



## KEY FACTS

### 2. QUARTAL 2020:

- Auswirkungen des Lockdown | [SEITE 2](#)
- Re-Start und Hygiene-Konzept | [SEITE 2](#)
- Motel One Roadtrips inspirieren für Urlaub daheim | [SEITE 3](#)
- Umsatz zum Vorjahr um 86% eingebrochen | [SEITE 4](#)
- Erster Quartalsverlust in der Firmengeschichte | [SEITE 4](#)

### YTD 2020:

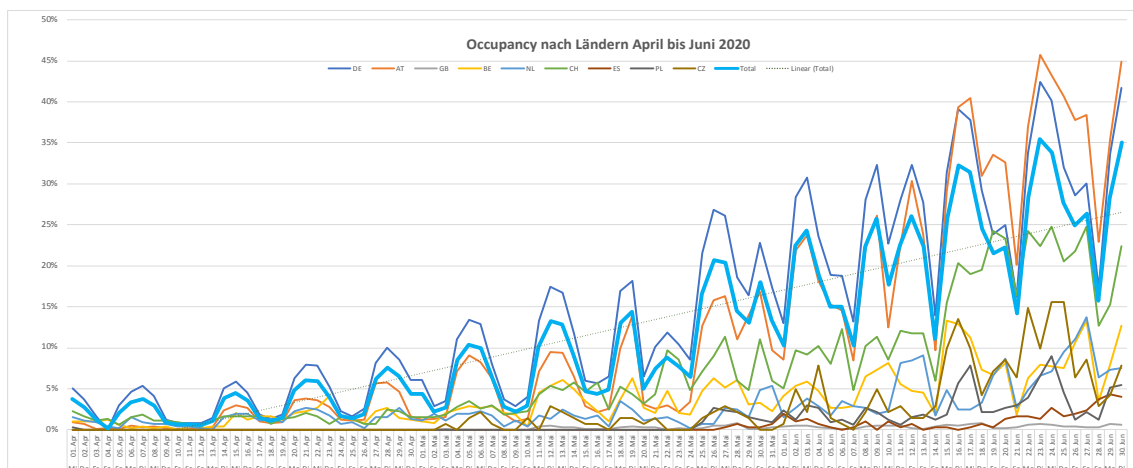
- Auslastung sinkt auf 31 (Vj. 75) % | [SEITE 4](#)
- Umsatz mit 120 (Vj. 267) Millionen Euro um 55% unter Vorjahr | [SEITE 4](#)
- Auch das Halbjahresergebnis mit tiefroten Zahlen | [SEITE 4](#)
- Mit Cash-Reserve von 204 (Vj. 131) Millionen Euro für die zweite Phase der Krise gut gerüstet | [SEITE 5](#)
- Einschätzungen zur Entwicklung der Branche | [SEITE 8](#)
- Krisenmanagement und Konjunkturpaket | [SEITE 10](#)
- Krise als Chance für Europa | [SEITE 10](#)

## AUSWIRKUNGEN DES LOCKDOWN

Nach dem erfolgreichen Geschäftsjahr 2019 und den guten beiden ersten Monaten des Jahres sind ab Mitte März die Umsätze völlig weggebrochen. Viele Hotels wurden behördlich geschlossen und wir mussten für unsere 2.600 Mitarbeiter Kurzarbeit anordnen. Parallel wurde ein striktes Cost Saving Programm eingeleitet. Die Hotels wurden nur noch mit Notfallteams besetzt, das Head Office komplett auf Home-Office umgestellt. Das gesamte Management ging mit Gehaltsverzicht voran. Trotz der rechtlichen Unsicherheit zu § 313 BGB haben wir die Mieten weiter voll gezahlt. Parallel konnten wir mit einer Vielzahl unserer Vermietern individuelle, partnerschaftliche Lösungen finden. All diese Maßnahmen konnten dennoch nicht verhindern, dass in der Phase des Lockdown und den ersten Wochen des Re-Starts Liquiditätsabflüsse von rund 60 Millionen Euro zu verkraften waren.

## RE-START UND HYGIENEKONZEPT

Seit Mitte Juni sind alle Hotels wieder geöffnet, in UK bis Juli noch mit Einschränkungen. Motel One ist bestens auf den Re-Start vorbereitet, strenge Sauberkeits- und Hygienevorschriften waren auch vor Corona an der Tagesordnung. Die Bewertungen der Sauberkeit lagen schon VOR-Corona bei einem Spitzenwert von 9,3 von 10 Punkten. Das neue Hygienekonzept „Motel One Health & Care“ baut darauf auf. Perfekte Sauberkeit und Hygiene auf den Zimmern, verbesserte Technologien zur Virenbekämpfung über technische Vernebelung, Desinfektion in den öffentlichen Bereichen und eine intensive Schulung der Mitarbeiter sind Bestandteile des Konzeptes. Zudem wurden Audits aller Motel One durch das SGS Institut Fresenius durchgeführt und die Hotels zertifiziert.

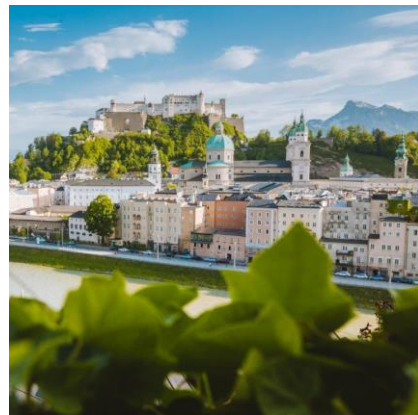


Die wieder steigenden Auslastungen unserer Hotels und das Feedback der Gäste stimmen uns optimistisch. Dennoch müssen wir davon ausgehen, dass bis mindestens Mitte nächsten Jahres weitere Verluste und Liquiditätsabflüsse zu verkraften sind. Wir sind dank unserer Rücklagen auch für diese zweite Phase der Krise gut aufgestellt und werden mit unserer starken Plattform auch die sich bietenden Wachstumschancen konsequent nutzen.

## MOTEL ONE ROADTRIPS INSPIRIEREN FÜR URLAUB DAHEIM

Urlaub im eigenen Land, das ist in diesen Corona Zeiten ein Trend, den Motel One mit selbst recherchierten Roadtrips unterstützt und damit Ideen liefert, wie eine Sommerreise aussehen könnte. Dabei wurden neben den ganz klassischen Sehenswürdigkeiten, regionale oder saisonale Highlights und Insidertipps in die Routen mit aufgenommen. Daraus entstand ein ganz besonderer Mix, Entdeckungsreisen von Motel One zu Motel One, jenseits des Altbekannten. Beispielsweise Hamburg - Lübeck – Rostock: die schönste Art, sich eine frische Brise um die Nase wehen zu lassen und in einem Strandkorb zu chillen. Eine Reise für Kultur- und Naturliebhaber ist der Trip von München über den Chiemsee nach Salzburg. Bei dem Trip Dresden - Leipzig - Magdeburg treffen architektonische Meisterwerke auf modernes Citylife und ganz viel Grün. Oder die kleine Reise von Freiburg nach Basel, mit einem Stopp im Vitra Design Museum, bei dem feine Weine, coole Kunst und pure Natur aufeinandertreffen. Spannend ist auch der Blick auf Berlin, beim Kiezhopping, einmal quer durch die deutsche Hauptstadt von Mitte bis Charlottenburg, gerne auch mit dem Fahrrad. Viele Ideen, den diesjährigen Urlaub anders zu gestalten.

Weitere Informationen unter [www.motel-one.com](http://www.motel-one.com).



## INCOME STATEMENT

Erstmals in der Firmengeschichte von Motel One musste in Folge des Lockdown in der Covid-19 Pandemie im zweiten Quartal 2020 ein Verlust hingenommen werden. Die Auslastung lag gerade noch bei 12 (Vj. 84)% und der Umsatz mit 21 (Vj. 147) Millionen Euro um 86% unter dem Vorjahr.

	Q2			YTD June		
	2020	2019	+/-	2020	2019	+/-
<b>Statistics:</b>						
No. Hotels	74	71	4	74	71	4
No. Rooms	20.851	20.157	3	20.851	20.157	3
Occupancy (%)	11,8	84,3	-72	31,0	74,7	-44
RevRoSold (EUR)	94,5	95,2	-1	101,7	98,0	4
<b>Income Statement:</b>	kEUR	kEUR	% py	kEUR	kEUR	% py
Revenue	21.125	147.221	-86	119.710	267.153	-55
EBITDAR	739	82.821	-99	44.019	144.195	-69
Lease payments	-26.449	-25.511	-4	-52.654	-49.907	-6
EBITDA ex Head Office	-25.710	57.310	<100	-8.635	94.288	<100
Pre-Opening Expenses	-386	-299	-29	-399	-499	20
Head Office Expenses	-2.585	-5.624	54	-5.065	-10.780	53
EBITDA	-28.681	51.387	<100	-14.099	83.009	<100
Amortisation/Depreciation	-21.118	-14.829	-42	-32.086	-26.386	-22
EBIT	-49.799	36.558	<100	-46.185	56.623	<100
Financial Results	-2.694	-1.990	-35	-5.141	-4.326	-19
EBT	-52.493	34.568	<100	-51.326	52.297	<100
Income tax	350	-10.370	>100	0	-15.689	>100
<b>NET RESULT</b>	<b>-52.143</b>	<b>24.198</b>	<b>&lt;100</b>	<b>-51.326</b>	<b>36.608</b>	<b>&lt;100</b>

Dank striktem Kostenmanagement, der Flexibilität unserer Mitarbeiter und der wichtigen Säule der Kurzarbeit, konnten signifikante Einsparungen erzielt und auf Ebene der Hotels noch ein positiver EBITDAR von 0,7 (Vj. 83) Millionen Euro erwirtschaftet werden.

Die vollen Mietzahlungen von 26 (Vj. 26) Millionen Euro sowie die Fixkosten des Head-Office führten jedoch zu einem Minus auf Ebene des EBITDA von 29 Millionen Euro nach einem Plus von 51 Millionen Euro im Vorjahr. Nach Zinsen, Abschreibungen und Steuern musste ein Quartalsverlust von 52 Millionen Euro, nach noch einem Gewinn von 24 Millionen Euro im Vorjahr, hingenommen werden.

Für das gesamte erste Halbjahr lag die Auslastung bei 31 (Vj. 75)%, der Umsatz bei 120 (Vj. 267) Millionen Euro, der EBITDA bei -14 (Vj. 83) Millionen Euro und das Ergebnis nach Steuern bei -51 (Vj. 37) Millionen Euro.

## CASH FLOW STATEMENT

Der operative Cash Flow lag im 2. Quartal bei einem Minus von 54 Millionen Euro, nach einem Plus im Vorjahr von 53 Millionen Euro. Neben dem Verlust auf Ebene des EBITDA wurde die Liquidität im Lockdown zusätzlich durch das Working Capital mit Liquiditätsabflüssen von 25 Millionen Euro belastet. Diese resultieren insbesondere aus den Rückzahlungen von Depositen für abgesagte Messen und dem umsatzbedingten Abbau von Lieferantenverbindlichkeiten. Insgesamt musste im 2. Quartal 2020 ein Liquiditätsabfluss von 60 (Vj. 47) Millionen Euro, trotz des Verzichts der Gesellschafter auf Dividenden, hingenommen werden.

	Q2			YTD June		
	2020	2019	+/-	2020	2019	+/-
	kEUR	kEUR	% py	kEUR	kEUR	% py
EBITDA reported	-28.681	51.387	<100	-14.099	83.009	<100
- Net Working Capital	-24.964	1.695	<100	121.120	73.742	64
Operating Cash Flow	-53.645	53.082	<100	107.021	156.751	-32
- ReDesign Capex	-9.159	-13.639	-33	-20.413	-22.019	-7
- FX Rate Fixed Assets	1.595	-443	<100	7.517	-389	<100
- Taxes	350	-10.370	<100	0	-15.689	<100
Free Cash Flow after taxes	-60.859	28.630	<100	94.125	118.654	-21
- Investing / Divesting Cash Flow	0	0		-10.998	0	
- Equity Cash Flow	-6.353	-2.936	>100	-8.811	-2.904	<100
- Debt Cash Flow	20.803	39.588	-47	-32.182	16.581	<100
Cash Flow for Expansion Capex	-46.409	65.282	<100	42.134	132.331	-68
- CAPEX new Hotels PROPCO	-10.315	-37.288	-72	-16.720	-41.202	-59
- CAPEX new Hotels FF&E	-3.152	-4.523	-30	-3.977	-7.217	-45
- Dividends	0	-70.000	<100	0	-70.000	<100
Net Cash Flow	-59.876	-46.529	29	21.437	13.912	54
Cash carried forward	264.207	177.950	48	182.894	117.509	56
Cash at end of period	204.331	131.421	55	204.331	131.421	55

Für das gesamte 1. Halbjahr lag der operative Cash Flow dank der Kaufpreiszahlung aus der Sale & Leaseback Transaktion des Vorjahres bei 107 (Vj. 157) Millionen Euro. In das Re-Design bestehender Hotels wurden 20 (Vj. 22) Millionen Euro investiert, in die laufenden Bauvorhaben 17 (Vj. 41) Millionen Euro und in das FF&E neu zu eröffnender Hotels 4 (Vj. 7) Millionen Euro. Darüber hinaus wurden im Zusammenhang mit der Sale & Leaseback Transaktion 11 (Vj. 0) Millionen Euro in Finanzanlagen investiert und parallel die Bankverbindlichkeiten um 32 (Vj. +17) Millionen abgebaut. Trotz der Corona bedingten operativen Verluste und der weiterhin hohen Investitionen stieg die Liquiditätsreservendank der Sale & Leaseback Transaktion und dem Dividendenverzicht der Gesellschafter, um 21 (Vj. 14) Millionen Euro auf einen Cash-Bestand von 204 (Vj. 131) Millionen Euro zum 30.06.2020.

## NET BALANCE SHEET

	June, 30				
	2020		2019		+/-
	kEUR	%	kEUR	%	%
Fixed Assets	690.620	100	751.889	100,0	-8
Equity	487.149	71	453.143	60	8
Net working capital	79.409	11	76.627	10	4
Net debt	124.062	18	222.119	30	-44
EBITDA Rolling 12 months	78.852		168.445		-53
Net Debt/EBITDA	1,6		1,3		

Das Equity stieg zum Vorjahr um 8% auf 487 (Vj. 453) Millionen Euro und entspricht einer Eigenfinanzierungsquote von 71 (Vj. 60)%, bezogen auf das Anlagevermögen von 691 (Vj. 752) Millionen Euro.

Das Net Working Capital ist mit 79 (Vj. 77) Millionen Euro, trotz Corona bedingtem Abbau von Lieferantenverbindlichkeiten und Rückzahlungen von Depositen, durch die Steuerrückstellung auf den Gewinn 2019 um 4% höher als im Vorjahr.

Die Net debt verminderten sich zum Vorjahr um 44% auf 124 (Vj. 222) Millionen Euro durch die vorzeitige Rückzahlung von Bankdarlehen im Rahmen der Sale & Leaseback Transaktion sowie den zum Vorjahr höheren Cash-Bestand.

Motel One ist mit seiner starken Bilanz und der hohen Liquiditätsreserve von 204 Millionen Euro für den Re-Start und die zweite Phase der Krise gut gerüstet. Darüber hinaus konnten KfW-Darlehen bis zur Höhe von 162 Millionen als Back-Up für die Krise gesichert werden.



## HOTELS IN OPERATION UND DEVELOPMENT

In Operation sind zum Vorquartal unverändert 74 (Vj. 71) Hotels mit 20.851 (Vj. 20.157) Zimmern. Davon befinden sich 51 (Vj. 50) Hotels in Deutschland und 23 (Vj. 21) Hotels in europäischen Metropolen. Im Eigentum und einer Leasingstruktur stehen 24 (Vj. 22) Hotels mit 5.861 (Vj. 5.278) Zimmern.

Structure	June 30, 2020			June 30, 2019			+/- py	
	Hotels	Rooms	%	Hotels	Rooms	%	Hotels	Rooms
<b>in operation</b>								
Owned Hotels	13	3.400	16	15	3.652	18	-2	-252
Leased Hotels	11	2.461	12	7	1.626	8	4	835
Rented Hotels	50	14.990	72	49	14.879	74	1	111
<b>Total in operation</b>	<b>74</b>	<b>20.851</b>	<b>100</b>	<b>71</b>	<b>20.157</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>694</b>
- Germany	51	14.342	69	50	14.092	70	1	250
- International	23	6.509	31	21	6.065	30	2	444
<b>under development</b>								
Owned Hotels	5	2.042	25	7	2.525	31	-2	-483
Rented Hotels	22	6.026	75	20	5.582	69	2	444
<b>Total Pipeline secured</b>	<b>27</b>	<b>8.068</b>	<b>100</b>	<b>27</b>	<b>8.107</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>-39</b>
- Germany	17	5.233	65	17	5.134	63	0	99
- International	10	2.835	35	10	2.973	37	0	-138
<b>Total</b>								
Owned Hotels	18	5.442	19	22	6.177	22	-4	-735
Leased Hotels	11	2.461	9	7	1.626	6	4	835
Rented Hotels	72	21.016	73	69	20.461	72	3	555
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>28.919</b>	<b>100</b>	<b>98</b>	<b>28.264</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>655</b>
- Germany	68	19.575	68	67	19.226	68	1	349
- International	33	9.344	32	31	9.038	32	2	306

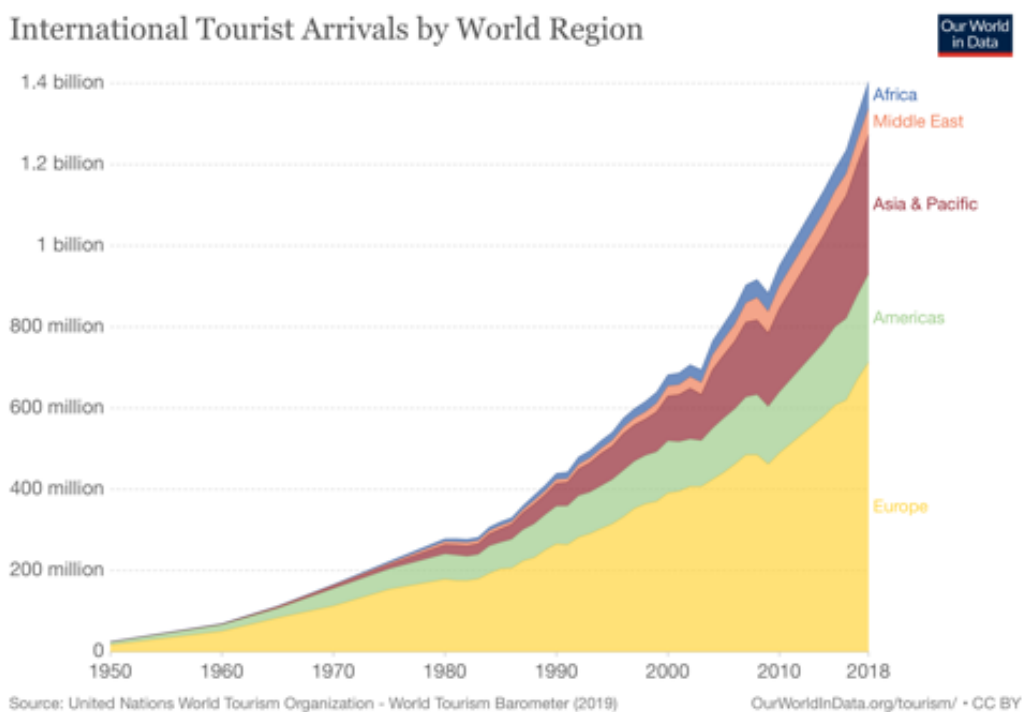
Im Development befinden sich 27 (Vj. 27) Hotels mit 8.068 (Vj. 8.107) Zimmern. Davon werden 17 Hotels mit 5.233 (Vj. 5.134) Zimmern in Deutschland und 10 Hotels mit 2.835 (Vj. 2.973) Zimmern in europäischen Metropolen entwickelt. 5 (Vj. 7) Hotels werden für den eigenen Immobilienbestand und 22 (Vj. 20) Hotels mit externen Investoren entwickelt. Bei der Fertigstellung und Übergabe der Pipeline Projekte wird es voraussichtlich zu Corona bedingten Verzögerungen kommen. Insgesamt ist das Wachstum auf 101 (Vj. 98) Hotels mit 28.919 (Vj. 28.264) Zimmern vertraglich gesichert. Unser Development Team ist wieder voll aktiv und wir werden die Chancen dieser Krise für unser weiteres Wachstum konsequent nutzen.

## EINSCHÄTZUNGEN ZUR ENTWICKLUNG DER BRANCHE

Krisen haben die Eigenschaft, bereits vorhandene Trends zu verstärken.

In der kurzfristigen Betrachtung ist die Verunsicherung der Reisenden durch Covid-19 groß. Eine Erholung wird es daher erst geben, wenn ein Impfstoff und Medikamente verfügbar sind. Die Tracing App könnte helfen, eine zweite Infektionswelle zu vermeiden bzw. lokal einzugrenzen.

Die Pandemie verstärkt die protektionistischen Tendenzen mit einer Abschottung der Märkte. Für einen gewissen Zeitraum wird dies auch den weltweiten Tourismus belasten. Wir glauben jedoch, dass es in der rückblickenden Betrachtung nur eine Delle im Mega-Trend des globalen Tourismus sein wird.



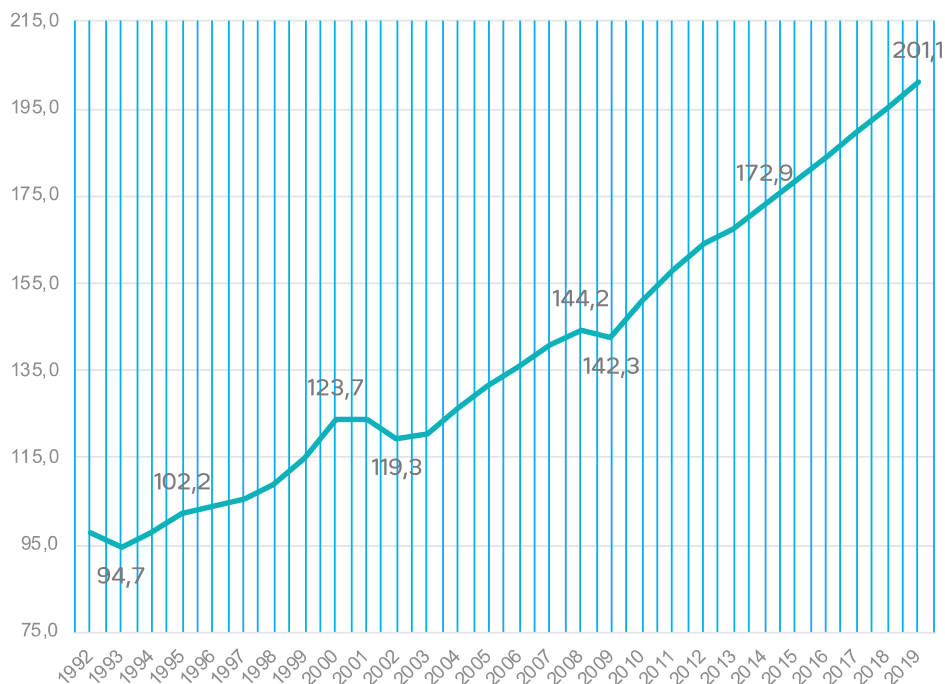
Die Corona-Krise hat den Trend zum digitalen, mobilen Arbeiten, Home-Office und Video-Konferenzen explodieren lassen. Dies wird sowohl negative als auch positive Einflüsse auf die zukünftige Hotel-Nachfrage haben. Wir werden NACH-CORONA in einer hybriden Arbeitswelt leben. Video-Konferenzen werden eine Vielzahl von Geschäftsreisen, insbesondere die Tagestrips, ersetzen. Rund 2/3 aller Geschäftsreisen fanden allerdings schon bisher ohne Übernachtung statt. (Quelle: VDR Geschäftsreiseanalyse 2019).



Der Trend zum Home-Office oder Remote-Work hebt den unbedingten Zwang zum Wohnen in der Nähe des Arbeitsplatzes auf. Stellen werden zukünftig europaweit ausgeschrieben. Die Präsenztage in den Unternehmen werden damit zusätzliche Business-Übernachtungen generieren. Das mobile Arbeiten bringt zudem eine neue Flexibilität und größeren Freiraum für das Reisen.

Die Hotellerie war VOR-CORONA eine erfolgreiche Branche mit guten Wachstumsperspektiven und wird es auch NACH-CORONA sein.

Hotel-Übernachtungen Deutschland in Mio. 1992-2019  
Quelle: Bundesamt für Statistik



Nach der Finanzkrise 2007 mit der sich anschließenden Rezession hat sich die Nachfrage in Deutschland bereits wieder nach 24 Monaten erholt. Für die Covid-19 Krise gehen wir jedoch für die Hotellerie, ohne Messen und Großveranstaltungen, zunächst von zwei schwierigen Krisen-jahren aus. Eine deutliche Erholung setzt erst ab 2022, nach der Verfügbarkeit von Impfstoffen und Medikamenten, ein. Das VOR-CORONA Niveau könnte Ende 2023 wieder erreicht werden und danach sollte sich die Erfolgsgeschichte der Branche fortschreiben lassen.

## KRIENMANAGEMENT UND KONJUNKTURPAKET

Das Krisen-Management der Regierungen und der Bundesländer in Deutschland und Österreich verdient Bestnoten. Das Gesundheitswesen muss jedoch auch in Deutschland auf eine Pandemie insgesamt besser vorbereitet sein. Die Digitalisierung sollte zukünftig helfen, die Infektionsherde frühzeitiger zu erkennen und nachzuverfolgen, um sie mit lokalen Quarantänemaßnahmen zu bekämpfen.

Bei dem Konjunktur- und Krisenbewältigungspaket der Bundesregierung gibt es mit den Instrumenten der Kurzarbeit und KfW-Darlehen wichtige Säulen der Stabilisierung.

Von der temporären Reduzierung der Mehrwertsteuer wird die Branche nur wenig partizipieren, da sie in eine Phase von nur geringen Umsatzerwartungen fällt. Versäumnisse sind aus unserer Sicht das zu kurz gegriffene Corona-Gesetz hinsichtlich des Miet-Moratoriums, die Begrenzung der Überbrückungshilfen auf KMU nur bis zu 249 Mitarbeiter sowie der Cap der steuerlichen Verlustrückträge auf max. 5 Millionen Euro. Hier wäre eine faire Verteilung der Lasten wichtig gewesen. Die Begrenzungen werden der Struktur der Branche nicht gerecht. Es fehlen darüber hinaus Investitionsanreize.

## KRISE ALS CHANCE FÜR EUROPA

Insgesamt sind wir optimistisch, dass Deutschland gut aus der Krise kommt. Weiter gibt es die Hoffnung, dass Europa über die gemeinsamen Anstrengungen zur Konjunkturbelebung wieder enger zusammenwächst. Die Krise ist auch die Chance, das einzigartige Friedensprojekt auf eine neue Ebene zu heben und mit einem starken Europa ein verbindendes Element zwischen den polarisierenden Weltmächten USA und China zu schaffen.

München, im Juli 2020