



KEY FACTS

3. QUARTAL 2020:

- Investitionen in Digitalisierung und ReDesigns | [SEITE 2-4](#)
- Auslastung mit 35 (Vj. 78)% abgeschlossen | [SEITE 5](#)
- Umsatz liegt 56% unter dem Vorjahr | [SEITE 5](#)
- Break Even auf EBITDA Ebene erreicht | [SEITE 5](#)

YTD SEPTEMBER 2020:

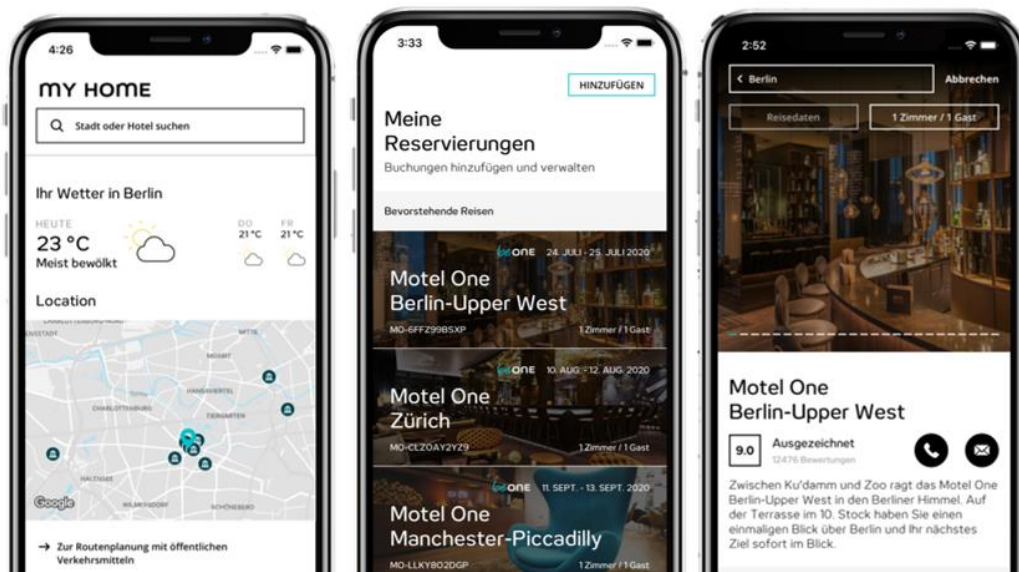
- Auslastung liegt bei nur 32 (Vj. 76) % | [SEITE 5](#)
- Umsatz um 55% unter dem Vorjahr | [SEITE 5](#)
- Corona hat uns bisher 119 Millionen Euro gekostet | [SEITE 5](#)
- Für zweite Pandemie Welle gerüstet | [SEITE 7](#)
- Erster Neuabschluss nach Corona | [SEITE 8](#)
- Krisenmanagement, Datenschutz, Konjunkturpaket | [SEITE 9](#)
- Ausblick auf die zweite Infektionswelle | [SEITE 9](#)
- Wir müssen lernen mit dem Virus zu leben | [SEITE 10](#)
- Big Picture | [SEITE 10](#)

MOTEL ONE INVESTIERT IN DIGITALISIERUNG

Motel One treibt mit einer komplett neu gestalteten App für iOS und Android die Digitalisierung der Hotel Experience und der Customer Journey weiter voran und bietet damit zahlreiche neue Funktionen. Ob Zimmerbuchung, Reiseverwaltung, Bezahlung, Stornierung, Wetterinfo oder Tipps in der näheren Umgebung: Die App ist der digitale Reisebegleiter.

Zudem können jetzt mit dem Relaunch alle beOne Member in der App ihre individuellen Buchungspräferenzen hinterlegen und dann einfach und noch schneller über die „One Click Book“-Funktion buchen.

Mit der Weiterentwicklung des digitalen Angebots soll das Reisen noch effizienter gestaltet werden, auch und gerade in diesen herausfordernden Zeiten. Dabei investiert Motel One ganz bewusst in die Digitalisierung und wird künftig die App um neue und wichtige Funktionen und digitale Services erweitern, wie dem Online Check-In, dem digitalen Meldeschein oder intelligenten Push Nachrichten.



FÜNF REDESIGN RICHTEN DEN BLICK IN DIE ZUKUNFT

Motel One hat sein ambitioniertes Investitionsprogramm in die ReDesigns seiner Hotels auch in Corona Zeiten fortgesetzt. So wurden insgesamt fünf Hotels mit einem Investitionsvolumen von rund 22 Millionen Euro komplett neugestaltet und erzählen nun mit individuellen, lokalen Themen spannende Geschichten.

Das **Motel One Berlin-Hackescher Markt** spiegelt die Hackeschen Höfe mit ihrer Jugendstilarchitektur wider, die als größtes geschlossenes Hofareal zunächst Fläche für erste Manufakturen in Berlin boten, ehe sie später von Künstlern und Freischaffenden für kreative Projekte genutzt wurden. Die Collagen und aktuell angesagten Tape Art Werke des Berliner Künstlerkollektivs ‚TAPE THAT Collective‘ interpretieren die Sprache des Jugendstils neu und prägen den Barbereich mit einer wandgreifenden Kunst. Angelehnt an den Jugendstil sind auch die auffälligen handgefertigten Kacheln in Grün- und Türkistönen. Die Mischung aus Kunst, Upcycling, Designer Sofas, gemütlichen Sesseln und gekonnt inszenierten Leuchten lassen diese für Motel One typische, entspannte Wohnzimmeratmosphäre entstehen, die zu jeder Tageszeit einladend ist.



Das **Motel One Berlin-Hauptbahnhof** macht seinem Namen alle Ehre und zitiert den alten und neuen Bahnhof. Neben nostalgischen Bahnhofsuhrn bilden in der angrenzenden Work Area nummerierte Zugabteile Rückzugsmöglichkeiten und sind mit Messingleuchten und Vintage-Lederbezügen aus alten Waggonen detailverliebt gestaltet. In der One Lounge werden Messing, Glas, Altholz und Stahl mit schweren Ledersesseln kombiniert. Über dem dominanten Bartresen präsentiert sich die raumgreifende Kunst der renommierten Installations- und Medienkünstlerin Christine Schulz. Sie fängt die Bewegungen der Züge und Menschen am Bahnhof ein, in einer spannenden Installation auf bedruckter Tapete und Glas in Kombination mit Neonschrift, Videoanimation und Projektionen.



Das **Motel One Saarbrücken** feiert die deutsch - französische Freundschaft und damit auch die Geschichte der Stadt. Ein Teil der One Lounge erinnert an ein französisches Bistro, die alten Industrielleuchten wiederum bringen Zitate der Stahlhütten ein. Filigrane Rattanmöbel treffen auf geschwungene Sofas und Ledersessel, Blütenstoffe auf schwarz-weiße Teppiche. Der lange Bartresen dominiert den Raum mit feiner Holz- und Spiegelvertäfelung. Das Spiel setzt sich in der Kunst fort. Zwei Illustratorinnen, die in Saarbrücken leben, die Deutsche Joni Maier und die Französin Nathalie Nierengarten interpretierten mit feiner Feder und viel Humor die jeweiligen Klischees und Eigenheiten beider Länder, die in Saarbrücken so charmant verschmelzen.



Im **Motel One Salzburg Mirabell** rockt Amadeus die Mozartstadt. Dabei treffen edle Materialien wie Wiener Geflecht, Intarsienarbeiten aus Messing und filigranen Glasleuchten auf dunklen Decken und goldlackierte Holzstühle. Vor eigens angefertigten Leder möbeln stehen mit Notenblättern bedruckte Tische und die Workbench zieren zwei große Trompetenlüster. Und über allem leuchtet in großer Neonschrift auf petrolfarbener Wand: Rock me Amadeus.



Im **Motel One München East Side** dreht sich alles um das grüne München, die Natur, die Parks und die nahegelegene Isar. Für die künstlerische Unterstützung konnte der Graffiti und Writing Künstler Loomit gewonnen werden, der seit Jahrzehnten die Graffiti Szene Münchens prägt. Seine gesprayten typischen Szenen aus München zeichnen ein buntes, lebendiges Bild der Stadt. Der Bartresen aus grünem, gefrästem Stein fließt wie die grüne Isar durch die One Lounge. Nahezu erlebbar wird die Natur, die in Form grüner Wände und Decken mit hunderten echten Pflanzen einzieht.



INCOME STATEMENT

In Folge der Pandemie muss Motel One, nach dem Lockdown im zweiten Quartal, nun auch im dritten Quartal einen Verlust melden. Die Auslastung lag nach dem Re-Start für die Monate Juli bis September bei 35 (Vj. 78)%. Das Geschäft wird in erster Linie durch die DACH Region sowie auch Paris stabilisiert. Die sonstigen europäischen Länder, insbesondere UK, kamen nie wirklich aus dem Lockdown heraus und erreichten lediglich Auslastungen im einstelligen Bereich.

Positiv ist zu vermerken, dass dank strikten Kostenmanagements, der Flexibilität unserer Mitarbeiter und der wichtigen Säule der Kurzarbeit, signifikante Einsparungen erzielt wurden. So liegt der Break Even auf Ebene des EBITDA, bei vollen Mietzahlungen, bei einer Auslastung von nur 35%. Der EBITDA im dritten Quartal lag bei 1 (Vj. 48) Million Euro. Nach Abschreibungen und dem Finanzergebnis musste dennoch ein Quartalsverlust von 11 Millionen Euro, nach noch einem Gewinn im Vorjahr von 20 Millionen Euro, hingenommen werden.

	Q3			YTD September		
	2020	2019	+/-	2020	2019	Abw.
Statistics:			% py			% py
No. Hotels	74	73	1	74	73	1
No. Rooms	20.851	20.740	1	20.851	20.740	1
Occupancy (%)	35,2	78,3	-43	32,4	75,9	-44
ARR (EUR)	95,5	98,8	-3	99,4	98,3	1
Income Statement:	kEUR	kEUR	% py	kEUR	kEUR	% py
Revenue	64.530	146.126	-56	184.240	413.279	-55
EBITDAR	30.124	80.925	-63	74.143	225.120	-67
Lease payments	-25.948	-25.674	-1	-78.602	-75.581	-4
EBITDA ex Head Office	4.176	55.251	-92	-4.459	149.539	<100
Pre-Opening Expenses	-23	-580	96	-422	-1.079	61
Head Office Expenses	-2.773	-6.495	57	-7.838	-17.274	55
EBITDA	1.380	48.177	-97	-12.719	131.186	<100
Amortisation/Depreciation	-9.073	-16.326	44	-41.159	-42.712	4
EBIT	-7.693	31.851	<100	-53.878	88.474	<100
Financial Results	-3.628	-3.346	-8	-8.769	-7.672	-14
EBT	-11.321	28.505	<100	-62.647	80.802	<100
Income tax	0	-8.552	>100	0	-24.241	>100
NET RESULT	-11.321	19.953	<100	-62.647	56.561	<100

Die auflaufenden Ergebnisse bis September zeigen eine Auslastung von 32 (Vj. 76)% und einen um 55% unter dem Vorjahr liegenden Umsatz von 184 (Vj. 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 noch einem Gewinn von 57 Millionen Euro im Vorjahr. Demnach hat uns die Pandemie bis heute 119 Millionen Euro gekostet.

CASH FLOW STATEMENT

Der operative Cash Flow lag im dritten Quartal bei einem Minus von 4 Millionen Euro, nach einem Plus im Vorjahr von 59 Millionen Euro. Nach dem ReDesign Capex lag der Free Cash Flow bei einem Minus von 6 Millionen Euro, nach noch einem Plus im Vorjahr von 39 Millionen Euro. Der Debt Cash Flow beläuft sich auf 24 (Vj. -5) Millionen Euro und ist maßgeblich durch die Valutierung neuer Darlehen für die laufenden Bauvorhaben getragen. Die Investitionen in die neuen Hotels beliefen sich auf zusammen 14 (Vj. 9) Millionen Euro. Insgesamt lag der Cash Zufluss im dritten Quartal bei 4 (Vj. 25) Millionen Euro.

	Q3			YTD September		
	2020	2019	+/-	2020	2019	+/-
	kEUR	kEUR	% py	kEUR	kEUR	% py
EBITDA reported	1.380	48.177	-97	-12.719	131.186	<100
- Net Working Capital	-5.643	11.062	<100	115.477	84.804	36
Operating Cash Flow	-4.263	59.239	<100	102.758	215.990	-52
- ReDesign Capex	-1.569	-11.278	-86	-21.982	-33.297	-34
- Taxes	0	-8.552	<100	0	-24.241	<100
Free Cash Flow	-5.832	39.409	<100	80.776	158.452	-49
- Investing / Divesting Cash Flow	0	0		-10.998	0	
- Equity Cash Flow	160	-601	<100	-6.094	-3.894	56
- Debt Cash Flow	24.108	-4.930	<100	-3.114	11.651	<100
Cash Flow for Expansion Capex	18.436	33.878	-46	60.570	166.209	-64
- CAPEX new Hotels PROPCO	-9.732	-5.721	70	-26.452	-46.923	-44
- CAPEX new Hotels FF&E	-4.347	-3.014	44	-8.324	-10.231	-19
- Dividends	0	0		0	-70.000	<100
Net Cash Flow	4.357	25.143	-83	25.794	39.055	-34
- Cash carried forward	204.331	131.421	55	182.894	117.509	56
Cash at end of period	208.688	156.564	33	208.688	156.564	33

Auflaufend bis September lag der operative Cash Flow, dank der Kaufpreiszahlung aus der Sale & Leaseback Transaktion des Vorjahres, bei 103 (Vj. 216) Millionen Euro. In das ReDesign der bestehenden Hotels wurden 22 (Vj. 33) Millionen Euro investiert. Darüber hinaus wurden im Zusammenhang mit der Sale & Leaseback Transaktion 11 (Vj. 0) Millionen Euro in Finanzanlagen investiert. Der Debt Cash Flow, bestehend aus planmäßigen Tilgungen, Sondertilgung aus der Immobilientransaktion und der Neuaufnahme von Darlehen für die laufenden Bauvorhaben, beläuft sich auf einen Liquiditätsabfluss von 3 Millionen Euro.

Die Investitionen in neue Hotelimmobilien beliefen sich auf 26 (Vj. 47) Millionen Euro und in FF&E 8 (Vj. 10) Millionen Euro. 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 (Vj. 39) Millionen Euro. Somit stieg der Cash-Bestand zum 30.09.2020 auf 209 (Vj. 157) Millionen Euro.

BALANCE SHEET

Die wesentlichen Veränderungen auf der Aktivseite sind die niedrigeren Fixed Assets und der höhere Cash-Bestand. Die Fixed Assets verminderten sich durch die Immobilientransaktion aus dem Dezember 2019 und der Cash Bestand stieg, wie zuvor im Abschnitt Cash Flow beschrieben, um 33% auf 209 (Vj. 157) Millionen Euro. Auf der Passivseite ist die wesentliche Veränderung bei der umsatzbedingten Verminderung der Lieferantenverbindlichkeiten festzustellen.

	September, 30				
	2020		2019		+/-
	kEUR	%	kEUR	%	%
Balance Sheet:					
Fixed assets	693.463	73	760.670	78	-9
Current assets	46.146	5	52.266	5	-12
Cash and cash equivalents	208.688	22	156.564	16	33
Cash & Assets	948.297	100	969.500	100	-2
Equity	475.720	50	473.648	49	0
Provisions	54.460	6	62.308	6	-13
Financial liabilities	355.740	38	351.956	36	1
Other Liabilities	59.310	6	77.876	8	-24
Non repayable grant	3.067	0	3.712	0	-17
Equity & Liabilities	948.297	100	969.500	100	-2
Net Balance Sheet:					
Equity	475.720	69	473.648	62	0
Net working capital	70.691	10	91.630	12	-23
Net debt	147.052	21	195.392	26	-25
- as debt pipeline	104.192	15	82.479	11	26
Leverage Framework:					
EBITDA Rolling 12 months	32.055		170.008		-81
Net Debt/EBITDA	4,6		1,1		3,4
- Net Debt/EBITDA adj. Pipeline	1,3		0,7		0,7

Beim Net Balance Sheet wirken sich die oben beschriebenen Veränderungen zum Vorjahr in einem um 23% verminderten Net Working Capital sowie um 25% geringeren Net Debt aus. Die Equity Quote stieg auf 69 (Vj. 62)%. Die Net Debt / EBITDA Kennziffern verschlechterten sich durch den pandemiebedingten Einbruch des EBITDA auf 4,6x (Vj. 1,1x) und bereinigt um die Pipeline Finanzierungen auf 1,3x (Vj. 0,7x).

Motel One ist mit seiner starken Bilanz und der hohen Liquiditätsreserve von 209 Millionen Euro auch für die zweite Welle der Pandemie gut gerüstet. Darüber hinaus stehen als weiterer Backup KfW-Darlehen bis zur Höhe von 162 Millionen abrufbereit zur Verfügung.

HOTELS IN OPERATION UND DEVELOPMENT

In Operation sind zum Vorquartal unverändert 74 (Vj. 73 Hotels mit 20.851 (Vj. 20.740) Zimmern. Davon befinden sich 51 (Vj. 51 Hotels in Deutschland und 23 (Vj. 22 Hotels in europäischen Metropolen. Im Eigentum und in einer Leasingstruktur stehen 24 (Vj. 24 Hotels mit 5.861 (Vj. 5.861) Zimmern.

Structure	September 30, 2020			September 30, 2019			+/- py	
	Hotels	Rooms	%	Hotels	Rooms	%	Hotels	Rooms
in operation								
Owned Hotels	13	3.400	16	17	4.235	20	-4	-835
Leased Hotels	11	2.461	12	7	1.626	8	4	835
Rented Hotels	50	14.990	72	49	14.879	72	1	111
Total in operation	74	20.851	100	73	20.740	100	1	111
- Germany	51	14.342	69	51	14.342	69	0	0
- International	23	6.509	31	22	6.398	31	1	111
under development								
Owned Hotels	5	2.024	25	5	1.944	26	0	80
Rented Hotels	23	6.226	75	20	5.635	74	3	591
Total Pipeline secured	28	8.250	100	25	7.579	100	3	671
- Germany	17	5.236	63	16	4.939	65	1	297
- International	11	3.014	37	9	2.640	35	2	374
Total								
Owned Hotels	18	5.424	19	22	6.179	22	-4	-755
Leased Hotels	11	2.461	8	7	1.626	6	4	835
Rented Hotels	73	21.216	73	69	20.514	72	4	702
Total	102	29.101	100	98	28.319	100	4	782
- Germany	68	19.578	67	67	19.281	68	1	297
- International	34	9.523	33	31	9.038	32	3	485

Im Development befinden sich 28 (Vj. 25) Hotels mit 8.250 (Vj. 7.579) Zimmern. Davon werden 17 (Vj. 16) Hotels mit 5.236 (Vj. 4.939) Zimmern in Deutschland und 11 (Vj. 9) Hotels mit 3.014 (Vj. 2.640) Zimmern in europäischen Metropolen entwickelt. 5 (Vj. 5) Hotels werden für den eigenen Immobilienbestand und 23 (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 102 (Vj. 98) Hotels mit 29.101 (Vj. 28.319) Zimmern vertraglich gesichert. Unser Development Team ist nach dem Lockdown wieder voll aktiv und wir werden die Chancen dieser Krise für unser weiteres Wachstum konsequent nutzen. So konnte im September bereits ein neuer Standort in bester Zentrumslage von Wien, nahe dem Museums Quartier, gesichert werden.

KRISENMANAGEMENT, DATENSCHUTZ, KONJUNKTURPAKET

Leider wurde in Deutschland die Atempause nach dem Lockdown im Frühjahr nicht dazu genutzt, das Gesundheitswesen mit zusätzlichen Pflegekräften und der Digitalisierung der Gesundheitsämter besser aufzustellen.

Die Digitalisierung sollte mit einer Tracing App helfen, ein exponentielles Wachstum der Pandemie zu verhindern. Dies ist nicht gelungen. Die Gesundheitsämter sind offline überfordert, das Infektionsgeschehen nachzuverfolgen. Obwohl es die Technik gäbe, verhindert der Datenschutz deren wirksamen Einsatz. Wie kann es sein, dass der Schutz der persönlichen Daten, die im Übrigen längst auf den Servern von Google, Apple und Amazon liegen, über allen anderen Grundrechten steht. In der Pandemie werden eine Vielzahl von persönlichen Grundrechten verletzt und nicht nur die Wirtschaft erleidet extreme Schäden.

Bei dem Konjunktur- und Krisenbewältigungspaket der deutschen 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 Mietmoratoriums, die Begrenzung der Überbrückungshilfen auf KMU sowie der Cap der steuerlichen Verlustrückträge auf max. 5 Millionen Euro. Zudem werden die Begrenzungen der Struktur der Branche nicht gerecht. Dem Konjunkturpaket fehlen darüber hinaus Investitionsanreize. Vor dem Hintergrund des nun drohenden zweiten Lockdowns für die Branche ist die Politik dringend aufgefördert nachzubessern.

AUSBLICK AUF DIE ZWEITE INFEKTIONSWELLE

Die zweite Welle der Pandemie hat Deutschland erreicht. Als Infektionsherde sind die Super-spreader Events von Partys und Familienfeiern identifiziert und nicht das Reisen und die Übernachtungen in Hotels. Die Branche hat mit ihren Hygienekonzepten einen enormen Aufwand betrieben und viel investiert, um Übernachtungen in Hotels sicher zu machen. Anstatt Reisewarnungen und Beherbergungsverbote zu verhängen und damit die gesamte Touristik in Europa immer tiefer in die Krise zu manövrieren, sollte sich die Politik stattdessen auf die hauptsächlichen Ursachen konzentrieren.

Reisewarnungen und Beherbergungsverbote wirken wie ein faktischer Lockdown. Nach der Erholung im dritten Quartal rechnen wir daher für das vierte Quartal wieder mit erheblichen operativen Verlusten und Cash Abflüssen. Aufgrund der Verunsicherung der Menschen sind die Auslastungen bereits seit Mitte Oktober wieder eingebrochen.

WIR MÜSSEN LERNEN MIT DEM VIRUS ZU LEBEN

Nicht Ängste schüren, sondern Perspektiven aufzeigen, wie wir mit Corona leben können. Der Virus wird uns mindestens auch im kommenden Jahr begleiten. Wir können das öffentliche und kulturelle Leben nicht über einen so langen Zeitraum zum Erliegen bringen. Die Collateralschäden sind schon heute unübersehbar.

Auch ohne Impfstoffe geht die Wissenschaft davon aus, dass mit der konsequenten Einhaltung der AHA+L Regeln (Abstand, Hygiene, Alltagsmasken und Lüften) das Risiko sich zu infizieren gering ist. Mit Schnelltests und einer Warn App, deren Wirkung nicht durch den Datenschutz eingeschränkt ist, wären zudem weitere wirksame Instrumente verfügbar die Ausbreitung des Virus einzuschränken. Auch wenn Impfstoffe verfügbar sind, wird es einige Zeit dauern bis ein nennenswerter Anteil der Bevölkerung geimpft sein wird.

Die Regierungen sind daher gefordert, die Perspektiven aufzuzeigen und die Voraussetzungen zu schaffen, wie wir mit Corona leben können. Wenn Menschen eine Perspektive sehen, ohne ihre Lebensqualität völlig einzubüßen, ist es um ein Vielfaches einfacher sie zu motivieren, die Corona-Regeln einzuhalten und ihre Kontakte freiwillig zu reduzieren.

BIG PICTURE

Die Pandemie sollte dennoch nicht den Blick auf die langfristigen Trends verstellen. Kurzfristig bleibt die Verunsicherung groß und wird den weltweiten Tourismus belasten. Eine Erholung wird es erst geben, wenn wir gelernt haben mit der Pandemie zu leben. Wir glauben dennoch, dass es in der rückblickenden Betrachtung nur eine Delle im Mega-Trend des Tourismus sein wird. Der globale Trend des Reisens wird weiter von den steigenden Einkommen der Weltbevölkerung getragen.

Wir werden NACH-CORONA auch in einer hybriden Arbeitswelt leben. Corona hat den Trend zum digitalen, mobilen Arbeiten, Home-Office und Video-Konferenzen verstärkt. Dies wird sowohl negative als auch positive Einflüsse auf die Hotel-Nachfrage haben. Video-Konferenzen werden eine Vielzahl von Geschäftsreisen, insbesondere die Tagestrips, ersetzen.

Der Trend zum Home-Office oder Remote-Work hebt den unbedingten Zwang zum Wohnen in der Nähe des Arbeitsplatzes auf. 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 sie wird es auch NACH-CORONA sein.

München, im Oktober 2020