

SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

Erfolgreiches erstes Halbjahr



Das redesignte Motel One Salzburg-Süd / Foto: Motel One

Mit einer Umsatzsteigerung von 20 Prozent auf 267 Millionen Euro schließt Motel One das erste Halbjahr ab. Der Fokus der ersten sechs Monate 2019 lag auf dem Thema Redesign ? mit Salzburg und Edinburgh ? und dem Ausbau der eigenen Digitalstrategie.

So wurde das im Jahr 2017 gelaunchte Membership Programm beOne um neue Benefits erweitert und bietet mit dem ?One Click Book? seinen Mitgliedern künftig einen vereinfachten Buchungsweg. Im zweiten Halbjahr sollen mit den Häusern München-Haidhausen und Linz darüber hinaus zwei weitere Hotels in der DACH-Region eröffnen, während mit dem Motel One in Warschau im Juli der Markteintritt in Polen erfolgte.

Zum 30. Juni 2019 verzeichnete die Budget Design Hotelgruppe mit 71 Hotels und rund 20.150 Zimmern in Betrieb eine durchschnittliche Auslastung von 75 Prozent. Während der EBITDA um 28 Prozent auf 83 Millionen Euro gesteigert werden konnte, erhöhte sich der Net Profit von 25 auf 37 Millionen Euro.

Zwei weitere Redesigns

Im ersten Halbjahr wurden die Redesigns im Motel One Salzburg-Süd sowie im Motel One Edinburgh-Royal fertiggestellt. Während das Hotel in Salzburg von der Naturlandschaft, dem jahrhundertalten Brauchtum sowie dem traditionellen Handwerk Österreichs inspiriert ist, zog im Haus Edinburgh-Royal schottisches Flair der Highlands ein.

Auszeichnungen für stimmiges Marketingkonzept und HR Expertise

Gleich zwei Auszeichnungen konnte sich Motel One im zweiten Quartal sichern: Mit dem