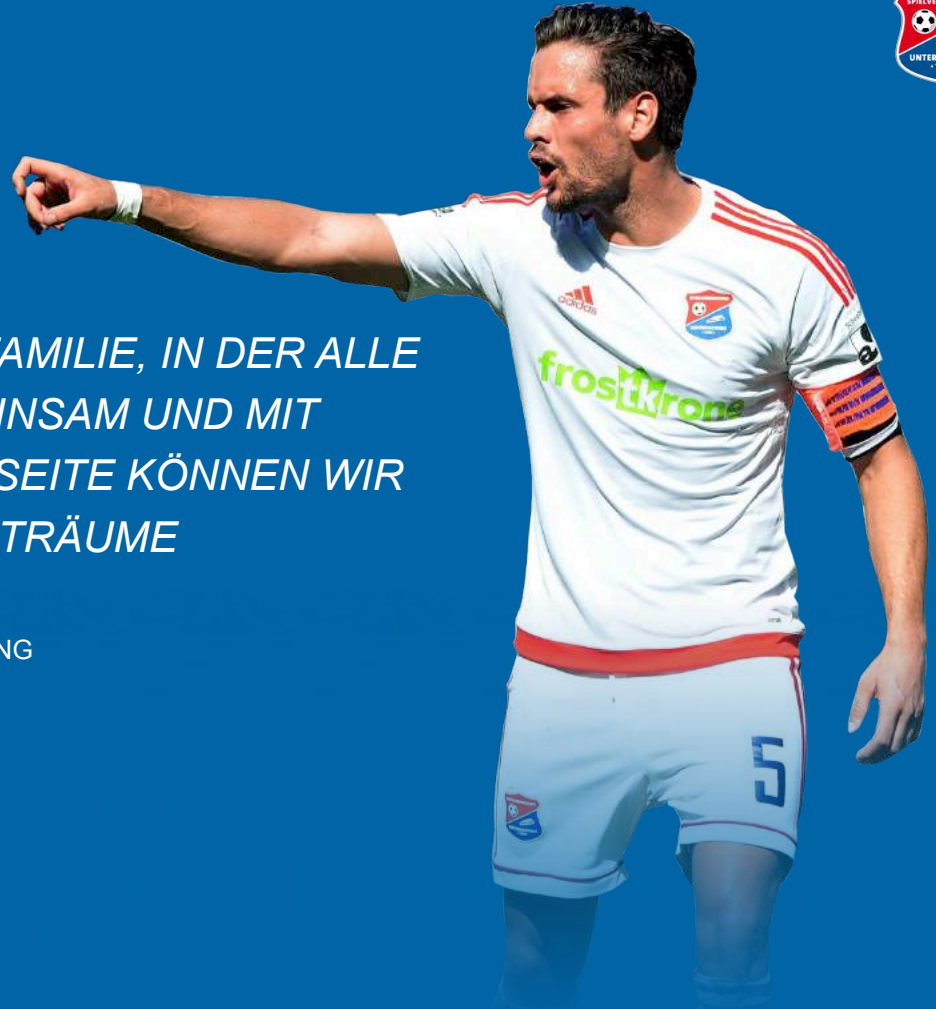
Die nachfolgenden Informationen stellen keine Anlageberatung dar. Sie sind nicht dazu bestimmt und dürfen auch nicht so verstanden werden, eine rechtliche oder steuerliche Empfehlung oder eine Investmentempfehlung abzugeben.

Soweit dieses Dokument zukunftsgerichtete Aussagen enthält, wird darauf hingewiesen, dass zukunftsgerichtete Aussagen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Unsicherheitsfaktoren unterliegen. Es besteht daher die Möglichkeit, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis der Spielvereinigung Unterhaching Fußball GmbH & Co. KGaA wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder geschildert werden. Es besteht keine Verpflichtung der Spielvereinigung Unterhaching Fußball GmbH & Co. KGaA, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu ergänzen oder an zukünftige Begebenheiten und Entwicklungen anzupassen.

SEIT 1925 MEHR ALS EIN VEREIN

„HACHING IST FÜR MICH WIE EINE FAMILIE, IN DER ALLE FÜREINANDER DA SIND. NUR GEMEINSAM UND MIT STARKEN PARTNERN AN UNSERER SEITE KÖNNEN WIR GROßES ERREICHEN UND UNSERE TRÄUME VERWIRKLICHEN.“

SEPPi WELZMÜLLER, KAPITÄN DER SPVGG UNTERHACHING





AGENDA



Auf geht's

SpVgg im Detail

Markt & Umfeld im Detail

ZWEI STELLVERTRETEND FÜR LEISTUNGSSTARKES TEAM MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT



Manfred Schwabl

- Geschäftsführer der Haching Verwaltungs GmbH
- Präsident des e.V. seit 2012
- >300 BL Spiele (u.a. für den FC Bayern und 1. FC Nürnberg)
- 3x Deutscher Meister, 1x DFB Pokalsieger
- Ehemaliger Nationalspieler

Claus Schromm

- Cheftrainer seit März 2015
- Zuvor seit 2012 u.a. Trainer und Sportdirektor
- 2003 bis 2009 Trainer U19 TSV 1860 München
- 1999 bis 2003 Trainer der U19 der SpVgg

BEWEGTE HISTORIE NEUAUSRICHTUNG UND PROFESSIONALISIERUNG SEIT 2012



Mäzenaten-Phase (1973-2012)

- 1973 Bürgermeister Kupka wird Präsident
- Familie Schrobenhauser finanziert sportlichen Aufstieg
- 1976-81 Aufstieg von der B-Klasse bis Bayernliga
- 1989-94 dreimaliger (Wieder-)Aufstieg in 2. Bundesliga
- 1999 Aufstieg in 1. Bundesliga
- 2000 Platz 10 in 1. Bundesliga
- 2001-02 Abstieg aus 1. und 2. Bundesliga in Regionalliga
- 2003 Aufstieg in 2. Bundesliga
- 2007 Abstieg in 3. Liga

Professionalisierungs-Phase (seit 2012)

- Manfred Schwabl folgt Engelbert Kupka als Präsident nach
- Neuausrichtung des Vereins nach 40 Jahren Mäzenatentum
- Erster Schritt:
Schuldenabbau, Fokus auf Haching-Gen und Jugendspieler-Ausbildung (Gründung Nachwuchsleistungszentrum und Auszeichnung mit 1 Stern)
- Zweiter Schritt:
Erweiterung des Präsidiums zur weiteren Professionalisierung
- Dritter Schritt:
Beginn digitale Vermarktung, Aufstieg in 3. Liga (2017)
- Vierter Schritt:
„Auf geht's“ mit Ziel Etablierung in 2. Bundesliga:
Ausgründung Profis, Vorbereitung IPO

DIE SPVGG HEUTE

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN



1925
GEGRÜNDET
25. Januar



TALENTESCHMIEDE
& HOHE DURCHLÄSSIGKEIT
Ausgezeichnetes
Nachwuchsleistungszentrum



SYMPATHIETRÄGER
ATTRAKTIVER WIRTSCHAFTSSTANDORT
Region München und darüber hinaus



3. Liga
AKTUELLE SPIELKLASSE
Aufstieg 2017



3.300 & ≈1.000
ZUSCHAUER & MITGLIEDER
Gute Basis mit erheblichem Potential



PROFESSIONELLE
VERMARKTUNG
Durch Lagardère Sports seit Mai 2018

NACHWUCHSLEISTUNGSZENTRUM (NLZ) IST DAS HERZ DER SPVGG

Sportliche Erfolge in allen
Jugendmannschaften

Junioren Bundesliga,
Meisterschaften, Aufstiege

Duale Karriereplanung

Schulische und berufliche
Ausbildung gehen mit der
sportlichen Förderung einher

Auszeichnung mit
Stern
durch DFB

50% der Profi-
Mannschaft mit
Ausbildung im NLZ

Trainerteam der Profi-
Mannschaft mit 8 Jahren
Ø Vereinszugehörigkeit

Gesamtes Trainerteam
der Profis hat
Wurzeln im NLZ

Regelmäßig neue
Junioren-Nationalspieler

u.a. Janik Haberer, Thomas Hagn,
Tim Schels, Nico Mantl, Julius
Schmid, Josef Gottmeier

Keine
Ausstiegsklauseln

Transfererlöse aus Verkauf
junger Talente

Karim Adeyemi (U17 Nationalspieler) für
3,35 Mio. EUR (+ X) an RB Salzburg



NLZ PROFITIERT VON PARTNERN UND NETZWERK

- Partnerschaften mit zahlreichen Vereinen aus der Region
- Verein wird informiert, bevor ein Spieler zum Probetraining kommt
- Im Falle einer Verpflichtung wird in der Regel eine Entschädigung gezahlt, grundsätzlich auf freiwilliger Basis
- Manfred Schwabl mit sehr guten bis exzellenten Kontakten zu fast allen Profivereinen, da seine Generation heute in vielen verantwortlichen Positionen tätig ist
- Partnerschaftliches Verhältnis zum FC Bayern mit regelmäßigem Austausch über Toptalente und enger Abstimmung über beidseits sinnvolle Strategien



Partnervereine



DIE 3. LIGA 2018/19

EINE ECHE PROFILIGA



MEDIALE PRÄSENZ

ARD Sportschau, BR-Fernsehen und Deutsche Telekom (Magenta Sport) übertragen



KEINE AMATEURE

Zum ersten Mal seit der Gründung der eingleisigen 3. Liga ist keine 2. Mannschaft vertreten



GROßE NAMEN

Zusammengezhlt holten der 1. FC Kaiserslautern, der TSV 1860 München und die Eintracht aus Braunschweig sechs deutsche Meisterschaften und drei DFB-Pokal-Siege



NATIONALE RELEVANZ

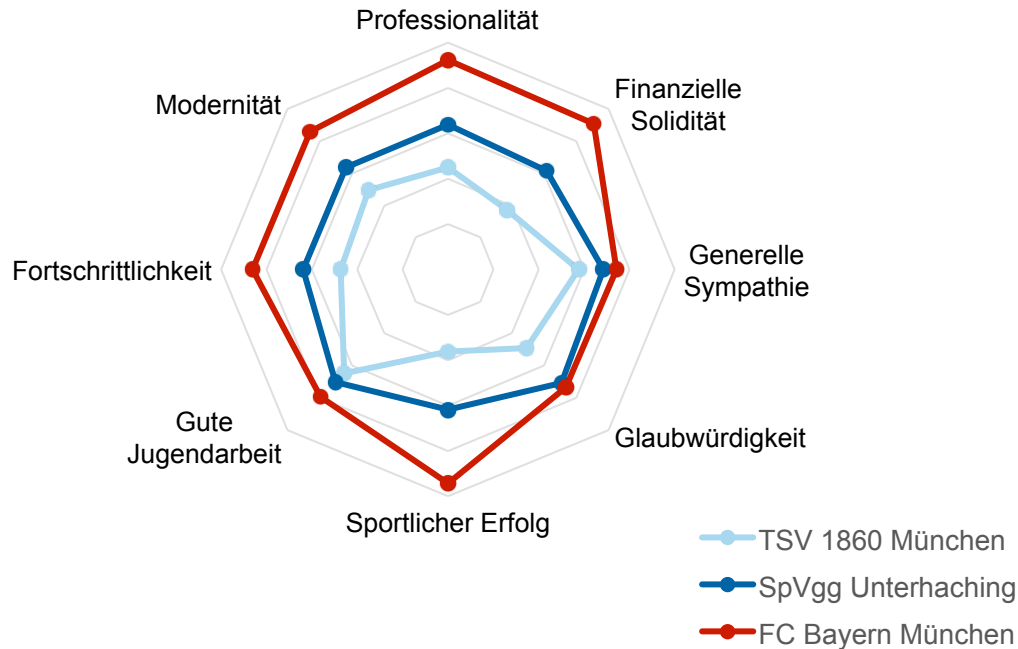
Ob Norden, Osten, Süden oder Westen – die Mannschaften der 3. Liga decken die komplette Landkarte ab



Top-Spiele der Saison 2018/19

FUSSBALL-INTERESSIERTE IM RAUM MÜNCHEN UND IHR BLICK AUF DIE DREI GROSSEN VEREINE

FRAGE: WIE SEHEN SIE DIE VEREINE IM BEZUG AUF...?



Quelle: Befragung von >800 Fußball-Interessierten durch Mafo-Institut Netigate im Juni 2017

68,4% FINDEN DIE SPVGG GENERELL SYMPATHISCH

70,2% SIND VON DER JUGENDARBEIT ÜBERZEUGT

70,4% EMPFINDEN DIE SPVGG ALS GLAUBWÜRDIG



DIE SPVGG HEUTE ATTRAKTIVER WERBEPARTNER



HAUPTSPONSOR



EXKLUSIV-
PARTNER



TEAM-
PARTNER



HACHING-
FAMILIE



CLUB ROT-
BLAU



SYMPATHIETRÄGER
IN DER REGION &
DARÜBER HINAUS

ATTRAKTIVER
WIRTSCHAFTSSTANDORT

SPORTLICHE STABILITÄT
IN DER 3. LIGA

KLARE AUSRICHTUNG
ERFOLGREICHE ZUKUNFT

AUF DIESEM FUNDAMENT WILL DIE SPVGG AN SPORTLICHE ERFOLGE ANKNÜPFEN

Aufstieg
1. Bundesliga

1999

Achtelfinale
DFB-Pokal

2015

Platz 10
1. Bundesliga

2000

Aufstieg
2. Bundesliga

1988

Viertelfinale
DFB-Pokal

2003



AUF GEHT'S RICHTUNG 2. BUNDESLIGA MIT KLARER ROADMAP

Meilensteine

Ausgliederung der Profis	Etablierung 3. Liga	Aufstieg 2. Bundesliga
Nachhaltige Finanzierung		Ausbau Stadion
bis 2019	bis 2020	bis 2022

Etablierung
2. Bundesliga

bis 2025

Strategie

Sportlich weiterentwickeln, im Einklang mit wirtschaftlicher Nachhaltigkeit

Talente noch intensiver fördern (Transfers ohne wirtschaftlichen Zwang)

1. Mannschaft gezielt verstärken und Leistungsträgern eine sportliche Perspektive bieten



DER AUFSTIEG IN DIE 2. BUNDESLIGA BEDEUTET EINE NEUE FINANZIELLE DIMENSION



Einnahmen

TV

in Mio. EUR



10

Faktor **x10**



1

Zuschauer

>6.000

x≈2

3.300

Einnahmen

Sponsoring

in Mio. EUR

4,8

x≈2,5

2

Kosten

Profi-Mannschaft

in Mio. EUR

7,5

x2,5

3

Sportlicher Abstand der 3. zur 2. Bundesliga gering, aber wirtschaftlich exorbitant groß.

In der 3. Liga sind Aufstiegsambitionen und finanzielle Nachhaltigkeit schwer vereinbar.

In der 2. Bundesliga ist eine sportliche und gleichzeitig finanzielle Weiterentwicklung sehr gut realisierbar.

BASIS FÜR EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT VORHANDEN

DIE 4 ECKPFEILER UNSERER NACHHALTIGKEIT



PROFESSIONELL

- Struktur mit KGaA
- Management-Team
- Etatdisziplin
- Vermarktung

JUNG

- Klarer Fokus auf die Entwicklung eigener Top-Talente
- Sehr hohe Durchlässigkeit von Jugend zu Profis

CHARAKTERSTARK

- Alle leben das „Haching-Gen“
- Regionale Verbundenheit mit sympathischem Auftreten

MODERN

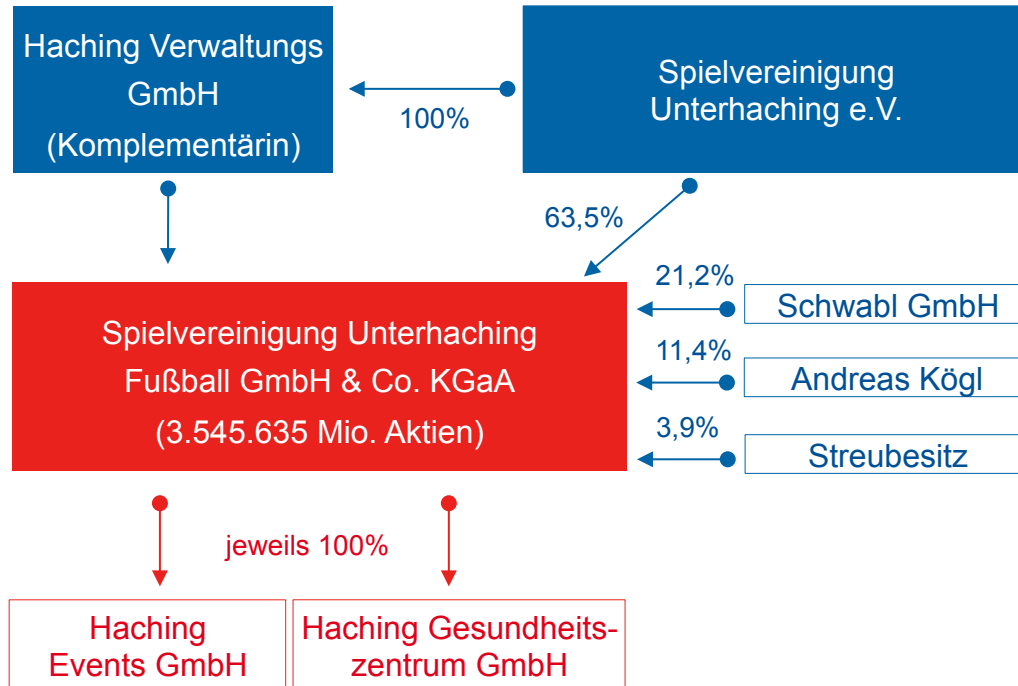
- Nutzung modernster Technologien zur Entwicklung der Spieler, Interaktion mit Fans und Vermarktung



GEPLANTER IPO ALS 5. ECKPFEILER ORGANIGRAMM & ORGANE



Unternehmens- & Aktionärsstruktur vor Börsengang



Geschäftsführung KGaA

(via Haching Verwaltungs GmbH)

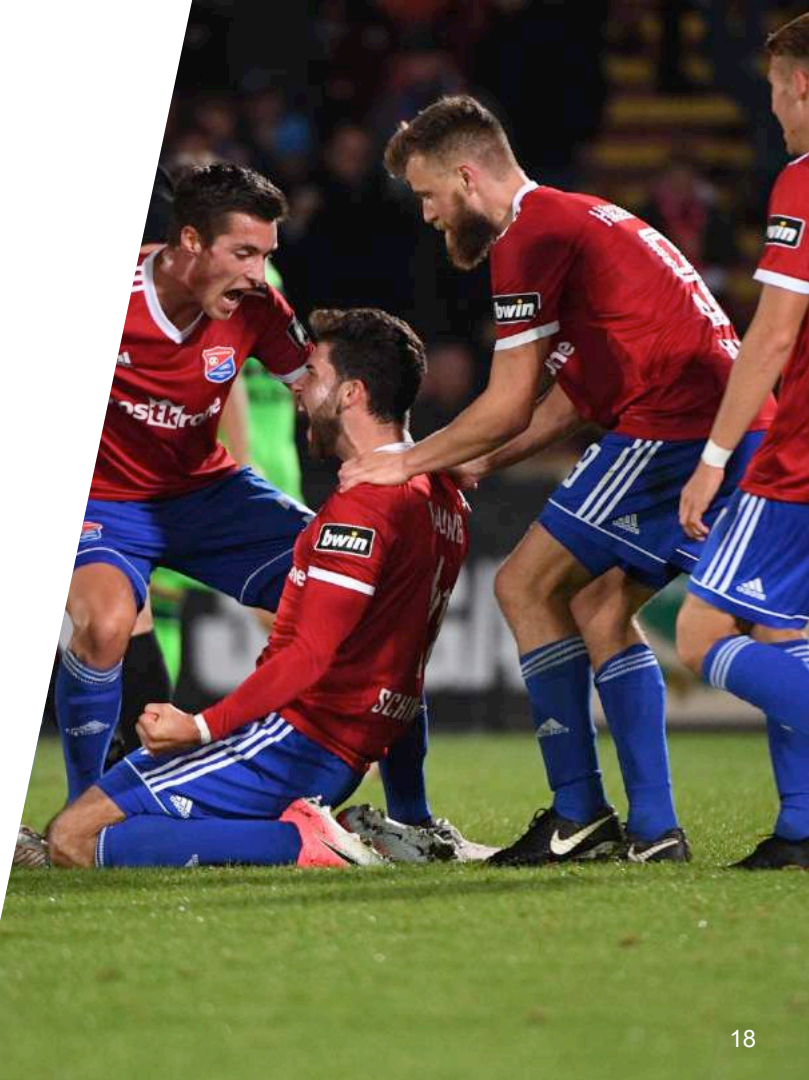
- Manfred Schwabl (GF)
- Peter Wagstyl (Prokurist)
- Dr. Dirk Matten (Prokurist)

Aufsichtsrat KGaA

- Robert Perchtold (Vorsitz)
- Frédéric Dervieux
- Prof. Dr. Florian Kainz
- Andreas Kögl
- Dr. Dirk Monheim
- Dr. Christian Näther

GEPLANTER IPO ALS 5. ECKPFEILER ECKADTEN DER EMISSION

Emittentin	Spielvereinigung Unterhaching Fußball GmbH & Co. KGaA
Grundkapital (vor IPO)	3.545.635 EUR
Anzahl Aktien (vor IPO)	3.545.635 Stück
ISIN / WKN	DE000A2TR919 / A2TR91
Angebote Aktien	bis zu 954.365 Stück (100% aus Kapitalerhöhung)
Ausgabekurs	8,10 Euro
Emissionsvolumen	bis zu 7,7 Mio. Euro
Zeichnungsfrist	15. Juli bis voraussichtlich 26. Juli 2019
Börse	Börse München (m:access)
Emissionsbegleiter	Portfolio Control GmbH
Research	Fairer Wert je Aktie 8,94 Euro (post-money), April 2019, GBC Research



GEPLANTER IPO ALS 5. ECKPFEILER MITTELVERWENDUNG

Investitionen
& Betrieb
NLZ

Laufende Geschäftstätigkeit
& künftige Investitionen ins
Stadion

Rückzahlung
Verbindlichkeiten

11

Mio. EUR (ca.)

Netto-Emissionserlös
(Pre-IPO & IPO)

ca. 4 Mio. EUR
davon bereits im
Pre-IPO gesichert

Investitionen in die Qualität der 1. Mannschaft,
um das Ziel „2. Bundesliga“ zu erreichen.
Schuldenfrei. Planungssicher. Investitionssicher.



GEPLANTER IPO ALS 5. ECKPFEILER FÜR DEN WIRTSCHAFTLICHEN & SPORTLICHEN ERFOLG

MIT DEM BÖRSENGANG KANN DIE SPVGG...

... den eingeschlagenen Weg in Richtung 2. Bundesliga – und damit in eine neue finanzielle Dimension – planungssicher fortsetzen.

... junge Talente noch intensiver für die eigene Profi-Mannschaft fördern und attraktive Transfers ohne wirtschaftlichen Zwang realisieren.

... die 1. Mannschaft gezielt verstärken, damit nicht nur der Aufstieg, sondern auch die Etablierung in der 2. Bundesliga gelingt.

... ihre Ziele mit einer zukunftsfähigen Struktur erreichen, ohne Schulden oder Abhängigkeit von einem Mäzen.

**DIES MACHT DIE SPVGG ZU EINEM ATTRAKTIVEN
INVESTMENT IM WACHSTUMSMARKT FUßBALL.**





AGENDA



*SO WEIT EIN ÜBERBLICK. JETZT
BEANTWORTEN WIR GERNE IHRE
FRAGEN UND GEHEN INS DETAIL.*

„Auf geht’s“

SpVgg im Detail

Markt & Umfeld im Detail

FINANZEN

G+V DES E.V. (NICHT DIE EMITTENTIN)



in TEUR	2016/2017	2017/2018
Spielbetrieb	223,2	327,3
Werbe-, Fernseheinnahmen	630,5	2.593,0
Transfer-, Ausleiherträge	286,3	3.590,7
Sonstige (inkl. Mitgliedsbeiträge, Spenden)	582,8	295,5
Andere Bereiche	369,6	229,1
Summe Erlöse	2.092,3	7.035,6
Personalaufwand	2.183,7	2.617,6
Aufwendungen Lizenzbereich	1.425,4	2.617,6
Verwaltungsaufwand	843,8	1.425,4
Sachaufwand Jugend / Amateure	312,8	312,8
sonstiger Aufwand	467,1	516,6
Beteiligungsergebnis Tochterges.	362,3	367,1
Summe Aufwendungen	4.377,6	5.904,5
Jahresergebnis	-2.285,3	1.131,1

Entwicklung zeigt, dass

- *TV- und Transfererlöse wesentlich für das Ergebnis sind*
- *sich die Arbeit im NLZ auszahlt*
- *auch in der 3. Liga profitabel gearbeitet werden kann (aber mit Transfers, zu Lasten der sportlichen Weiterentwicklung)*

Mehrerlöse in Saison 2018/19 zu erwarten bei

- *Spielbetrieb (Stadionbesucher)*
- *Sponsoring*
- *Merchandising*
- *Catering*

FINANZEN

ERÖFFNUNGSBILANZ KGAA



in TEUR	zum 30.06.18
Immaterielles Anlagevermögen	3.006,4
Sachanlagen	466,1
Finanzanlagen	38,1
Vorräte	14,7
Forderungen aus L. & L.	3.251,6
Sonstiges Vermögen	1.041,5
Flüssige Mittel/Wertpapiere	455,3
Rechnungsabgrenzungsposten	187,2
Summe Aktiva	7.419,5

in TEUR	zum 30.06.18
Grundkapital	3.000,0
Rückstellungen	394,3
Kreditverbindlichkeiten	0,0
Lieferverbindlichkeiten	624,0
Verbindlichkeiten ggü. verbundenen Unternehmen	149,9
Sonstige Verbindlichkeiten	3.250,0
Rechnungsabgrenzungsposten	1,5
Summe Passiva	7.419,5

STRATEGIE FÜR SPORTLICHE UND WIRTSCHAFTLICHE WEITERENTWICKLUNG



Konkurrenzfähige Mannschaft
mit Potential nach oben

Hohe Durchlässigkeit und Vertrauen zwischen Jugend und Profimannschaft

Talentschmiede
&
Sprungbrett

Haching
hautnah
&
Haching
innovativ

Haching
schaut
hin

Wirtschaftlich
nachhaltig

HACHING
PHILOSOPHIE

jung

charakterstark

modern

professionell

*„Auch bei einem
Börsengang und
dem Aufstieg
werden wir unserer
Strategie treu
bleiben.“*

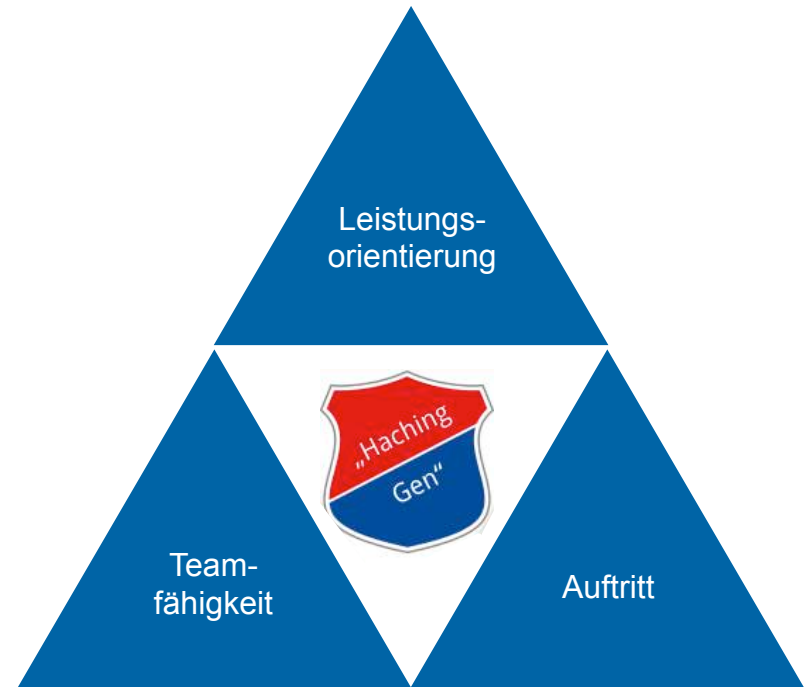
Manfred Schwabl

MARKENKERN UND POSITIONIERUNG

DAS „HACHING-GEN“



- **Leistungsorientierung**
Optimale Vorbereitung, Disziplin, Messen mit den Besten, stetes Bemühen um Verbesserung
- **Teamfähigkeit**
Einsatz, Unterstützung für den Kollegen, sprechen miteinander – nicht übereinander, Orientierung am Beitrag für das Team
- **Auftritt**
Freundlich, offen, respektvoll, kontrolliert, selbstbewusst aber nie arrogant



STADION & FANS

FUNDAMENT MIT POTENTIAL



- Eröffnung 1992
- Für 14.200 Zuschauer mit Erweiterungsmöglichkeiten auf 15.000
- Gastronomie: VIP-Haus, Almhütte, Wirtshaus mit Biergarten (in Eigenregie)
- Derzeit im Gemeindeeigentum
- Gespräche über einen langfristigen Erbbaurechtsvertrag laufen erfolgsversprechend
- Gebäude würden automatisch auf die KGaA übergehen



STADION & FANS FUNDAMENT MIT POTENTIAL



3.300

ZUSCHAUER

Ø PRO HEIMSPIEL 3. LIGA



300

VIP-KUNDEN

Ø PRO HEIMSPIEL 3. LIGA



≈1.000

MITGLIEDER

SPVGG UNTERHACHING
STAND: JUNI 2018



750

DAUERKARTEN

INHABER (SAISON 2017/18)



20

FAN-CLUBS

DEUTSCHLANDWEIT



20.000

FACEBOOK-FANS

STAND: APRIL 2019



EINSATZ DIGITALER TECHNOLOGIEN BAUSTEIN DER NACHHALTIGKEIT



... IN DER VERMARKTUNG



... IM SPORTLICHEN BEREICH

„Speed Court“
Training zur Erhöhung der
Handlungsschnelligkeit

„Team-Pro“
GPS basiertes Tracking
der Spieler: Laufstrecke,
Sprints etc.

„motrack PA 10.5
professional“
Aufzeichnung Spiel und
Trainingseinheiten zu
Analysezwecken

i-pad-coach /
tactical pad
Taktikanweisungen vor
und während des Spiels

„Easy2coach & hudl system“:
Übersichtliche Vereinsverwaltung und
professionelle Videoanalysesoftware

HACHING SCHAUT HIN SOZIALE VERANTWORTUNG LEBEN



Wir als SpVgg Unterhaching sind mehr als ein Verein. Daher sind wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und möchten sozial Benachteiligten und Bedürftigen mithilfe fester Sozialpartnerschaften Freude bereiten. Nach dem Motto »Haching schaut hin« werden seit Jahren diverse soziale Projekte mit Spenden und Benefizaktionen unterstützt und gelebt.





AGENDA



Auf geht's

SpVgg im Detail

Markt & Umfeld im Detail

DER MARKT

MEDIALISIERUNG, PROFESSIONALISIERUNG UND FINANZIERUNG



VEREINSSEITE

- › Die Medialisierung ist einer der treibenden Faktoren der Kapitalisierung im Fußball
- › Durch globalisierte Sport- und Spielermärkte stehen Vereine im internationalen Wettbewerb um leistungsstarke Spieler
- › Professionalisierung und Kapitalisierungsdruck nehmen zu
- › Die Budgets steigen stetig, um im hochprofessionellen Spitzensport wettbewerbsfähig zu bleiben
- › Der Wettbewerb um langfristige Investoren steigt

*Herausforderung für Vereine:
Wie kann sportlicher Erfolg mit
wirtschaftlicher Nachhaltigkeit in
Einklang gebracht werden?*

DER MARKT

MEDIALISIERUNG, PROFESSIONALISIERUNG UND FINANZIERUNG



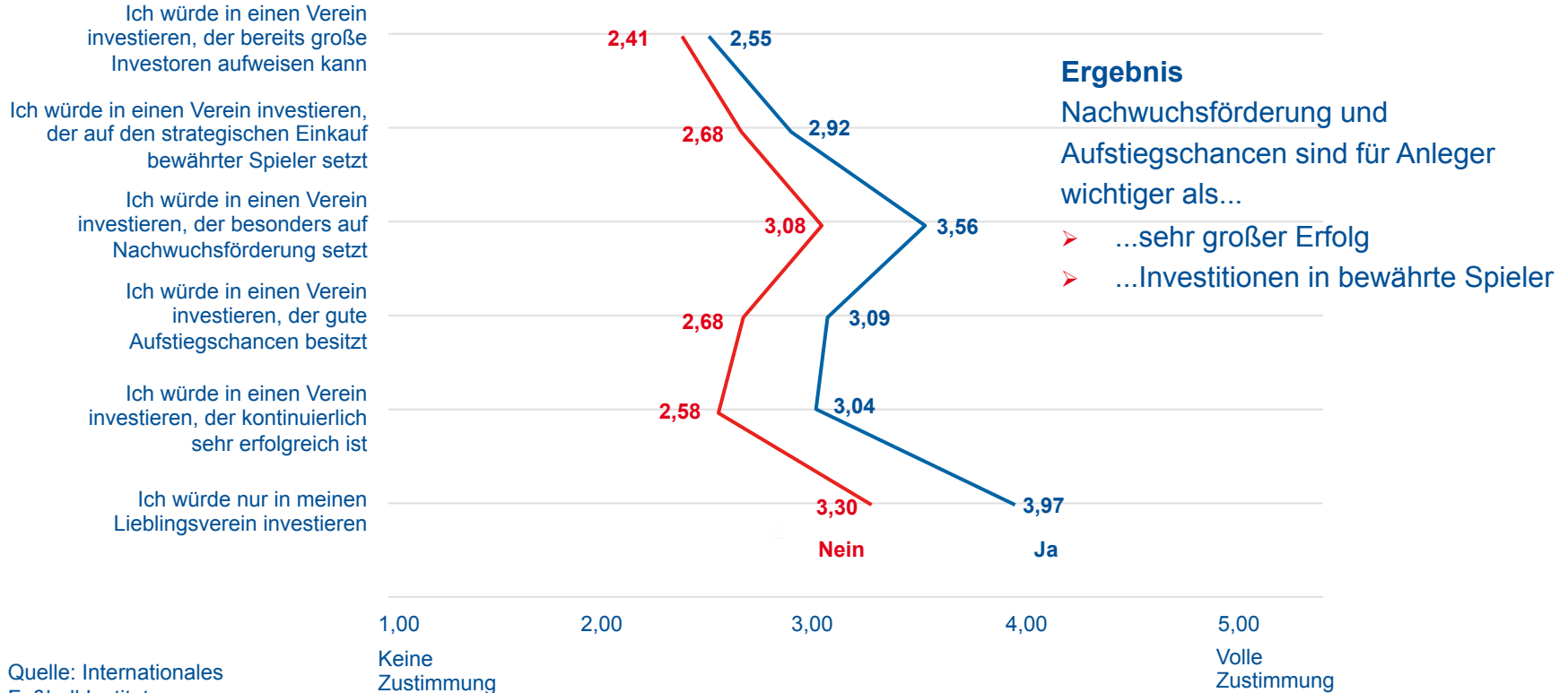
ANLEGERSEITE

- Aufgrund des Niedrigzinsumfelds steigt bei institutionellen und privaten Anlegern das Interesse an alternativen & neuen Investitionsformen, insbesondere bei „risikoaffinen Anlegern“
- Durch Medialisierung und ständige Präsenz steht Fußball inzwischen im Fokus von Investoren
- Professionelle Investoren nehmen zunehmend auch Sportobjekte in die Anlagestrategie auf
- Auch bei Partnern und Sponsoren der Clubs nimmt das Interesse an Investmentmöglichkeiten und strategischen Partnerschaften mit Beteiligungen zu

*Chance für die SpVgg:
Mitgliedern, Fans, Partnern sowie
institutionellen und privaten
Anlegern eine Investitionsmöglichkeit
mit attraktiven Perspektiven bieten.*

DER MARKT

INVESTITIONSBEREITSCHAFT GEGENÜBER CLUB-AKTIEN GRUNDSÄTZLICH POSITIV



DIE FANS DER SPVGG UNTERHACHING EINE SPANNENDE ZIELGRUPPE



„JUNGE FAMILIE“

Knapp 70% der Fans sind zwischen 18 und 34 Jahren alt - 20% sind älter als 35



HOHER BILDUNGSSTAND

60% der Fans sind Abiturienten und besitzen einen Hochschulabschluss



MÄNNER-ÜBERZAHL

Zwei Drittel der Fans sind Männer



REGIONALER FOKUS

90% der Fans kommen aus Süddeutschland bzw. aus Österreich





SPVGG UNTERHACHING
Auf geht's

**VIELEN DANK
FÜR IHR INTERESSE.**

KONTAKT

*Spielvereinigung Unterhaching
Fußball GmbH & Co. KGaA
M: aktie@spvggunterhaching.de*

*Portfolio Financial Services GmbH
Bernd Oster
T: +49 (0)8151 / 268 65 30
M: b.oster@portfoliofinance.de*