

LODGYSLIFE AG

WKN: A2LQ71 / ISIN: DE000A2LQ710 / BLOOMBERG: IRPA:GR

Walk & Talk

PARMANTIER & CIE. Research

**Neues Format – Interview mit dem
CEO René Müller**



PARMANTIER & CIE.



Walk & Talk:

das neue Format von PARMANTIER & CIE Research., um an die echten Geschichten der Unternehmen in unserem Research-Universum zu kommen und auch die Bereiche auszuleuchten, welche bei einer Studie zu kurz kommen.

Ziel ist es, im Anschluss an eine für ein Unternehmen wichtige Meldung in einem informellen Rahmen, während eines längeren Spazierganges mit den verantwortlichen Unternehmern und Geschäftsführern, zwischen den Zeilen lesen zu können. Die Handys sind aus, mitlaufen tut nur ein kleiner Recorder, welcher beim Erstellen dieses Walk & Talk Berichts als Gedankenstütze zum Einsatz kommt.

Meinen ersten Spaziergang machte ich mit René Müller, Co-Founder und CEO der Lodgyslife AG, über deren wichtige Transaktion wir am 21.11.25 berichtet haben. Für uns als mitinvestierte Firma, aber auch für unser Research-Publikum wollte ich mehr über den soeben veröffentlichten Deal mit First Camp, aber auch über die nächsten Schritte der Lodgyslife erfahren. Da wir beide denselben Vornamen haben, bin ich René Parmantier mit RP und René Müller mit RM angesprochen.

Los geht's. Es regnet leicht. Die Kapuzen sind oben, die Hände in den Taschen vor der Kälte geschützt.

RP: seit Eurem Closing des Deals mit First Camp sind gut 10 Tage vergangen. Wie geht's Dir heute?

RM: langsam besser. Mein Corporate Finance-Team und ich kommen aus einer extrem anspruchsvollen Verhandlungszeit, welche mit den verschiedenen Parteien fast das ganze Jahr angedauert hatten. Da wir von zwei grossen Institutionellen Investoren bis ins Term Sheet Stadium kamen, gab es nie eine Pause. Zudem haben wir parallel die Übernahme von vier einzelnen Campingplätzen verhandelt, was uns manchmal an Grenzen führte.

RP: wieso habt ihr Euch für First Camp entschieden anstatt für ein reines PE-Haus?

RM: Das Schlüsselwort heisst «Domain-Knowledge». First Camp ist eigentlich eine grosse Lodgyslife mit sehr ähnlicher DNA. Insbesondere kannten sie die bereits in Eurem Research immer wieder beschriebenen schwierigen Landsituation im DACH-Raum, welche reine PE-Investoren ohne die nötige Erfahrung erst im Laufe des Verfahrens wirklich verstehen, und dann davon zurückschrecken. Zudem verwechseln die Amerikaner «Sweden» und «Switzerland» nicht umsonst, wir sind uns recht ähnlich.

RP: Lass uns mal kurz über Zahlen reden: Ihr steht bei einer Marktkapitalisierung von rund € 35 Mio. (Aktienkurs € 8-9.00). Wir hatten Euren Buy&Build Case mal hochgerechnet und im Ausbaustadium ein Kursziel von € 28.60 gesetzt. Zeigt sich heute, dass dies völlig daneben war oder ist dieses Kursziel nach wie vor im Bereich des Möglichen?

RM: Die Transaktion war faktisch ein Carveout unseres touristischen Campinggeschäfts sowie eines Teils unserer aufgebauten Plattform. Bei uns verblieben sind vier nicht-touristische Assets, der Hafen mit dem grossen Bauprojekt am Neuenburger See (Camping et Port de Saules), die Alpine Base Lodge, das Mekka für Base-Jumper in der Welt, die Beteiligungsgesellschaft Beevak AG mit unserem Anteil an der 934 Hospitality AG (welche die Juno Payment Suite Vertriebslizenz für den Campingmarkt besitzt) sowie, ganz wichtig, unsere M&A Abteilung zum Ankauf von Campingplätzen, und die Vitalodge (Wohnen auf dem Campingplatz).



Der Carve-out-Teil wurde mit einem Enterprise Value im oberen zweistelligen Millionenbereich bewertet. Nach Abzug der relevanten Verbindlichkeiten ergab sich ein Equity Value im mittleren zweistelligen Millionenbereich.

RP: Dies impliziert einen signifikanten Wertbeitrag auf Ebene der Gesellschaft. Kam das alles in die Kasse?

RM: Nein, nur ein Teil davon. Der andere Teil setzt sich aus zwei Earnout-Modulen zusammen. Für das erste Modul benötigen wir unsere M&A Abteilung. Wir kaufen nämlich weiter Campingplätze im DACH-Raum. Die touristisch genutzten Campingplätze für unsere neuen Partner First Camp und die nicht-touristisch genutzten, für unsere Vitalodge, worauf wir deren alternatives Wohnkonzept realisieren. Das zweite Modul ergibt sich aus dem Erreichen der budgetierten Ertragsziele der Plätze im Carveout-Teil. Da die Ziele bei beiden Modulen sehr fair gesetzt wurden, gehe ich auch davon aus, dass sie bis Ende 2027 vollständig erreicht werden.

RP: das rechtfertigt den heutigen Preis. Wie kommen wir unser damaliges Kursziel?

RM: Als Teil des Kaufpreises haben wir eine Option bekommen, zusammen mit dem PE-Besitzer der First Camp zu deren Bewertung in die First Camp Gruppe zu investieren. Wir analysieren gegenwärtig deren Bewertung und Realisierungszeitraum, um innerhalb der nächsten Monate eine Investitionsentscheidung zu treffen. Grundsätzlich orientiert sich das mögliche Rückinvestment an einer marktüblichen Private-Equity-Multiple-Erwartung innerhalb eines angemessenen Zeithorizonts. Dies würde uns um rd. einen Drittel Deinem Kursziel näherbringen.

RP: und der Rest?

RM: Den finden wir in der Vitalodge, welche Du ja in den nächsten Wochen intensiv analysieren willst. Aber grundsätzlich bringt uns ein durchschnittlicher Campingplatz mit 150 Einheiten, welchen wir zu einem kompletten Wohnpark für Mobilehomes, die wir verkaufen und das Land dafür längerfristig verpachten, rund € 5.0 Mio. Netto-Handelsgewinn plus knapp € 1.0 Mio. NOI pro Jahr. Voraussichtlich benötigen wir dafür kein Kapital von aussen. Unsere Marktanalyse zeigt, dass wir rund eine Million potenzielle Käufer in Deutschland haben. Wir zielen über die nächsten Jahre darauf ab, bis 30 solcher Vitaloges zu bauen. Die Multiplikation überlasse ich Dir.

RP: Wie immer bei solchen Aussichten erscheint mir die Zeitachse als der kritische Pfad, was meinst Du?

RM: Du hast recht. Wir haben nun sechs Jahre Erfahrung im Kaufen von Campingplätzen. Wir haben die wohl am tiefsten recherchierte Pipeline in Deutschland und der Schweiz. Wir wissen, welche Campingplätze für Vitalode in Frage kommen und in welchen Bundesländern Wohnen auf dem Campingplatz erlaubt, geduldet oder sogar verboten ist. Wir haben eine geölte M&A Abteilung, welche tief im Markt vernetzt ist. All das wird sich positiv auf die Zeitachse auswirken.

RP: akzeptiert. Also gehen wir davon aus, dass ihr in den nächsten vier Jahren 10 Plätze bauen könnt..

RM: ..nur 10?



RP: ja, bleiben wir dabei. Das sind 20 Mio. Handelsertrag plus 10 Mio. NOI pro Jahr. Was hat das für eine Auswirkung auf unsere vorherige Diskussion über mein altes Kursziel?

RM: na ja, die 20 Mio. Handelsertrag sind ja einmalig. Sie werden wohl ausgeschüttet werden oder teilweise für den Ankauf weiterer Plätze verwendet. Der Multiplikator auf den wiederkehrenden 10 Mio. NOI überlasse ich Dir und ist marktabhängig. So oder so sollte das dein noch bestehendes Delta zum Kursziel abdecken.

RP: Du erwähntest grad Ausschüttung. Ich weiss, dass Du kein Freund von grossen IR-Aktionen bist und davon, Equity Stories zu früh in den Markt zu tragen. Was ist denn Eure Strategie diesbezüglich. Als ich Dich letztes Mal fragte, bekam ich nur ein Lächeln.

RM: In der Tat. Wir denken, dass wir die hervorragende Möglichkeit haben, dank unserem Vorwissen und unserm bestehenden Geschäft, aus der Lodgyslife AG eine Besitzerin und Betreiberin von permanenten Mobile-Home-Parks, eben Vitalodges, zu machen, welche einen namhaften Beitrag zur Lösung des sozio-ökonomischen Problems von erschwinglichem Wohnraum leistet. Wenn wir uns sämtliche relevanten Studien zum Thema Wohnraum versus ökonomische und demografische Entwicklung zur Hand nehmen, entsteht eine «Generation Lodgers», welche sich verkleinern und auf unseren Vitalodges wohnen möchte.

RP: ...ich meinte bzgl. Ausschüttung pro Aktie...

RM: ...und eben das ist die Grundlage, dass wir die Lodgyslife AG Aktien nicht promoten wollen, sondern daraus ein dem Geschäftsmodell entsprechendes Dividendenpapier machen wollen. Es muss nicht vermarktet werden, es soll gesucht und gefunden werden, von Investoren, die eine sichere und wiederkehrende Rendite wollen.

DISCLAIMER

Rechtlicher Hinweis

Das vorliegende Dokument („Walk & Talk Bericht“) wurde von Parmantier & Cie. Research erstellt und basiert auf einem informellen, nicht-strukturierten Gespräch zwischen Herrn René Parmantier (RP) und Herrn René Müller (RM), Co-Founder und CEO der Lodgyslife AG. Dieses Format verfolgt das Ziel, Eindrücke, Hintergründe und narrative Elemente festzuhalten, die über formale Pressemitteilungen und Research-Analysen hinausgehen.

Der Bericht stellt keine Research-Publikation, keine Anlageempfehlung und keine Finanzanalyse im Sinne der Marktmissbrauchsverordnung (MAR), MiFID II, FinAnV oder WpHG dar. Sämtliche Inhalte dienen ausschließlich der allgemeinen Information und der Darstellung der persönlichen Einschätzungen und Aussagen der Gesprächsteilnehmer zum Zeitpunkt des Spaziergangs.

Nicht-Verwendung als Entscheidungsgrundlage

Dieser Bericht darf nicht als Grundlage für Anlageentscheidungen oder als Ersatz für eine unabhängige Finanz- oder Unternehmensanalyse verwendet werden. Jegliche in diesem Dokument enthaltenen Aussagen, Prognosen oder Einschätzungen stellen weder eine Aufforderung noch ein Angebot zum Kauf, Verkauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren dar.



Informationsquellen & Haftungsausschluss

Die Wiedergabe des Gesprächs erfolgt nach bestem Wissen, kann jedoch Ungenauigkeiten, Auslassungen oder Interpretationen enthalten, die aus der informellen Gesprächssituation (Spaziergang, eingeschalteter Recorder, freie Gesprächsform) resultieren.

Parmantier & Cie. übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der in diesem Bericht enthaltenen Angaben. Jegliche Haftung, einschließlich für direkte, indirekte oder Folgeschäden, ist ausgeschlossen, es sei denn, zwingende gesetzliche Vorschriften stehen dem entgegen.

Keine Verpflichtung zur Aktualisierung

Es besteht keinerlei Verpflichtung seitens Parmantier & Cie., diesen Walk & Talk Bericht zu aktualisieren, insbesondere dann nicht, wenn sich Aussagen, Pläne, Erwartungen oder Rahmenbedingungen der betroffenen Unternehmen ändern sollten.

Vertraulichkeit & Weitergabe

Dieser Bericht ist ausschließlich für den vorgesehenen Empfängerkreis bestimmt. Eine Weitergabe, Veröffentlichung oder Vervielfältigung, vollständig oder auszugsweise, ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Parmantier & Cie. nicht gestattet.

Unabhängigkeit & mögliche Interessenkonflikte

Parmantier & Cie., einschließlich ihrer verbundenen Unternehmen, Partner oder Mitarbeiter, kann Beteiligungen an den genannten Unternehmen halten oder Dienstleistungen erbringen. Diese möglichen Interessenkonflikte beeinflussen jedoch nicht den informellen Charakter dieses Formats. Die geäußerten Meinungen spiegeln ausschließlich den Standpunkt der jeweiligen Gesprächspartner wider und können sich jederzeit ohne Ankündigung ändern.

Urheberrechtshinweis

Dieses Werk, einschließlich all seiner Bestandteile, ist urheberrechtlich geschützt. Jegliche Nutzung, die über die durch das Urheberrecht gesetzten Grenzen hinausgeht, ist ohne vorherige Genehmigung untersagt und kann rechtliche Sanktionen nach sich ziehen. Dies umfasst die Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung sowie die Speicherung oder Verarbeitung in elektronischen Systemen, sei es ganz oder teilweise.

Hinweis: Dieser Bericht wurde sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache erstellt. Im Falle von Unstimmigkeiten oder Interpretationsunterschieden zwischen den beiden Versionen ist die deutsche Version als maßgeblich und relevant anzusehen.

