



KEY FACTS

2. QUARTAL 2019:

- Zahl der beOne Member stark gewachsen | [SEITE 2](#)
- One Click Book gelauncht | [SEITE 2](#)
- Re-Designs in Salzburg und Edinburgh | [SEITE 3](#)
- Mit German Brand Award und als Leading Employer ausgezeichnet | [SEITE 4](#)
- Auslastung auf 81 (Vj. 80)% erhöht | [SEITE 5](#)
- Umsatz um 18% auf 147 (Vj. 124) Millionen Euro gestiegen | [SEITE 5](#)
- EBITDA um 25% auf 51 (Vj. 41) Millionen verbessert | [SEITE 5](#)

1. HALBJAHR 2019:

- 71 (Vj. 65) Hotels mit 20.157 (Vj. 18.064) Zimmern in Betrieb | [SEITE 5](#)
- Umsatz um 20% auf 267 (Vj. 222) Millionen Euro gestiegen | [SEITE 5](#)
- EBITDA um 28% auf 83 (Vj. 65) Millionen Euro verbessert | [SEITE 5](#)
- Dividende von 70 (Vj. 10) Millionen Euro ausgeschüttet | [SEITE 6](#)
- Europäischer Hotelmarkt mit stabilem Wachstum | [SEITE 8](#)
- Markteintritt in Polen für 3. Quartal annonciert | [SEITE 8](#)



ZAHL DER BE ONE MEMBER STARK GEWACHSEN

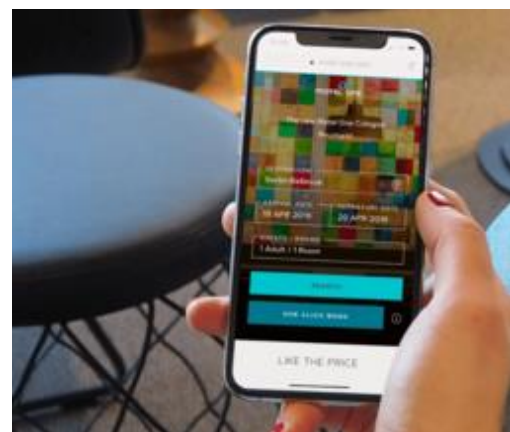
Im Dezember 2017 startete Motel One das digitale Membership Programm beOne. Seither ist die Zahl der beOne Member kontinuierlich gewachsen und betrug zum 30. Juni 2019 bereits 436.000 Member und stieg damit um 132.000 neue Member im ersten Halbjahr. Das digitale Membership Programm ist die Plattform für zahlreiche Projekte der Digitalisierung und damit auch zentraler Bestandteil der Digitalstrategie. Neben den dauerhaften Benefits, wie kostenfreies Mineralwasser und Late Check out am Sonntag, überzeugen die Member vor allem die digitalen Vorteile.



Schnelle und direkte Buchung über die Motel One Kanäle sowie die „Last Room Availability“, also der Zugriff auf die höchstmögliche Verfügbarkeit, sind dabei wichtige Bausteine. Zusätzlich bleibt das Programm durch wechselnde temporäre Benefits und die stetige Erweiterung der digitalen Vorteile für beOne Member dauerhaft spannend.

ONE CLICK BOOK GELAUNCHT

Ein weiterer wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Buchungswege ist das „One Click Book“ Konzept. Damit können beOne Member exklusiv ihren Aufenthalt auf der Motel One Website noch schneller und bequemer buchen. Nach einmaliger Registrierung und Hinterlegung der Buchungspräferenzen im beOne Profil kommt man dann mit nur einem Klick auf die Buchungszusammenfassung. Die One Click Book Funktion ist damit die schnellste Art digital ein Motel One Zimmer zu buchen.





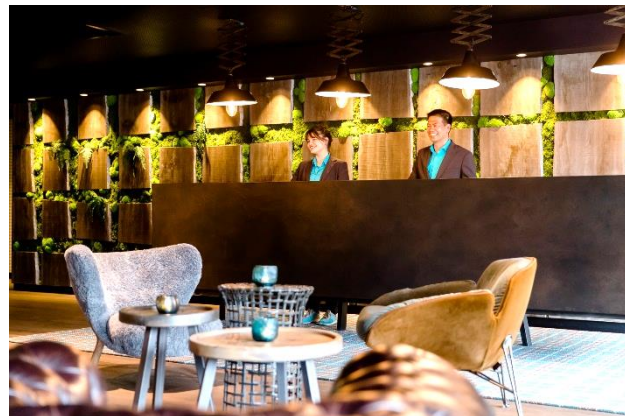
REDESIGNS IN SALZBURG UND EDINBURGH

Motel One investiert, neben den Neueröffnungen, in einem Rhythmus von nur sieben Jahren auch weiter konsequent in die Re-Designs der bestehenden Hotels. So wird die Weiterentwicklung in Produkt und Qualität gewährleistet und das Markenversprechen in jedem Motel One Standort gewährleistet. Im zweiten Quartal wurden die Re-Designs der Motel One in Salzburg-Süd und Edinburgh-Royal fertiggestellt.

Das Re-Design des **Motel One Salzburg-Süd** ist inspiriert von Salzburgs einzigartiger Naturlandschaft, dem jahrhundertealten Brauchtum sowie dem traditionellen Handwerk. Neben vielen Interior Highlights unterstreichen die Schwarz-Weiß-Fotos von Edward Groeger das Design. Er hat im Auftrag von Salzburg Tourismus Menschen im Salzburger Land portraitiert und damit das Lebensgefühl eingefangen. Im Eingangsbereich werden Gäste von einem beeindruckenden Leuchtenhimmel aus 68 mundgeblasenen Bocci Pendelleuchten empfangen. Drei Himmelschaukeln von Freifrau über einem Wolkenteppich von Jan Kath vermitteln ein Gefühl von Leichtigkeit, Freiheit und Lebensfreude.



In das **Motel One Edinburgh-Royal**, welches sich in einem Gebäude aus dem 16. und 18. Jahrhundert als Teil des UNESCO Weltkulturerbes der Altstadt befindet, zog das Flair der schottischen Highlands ein. Neben edlen Ledersesseln und Fellen, ist hier auch der türkisfarbene Tartan, der speziell für Motel One gewebt wurde, zuhause. Fotografien der einzigartigen Naturlandschaft der Highlands und eine mit echten Farnen und Moosen bepflanzen Rezeptionsrückwand nehmen den Gast mit auf die Reise. Herzstück der neu gestalteten One Lounge ist die aufwendig inszenierte Bar. Eine Lichtinstallation des britischen Design Labels Lee Broom besteht aus 50 unterschiedlichen, geschliffenen Kristallkaraffen und feiert damit den schottischen Single Malt Whiskey.





MOTEL ONE ERHÄLT GERMAN BRAND AWARD

Motel One hat zum zweiten Mal den begehrten **German Brand Award** in Gold erhalten.

Das bis ins Detail durchdachte und umgesetzte Marketingkonzept überzeugte die Jury und setzte sich so in der Kategorie „Excellent Brands – Tourism“ gegen den Wettbewerb durch. Mit dem German Brand Award werden jährlich Marken ausgezeichnet, die mit ihrer konsequenten Markenführung und nachhaltigen Markenkommunikation wegweisende Impulse für die ganze Branche setzen.



Verliehen wird der Award durch den Rat für Formgebung – das weltweit führende Kompetenzzentrum für Kommunikation und Wissenstransfer im Bereich Design, Marke und Innovation – und dem German Brand Institute.

MOTEL ONE ALS LEADING EMPLOYER AUSGEZEICHNET

Motel One wurde als **Leading Employer** ausgezeichnet und zählt damit zu den Top 1 Prozent der Arbeitgeber in Deutschland, gemessen über alle Branchen, Unternehmensgrößen und Organisationsformen hinweg.

In den Punkten Mitarbeiterzufriedenheit, Mitarbeiterangebote und HR-Expertise konnte Motel One überzeugen. Die Metastudie Leading Employer untersuchte rund 70.000 Unternehmen in Deutschland auf die Qualitäten als Arbeitgeber. Zur Ermittlung der Leading Employer wurden Auditierungen, Mitarbeiterstimmen, Jury-Wettbewerbe, in- und externe Fragebögen, unabhängige Studien, Mitgliedschaften und öffentliche Befragungen umfassend analysiert. Vergeben wurde der Award von der 3.works GmbH in Medienpartnerschaft mit „DIE ZEIT“.





INCOME STATEMENT

Zum 30. Juni 2019 sind 71 (Vj. 65) Hotels mit 20.157 (Vj. 18.064) Zimmern in Betrieb. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wurden mit Glasgow, Bonn-Beethoven, Frankfurt-Römer, Leipzig-Post, Köln-Neumarkt und München-Messe insgesamt 6 (Vj. 8) Hotels mit 2.093 (Vj. 2.527) Zimmern neu eröffnet. Im zweiten Quartal 2019 wurde, bei einer Auslastung von 81 (Vj. 80)%, ein um 18% über dem Vorjahr liegender Umsatz von 147 (124) Millionen Euro erreicht. Der EBITDA stieg um 25% auf 51 (Vj. 41) Millionen Euro. Das Ergebnis vor Steuern stieg um 53% auf 35 (Vj. 23) Millionen Euro.

	Q2			YTD Juni		
	2019	2018	+/-	2019	2018	+/-
Statistics:						
No. Hotels	71	65	9	71	65	9
No. Rooms	20.157	18.064	12	20.157	18.064	12
Occupancy (%)	81,1	80,1	1	74,7	73,7	1
RevRoSold (EUR)	99,0	95,0	4	98,0	93,7	4
Income Statement:	kEUR	kEUR	% py	kEUR	kEUR	% py
Revenue	147.221	124.420	18	267.153	222.171	20
EBITDA	51.387	41.089	25	83.009	64.814	28
EBIT	36.558	24.912	47	56.623	39.516	43
EBT	34.568	22.661	53	52.297	35.637	47
NET PROFIT	24.198	15.863	53	36.608	24.946	47
Performance:	% Rev	% Rev	% Pts.	% Rev	% Rev	% Pts.
EBITDAR	52,2	50,0	2,2	49,8	47,8	1,9
Lease payments	-17,3	-17,0	-0,4	-18,7	-18,7	0,0
EBITDA	34,9	33,0	1,9	31,1	29,2	1,9
EBIT	24,8	20,0	4,8	21,2	17,8	3,4
EBT	23,5	18,2	5,4	19,6	16,0	3,5

Im ersten Halbjahr 2019 verbesserte sich die durchschnittliche Auslastung auf 75 (Vj. 74)% bei einem um 4 EUR gegenüber dem Vorjahr gestiegenen Preis pro vermietetem Zimmer von 98 (Vj. 94) Euro. Der Umsatz stieg um 20% auf 267 (Vj. 222) Millionen Euro und der EBITDA wuchs um 28% auf 83 (Vj. 65) Millionen Euro. Nach Abschreibungen und Zinsaufwand stieg das Ergebnis vor Steuern um 47% auf 52 (Vj. 36) Millionen Euro. Die zum Vorjahr nochmals verbesserte Umsatzrendite liegt auf der operativen Ebene des EBITDA nun bei 31 (Vj. 29)% und auf Ebene des EBIT bei 21 (Vj. 18)%.



CASH FLOW STATEMENT UND BALANCE SHEET

Der operative Cash Flow stieg im ersten Halbjahr 2019, auch durch eine Kaufpreiszahlung aus einer Immobilientransaktion des Vorjahres, auf 157 (Vj. 65) Millionen Euro. Die Investitionen in das Re-Design beliefen sich auf 22 (Vj. 28) Millionen Euro. Der für die Expansion verfügbare Cash Flow wuchs auf 132 (Vj. 34) Millionen Euro. Dieser wurde für Investitionen in eigene Immobilien mit 41 (Vj. 12) und FF&E Investitionen mit 7 (Vj. 15) verwendet. Nach einer auf 70 (Vj. 10) Millionen Euro erhöhten Dividende stiegen die liquiden Mittel auf 131 (Vj. 115) Millionen Euro.

Cash Flow Statement	Q2			YTD Juni		
	2019	2018	+/-	2019	2018	+/-
	kEUR	kEUR	% py	kEUR	kEUR	% py
EBITDA reported	51.387	41.089	25	83.009	64.814	28
- Net Working Capital	1.695	4.160	-59	73.742	-77	>100
Operating Cash Flow	53.082	45.249	17	156.751	64.737	>100
- Re-Design Capex	-14.082	-16.674	-16	-22.408	-28.000	-20
- Taxes	-10.370	-6.798	53	-15.689	-10.691	47
Free Cash Flow after taxes	28.630	21.777	31	118.654	26.046	>100
- Equity Cash Flow	-2.936	-1	>100	-2.904	0	
- Debt Cash Flow	39.588	3.213	>100	16.581	7.613	>100
Cash Flow for Expansion Capex	65.282	24.989	>100	132.331	33.659	>100
- CAPEX new Hotels PROPCO	-37.288	-6.581	>100	-41.202	-11.961	>100
- CAPEX new Hotels FF&E	-4.523	-8.383	-46	-7.217	-15.111	-52
- Dividends	-70.000	-10.000	>100	-70.000	-10.000	>100
Net Cash Flow	-46.529	25	<100	13.912	-3.413	<100
Cash at end of period	131.421	114.585	15	131.421	114.585	15

Die Eigenmittel wuchsen um 10% auf 453 (Vj. 410) Millionen Euro und entsprechen einer Eigenfinanzierungsquote von 60 (Vj. 61)%. Die Nettoschulden stiegen um 18% auf 222 (Vj. 189) Millionen Euro und belaufen sich auf das 1,3 (Vj. 1,4) -fache des EBITDA.

Net Balance Sheet	June, 30				
	2019		2018		+/- Vj.
	kEUR	%	kEUR	%	%
Fixed Assets	751.889	100	672.191	100	12
Equity	453.143	60	410.653	61	10
Net working capital	76.627	10	72.661	11	5
Net debt	222.119	30	188.877	28	18
EBITDA Rolling 12 months	168.445		131.072		29
Net Debt/EBITDA	1,3		1,4		



HOTELS IN OPERATION UND DEVELOPMENT

Zum 30.06.2019 sind 71 (Vj. 65) Hotels mit 20.157 (Vj. 18.064) Zimmern in Betrieb. Davon befinden sich 15 (Vj. 16) Hotels mit 3.652 (Vj. 3.397) Zimmern im Eigentum und 7 (Vj. 4) Hotels mit 1.626 (Vj. 1.086) Zimmern sind nach der Sale & Leaseback Transaktion aus dem Dezember 2018 in einer Leasingstruktur finanziert. Der Anteil der Mietverträge liegt mit 49 (Vj. 45) Hotels und 14.879 (Vj. 13.581) Zimmern bei 74 (Vj. 75)%. International sind nun 21 (Vj. 20) Hotels mit 6.065 (Vj. 5.694) Zimmern in Betrieb. Dies entspricht einem Anteil von 30 (Vj. 32)%.

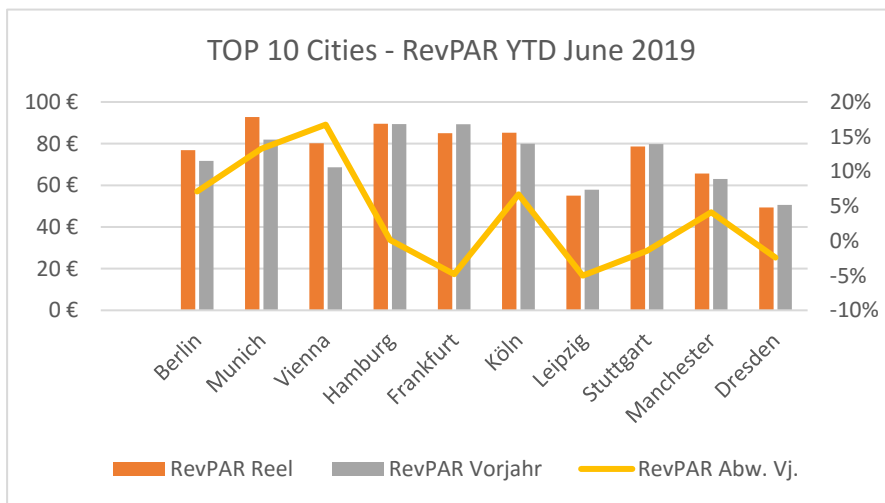
	June 30, 2019			June 30, 2018			+/- py	
	Hotels	Rooms	%	Hotels	Rooms	%	Hotels	Rooms
in operation								
Owned Hotels	15	3.652	18	16	3.397	19	-1	255
Leased Hotels	7	1.626	8	4	1.086	6	3	540
Rented Hotels	49	14.879	74	45	13.581	75	4	1.298
Total in operation	71	20.157	100	65	18.064	100	6	2.093
- Germany	50	14.092	70	45	12.370	68	5	1.722
- International	21	6.065	30	20	5.694	32	1	371
under development								
Owned Hotels	7	2.525	31	9	3.330	35	-2	-805
Rented Hotels	20	5.582	69	20	6.084	65	0	-502
Total Pipeline	27	8.107	100	29	9.414	100	-2	-1.307
- Germany	17	5.134	63	18	6.012	64	-1	-878
- International	10	2.973	37	11	3.402	36	-1	-429
Total secured								
Owned Hotels	22	6.177	22	25	6.727	24	-3	-550
Leased Hotels	7	1.626	6	4	1.086	4	3	540
Rented Hotels	69	20.461	72	65	19.665	72	4	796
Total secured	98	28.264	100	94	27.478	100	4	786
- Germany	67	19.226	68	63	18.382	67	4	844
- International	31	9.038	32	31	9.096	33	0	-58

Im Development befinden sich aktuell 27 (Vj. 29) Hotels mit 8.107 (Vj. 9.414) Zimmern. Davon werden wiederum 7 (Vj. 9) Hotels mit 2.525 (Vj. 3.330) Zimmern für den eigenen Immobilienbestand entwickelt. Das vertraglich gesicherte Wachstum stieg auf 98 (Vj. 94) Hotels mit rund 28.300 (Vj. 27.500) Zimmern. Im 1. Halbjahr 2019 wurden keine neuen Projekte abgeschlossen.



HOTELMARKT EUROPA

Der Hotelmarkt in Europa hat im ersten Halbjahr 2019 mit einem RevPAR Plus von 2,7% zum Vorjahr eine gute Performance gezeigt. Deutschland mit 3,4% und UK mit 3,6% waren Outperformer.



Die für Motel One wichtigsten TOP-10-Städte zeigten ein gewichtetes RevPAR Plus von 6,1%. Die größten Gewinner waren Wien mit 16,7%, München messebedingt mit 13,3% und Berlin mit einem RevPAR Plus von 7,1% zum Vorjahr. RevPAR Verlierer waren im ersten Halbjahr Leipzig mit einem Minus von 5%, messebedingt Frankfurt mit einem Minus von 4,8% und Dresden mit einem Minus von 2,4% (Quelle: STR Global).

AUSBLICK

Im zweiten Halbjahr 2019 werden mit den Motel One in München-Haidhausen und Linz zwei weitere Hotels in der DACH-Region eröffnet. Darüber hinaus wird mit der geplanten Eröffnung des Motel One Warschau-Chopin der Markteintritt in Polen erfolgen.

Hinsichtlich der Marktpformance gehen wir davon aus, dass die Nachfrage zwar grundsätzlich weiter von den Megatrends Globalisierung und Urbanisierung getragen wird. Dennoch werden die Auslastungen und Preise in den meisten europäischen Städten unter Druck geraten, da neue Kapazitäten in erheblichem Umfang, insbesondere in UK und Deutschland, annonciert sind. Weiter können sich Terrorakte kurzfristig sehr negativ auf die Reisetätigkeit auswirken. Darüber hinaus sind latente Risiken durch Brexit und Handelskonflikte sowie durch die schwelenden politischen Konflikte, aktuell mit dem Iran, vorhanden.

München, im August 2019