

SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

Motel One sieht sich gut gerüstet



Dieter Müller ist Gründer und CEO der Motel One Gruppe / Foto: Motel One

Hinter Motel One liegt ein durchwachsendes drittes Quartal: Nachdem sich die Buchungszahlen nach einem guten Restart im August und September etwas erholt hatten, stehen der Hotellerie nun durch die steigenden Infektionszahlen wieder herausfordernde Wochen und Monate bevor.

Die Budget Design Hotelgruppe muss nach den Verlusten im zweiten Quartal auch im dritten Quartal, trotz einer leichten Erholung der Auslastung auf 35 (Vorjahr 78) Prozent, nach Abschreibungen und dem Finanzergebnis einen Verlust von elf Millionen Euro verbuchen. Die positive Erkenntnis in der Krise: Dank eines strikten Kostenmanagements, der Flexibilität der Mitarbeiter und der damit einhergehenden Kurzarbeit liegt der Break Even auf Ebene des EBITDA, bei vollen Mietzahlungen, bei einer Auslastung von nur 35 Prozent.

Die auflaufenden Ergebnisse bis September zeigen eine Auslastung von 32 (Vorjahr 76) Prozent und einen um 55 Prozent unter dem Vorjahr liegenden Umsatz von 184 (Vorjahr 413) Millionen Euro. Aufgrund der hohen Verluste im Lockdown ist der EBITDA mit einem Minus von 13 Millionen Euro mit dem Vorjahr nicht vergleichbar. Das Net Result zeigt nun per September einen Verlust von 63 Millionen Euro, nach einem Gewinn von 57 Millionen Euro im Vorjahr. Demnach hat Motel One die Pandemie bis heute 119 Millionen Euro gekostet.

Hohe Liquiditätsreserve

Der operative Cash Flow belief sich im dritten Quartal nach einem Plus von 59 Millionen

Euro im Vorjahr auf minus 4 Millionen Euro. Auflaufend lag der operative Cash Flow bei 103 (Vorjahr 216) Millionen Euro. In das Redesign wurden 22 (V Vorjahr 33) Millionen Euro, in neue Hotelimmobilien 26 (Vorjahr 47) Millionen Euro und in FF&E acht (Vorjahr zehn) Millionen Euro investiert. Trotz der Corona-bedingten operativen Verluste und der weiterhin hohen Investitionen stieg die Liquiditätsreserve, dank der Sale & Leaseback Transaktion und dem Dividendenverzicht der Gesellschafter, um 26 (Vorjahr 39) Millionen Euro. Somit stieg der Cash-Bestand zum 30. September 2020 auf 209 (Vorjahr 157) Millionen Euro.

Motel One ist laut eigener Angaben mit seiner starken Bilanz und der hohen Liquiditätsreserve von 209 Millionen Euro auch für die zweite Welle der Pandemie gut gerüstet.

Wachstum auf 102 Hotels gesichert

Insgesamt ist das Wachstum auf 102 (Vorjahr 98) Hotels mit 29.101 Zimmern vertraglich gesichert. Das Development Team ist nach dem Lockdown wieder aktiv, um die Chancen dieser Krise für das weitere Wachstum konsequent zu nutzen. So konnte im September bereits ein neuer Standort in Zentrumslage in Wien, nahe des Museums Quartiers, gesichert werden.

Trotz der herausfordernden Lage entwickelt sich Motel One weiter und treibt mit einer komplett neu gestalteten App für iOS und Android die Digitalisierung der Hotel Experience und der Customer Journey weiter voran. Zudem hat das Unternehmen sein ambitioniertes Investitionsprogramm in die Redesigns der Hotels weiter fortgesetzt und auflaufend nun rund 22 Millionen Euro investiert. Fünf Motel One, Berlin-Hackescher Markt, Berlin-Hauptbahnhof, Saarbrücken, München-East Side und Salzburg-Mirabell wurden im Laufe dieses Jahres neugestaltet.

Kritischer Blick auf die zweite Infektionswelle

Die Hotellerie hat mit einem enormen Aufwand Hygienekonzepte erstellt und, so auch Motel One, viel in die Umsetzung investiert. Hotelaufenthalte gelten nicht als Treiber des Infektionsgeschehens und die Branche wird nach der Pandemie auch wieder eine Branche mit guten Wachstumsperspektiven sein. Durch den angekündigten Lockdown im November rechnet Motel One jedoch mit erheblichen operativen Verlusten und Cashabflüssen im vierten Quartal.

?Dieses Virus wird uns noch eine Weile begleiten und wir können das öffentliche und kulturelle Leben nicht so lange zum Erliegen bringen. Es braucht neben der AHA+L Regel weitere Instrumente, wie Schnelltests und Tracing Apps, die das Gesundheitssystem entlasten und eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung haben?, so Dieter Müller, Gründer und CEO der Motel One Gruppe. ?Wir fordern die Politik auf, nicht Ängste zu schüren und Verbote auszusprechen, sondern Perspektiven aufzuzeigen, wie wir mit Corona leben können.?