



*Pressemitteilung*

27. OKTOBER 2020

***Umsatz Q3 2020:  
329 Mio. Euro  
Rückgang von 63,7 % auf Like-for-  
like-Basis***

\*\*\*

**DEUTLICHE VERBESSERUNG IM OPERATIVEN GESCHÄFT**

**ORGANISCHES WACHSTUM MIT 7.800 ZIMMERN**

**OPERATIVE SENSITIVITÄT FÜR DEN REST DES JAHRES BESTÄTIGT**

---

**Sébastien Bazin, Vorsitzender und CEO von Accor, sagte:**

*„Unsere Leistungen im dritten Quartal deuten auf eine deutliche Erholung des Geschäfts während der Sommersaison hin. Die schlimmste Phase der Krise liegt nun hinter uns, aber unsere Hauptmärkte sind immer noch erheblich von den Maßnahmen betroffen, die zur Bekämpfung der Gesundheitskrise eingeführt wurden. Lediglich China meldet solide Leistungen und dürfte sein Aktivitätsniveau von vor der Krise rasch wieder erreichen.*

*In diesem nach wie vor unsicheren Kontext sind Disziplin, Anpassungsfähigkeit und Kostenkontrolle von entscheidender Bedeutung. Wir arbeiten weiter an der Umgestaltung unserer Organisation, um die Gruppe noch effizienter und agiler zu machen und uns auf die profitabelsten und vielversprechendsten Märkte und Segmente zu konzentrieren. Darüber hinaus setzen wir außerdem auf zusätzliche Einnahmequellen, sowohl in unseren Hotels als auch in unserem Treueprogramm.*

*Diese Bemühungen werden uns helfen, schneller vom Wiederaufschwung zu profitieren und unsere ehrgeizige Entwicklung der Gruppe fortzusetzen.“*

---

Der Umsatz der Gruppe belief sich im dritten Quartal 2020 auf 329 Mio. Euro, wie ausgewiesen ein Rückgang um 68,7 % und um 63,7 % auf Like-for-like-Basis aufgrund der Auswirkungen der Gesundheitskrise.

Der RevPAR fiel im dritten Quartal 2020 um 62,8 %, eine bedeutende sequentielle Verbesserung unter Berücksichtigung des schwierigen zweiten Quartals (Rückgang des RevPAR um 88,2 %). Diese Verbesserung spiegelt eine Erholung des Geschäfts in allen Regionen wider, insbesondere während der Sommersaison in Europa. Der Rückgang der Leisure-Reisenden sowie die Einführung neuer Beschränkungen ab Ende August drückten jedoch die Ergebnisse der Erholung im September nach unten.

Accor eröffnete im dritten Quartal des Jahres 57 Hotels oder 7.800 Zimmer, was ermutigende Zahlen sind, die denen des ersten Quartals entsprechen (58 Hotels und 8.000 Zimmer). Ende September 2020 betrieb die Gruppe 750.135 Zimmer (5.121 Hotels), mit einer Pipeline von 208.000 Zimmern (1.192 Hotels), die zu 75 % in Schwellenländern liegen.

Ende September 2020 waren 90 % der Hotels der Gruppe, d. h. mehr als 4.600 Einheiten, für den Geschäftsbetrieb geöffnet.

## Umsatz der Gruppe

Der **Umsatz der Gruppe** belief sich im dritten Quartal 2020 auf **329 Mio. Euro, ein Rückgang um 63,7 % bei konstantem Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen (LFL)** und, **wie ausgewiesen um 68,7 %** im Vergleich zu Q3 2019.

In € million	Q3 2019	Q3 2020	Change (as reported)	Change (LFL) <sup>(1)</sup>
HotelServices	760	224	(70.5)%	(69.0)%
Hotel Assets	273	76	(72.3)%	(57.1)%
New Businesses	42	23	(44.2)%	(43.6)%
Holding & Intercos	(26)	5	N/A	N/A
<b>TOTAL</b>	<b>1,049</b>	<b>329</b>	<b>(68.7)%</b>	<b>(63.7)%</b>

<sup>(1)</sup> Like-for-like-Basis: Bei konstantem Konsolidierungskreis und Wechselkursen.

Die gemeldeten Daten zeigten die folgenden Details:

- **Änderungen im Konsolidierungskreis** (Akquisitionen und Veräußerungen) hatten einen negativen Effekt von 36 Mio. Euro, hauptsächlich verursacht durch die Veräußerung von Mövenpick-Hotelpachtverträgen.
- **Währungseffekte** wirkten sich mit 16 Mio. Euro negativ aus, hauptsächlich im Zusammenhang mit dem US-Dollar (-4,5 %) und dem brasilianischen Real (-29,7 %).

## Umsatz von HotelServices

**HotelServices**, das Gebühren für Management & Franchise (M&F) und Dienstleistungen für Eigentümer umfasst, erwirtschaftete einen Umsatz von **224 Mio. Euro, was einem Rückgang von 69,0 % auf Like-for-like-Basis** entspricht. Dies deutet auf die Verschlechterung des RevPAR aufgrund der Auswirkungen der Covid-19-Epidemie und der von den Regierungen weltweit erlassenen Beschränkungen hin.

**Die Einnahmen aus Gebühren von Management & Franchise (M&F)** beliefen sich auf 72 Mio. Euro, ein Rückgang um 72,4 % auf Like-for-like-Basis, wobei ein beträchtlicher Rückgang der Gebühren auf der Grundlage der operativen Margen der Hotels (Incentive-Gebühren) in Managementverträgen zu verzeichnen war.

In € millions	Q3 2019	Q3 2020	Change (LFL) <sup>(1)</sup>
Europe	146	44	(69.6)%
Asia-Pacific	54	15	(70.8)%
Middle East & Africa	24	4	(73.9)%
North America, Central America & the Caribbean	35	6	(80.0)%
South America	13	2	(87.2)%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>72</b>	<b>(72.4)%</b>

<sup>(1)</sup> Like-for-like-Basis: Bei konstantem Konsolidierungskreis und Wechselkursen.

Der RevPAR der Gruppe fiel im dritten Quartal um insgesamt 62,8 %.

In Europa ging der **Umsatz von Management & Franchise** um 69,6 % auf Like-for-like-Basis zurück, was auf einen Gesamtrückgang des RevPAR in allen Segmenten um 56,7 % hindeutet.

- In **Frankreich** ging der RevPAR im dritten Quartal auf Like-for-like-Basis um 44,6 % zurück, eine Nettoverbesserung nach dem zweiten Quartal mit einem Rückgang von 88,6 %. Diese Leistung ist das Ergebnis einer Erholung bei Leisure-Reisenden in den Provinzen während der Sommersaison (Rückgang des RevPAR um 27,6 %), hingegen war der Großraum Paris (Rückgang des RevPAR um 72,2 %) durch das Ausbleiben internationaler Besucher betroffen.
- Im **Vereinigten Königreich** fiel der RevPAR um 79,8 %. Obwohl weniger stark betroffen, waren die Trends zwischen London (-91,8 %) und den umliegenden Regionen (-67,2 %) mit den französischen Zahlen vergleichbar. Dies spiegelt die Ströme von nationalen Touristen in einem Land wider, in dem noch immer strenge Einschränkungen beim Grenzübertritt gelten.

- In **Deutschland** ging der RevPAR um 60,9 % zurück. Trotz Beendigung der Lockdown-Maßnahmen, früher als in anderen europäischen Ländern, ist der RevPAR nach wie vor von einem enormen Rückgang der Geschäftskunden, insbesondere aus dem Ausland, betroffen.
- In **Spanien** fiel der RevPAR im dritten Quartal um 77,2 %.

Der Umsatz von Management & Franchise in der Region **Asien-Pazifik** ging auf Like-for-like-Basis um 70,8 % zurück, wobei der RevPAR einen Rückgang von 58,8 % verzeichnete.

- In **China** bestätigt das dritte Quartal (RevPAR fiel um 29,4 %) die im zweiten Quartal des Jahres beobachtete Erholung der Wirtschaft. Diese Verbesserung setzt sich Monat für Monat fort (der RevPAR ging im September um 16,8 % zurück), und der sogenannte „Goldene Woche“-Urlaub nach der nationalen Feiertagssaison (erste Woche im Oktober) bestätigt das Potenzial des Inlandstourismus.
- In **Australien** fiel der RevPAR im dritten Quartal um 62,7 %. Das Geschäft ist auf einheimische Kunden und von der Regierung verordnete Quarantänen in Hotels beschränkt, da die Grenzen des Landes nach wie vor geschlossen sind.

In **Afrika und im Nahen Osten** sanken die Einnahmen aus Management & Franchise um 73,9 % auf Basis eines 69,9%igen RevPAR-Rückgangs aufgrund von Grenzschießungen.

In **Nordamerika, Mittelamerika und der Karibik** gingen die Einnahmen im Bereich Management & Franchise um 80,0 % zurück, was einem Rückgang des RevPAR um 83,4 % im dritten Quartal entspricht. Sinkende Gebühren auf der Grundlage der Betriebsmargen der Hotels (Incentive-Gebühren) wurden teilweise durch eine relativ solide Leistung durch andere Einnahmen aus Management- und Franchise-Verträgen ausgeglichen.

In **Südamerika** sanken die Einnahmen im Bereich Management & Franchise um 87,2 % auf der Grundlage eines 80,6%igen Rückgangs des RevPAR, obwohl sich dies allmählich bessert.

**Der Umsatz für Services to Owners**, zu denen die Abteilungen Verkauf, Marketing, Vertrieb und Loyalität sowie unternehmensweite Dienstleistungen und die Rückzahlung von Hotelpersonalkosten gehören, belief sich auf 153 Mio. Euro, gegenüber 488 Mio. Euro Ende September 2019.



## Umsatz für Hotel Assets & Other

**Hotel Assets & Other** mit einem Umsatz in Höhe von 76 Mio. Euro, ein Rückgang von 57,1 % auf Like-for-like-Basis, wurden durch den Rückgang des RevPAR in Australien und Brasilien beeinflusst. Das „Strata“-Geschäft in Australien profitierte vom inländischen Leisure-Tourismus des Landes. Was die ausgewiesenen Zahlen betrifft, wurde der Rückgang um 72,3 % durch den Verkauf des Mövenpick-Hotelpachtportfolios Anfang März 2020 verstärkt.

Zum 30. September 2020 entfielen auf Hotel Assets 163 Hotels und 29.441 Zimmer.

## Umsatz von New Businesses

Bis Ende September 2020 fiel der Umsatz von **New Businesses** (Concierge-Dienste, Vermietung von Luxusimmobilien, privater Verkauf von Hotelaufenthalten und digitale Dienstleistungen für Hotelbesitzer) auf 23 Mio. Euro, was einem Rückgang von 43,6 % auf Like-for-like-Basis entspricht.

## EBITDA-Prognose für das Geschäftsjahr 2020

Accor gibt normalerweise eine jährliche EBITDA-Prognose bekannt, wenn es die Halbjahresergebnisse und die Einnahmen für das dritte Quartal vorlegt. Das gegenwärtige, sich ständig verändernde Umfeld und die Entwicklungen in der Covid-19-Krise bieten keine ausreichenden Voraussagemöglichkeiten, um einen vernünftigen Zielkorridor vorzugeben.

In diesem Zusammenhang profitiert die Gruppe von ihrer soliden Liquiditätsposition, die Ende September bei über 4 Mrd. Euro lag, und bestätigt trotz begrenzter Sichtbarkeit die operativen Sensitivitätsindikatoren für 2020 wie folgt

- Eine EBITDA-Sensitivität pro Punkt des RevPAR unter 20 Mio. Euro,
- Monatlicher Barmittelverbrauch unter 80 Mio. Euro



## ÜBER ACCOR

Accor ist eine weltweit führende Unternehmensgruppe für Augmented Hospitality, die einzigartige Erlebnisse in mehr als 5.000 Hotels sowie 10.000 Restaurants und Bars in 110 Ländern bietet. Als eines der vielfältigsten und am besten integrierten Hospitality-Ökosysteme umfasst Accor Luxus- und Premiummarken, Midscale- und Economy-Angebote, einzigartige Lifestyle-Konzepte, Veranstaltungsorte und Nachtclubs, Restaurants und Bars, Co-Working-Spaces und vieles mehr. Damit verfügt Accor über ein unvergleichliches Portfolio einzigartiger Marken und rund 300.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit. Das Treueprogramm ALL-Accor Live Limitless ist Lifestyle-Begleiter für rund 65 Millionen Kundinnen und Kunden und bietet Zugang zu einer Vielzahl von Services und Erlebnissen. Mit den Initiativen Planet 21-Acting Here, Accor Solidarity, RiiSE und dem ALL Heartist Fund setzt die Gruppe zusätzlich positive Maßnahmen in den Bereichen Geschäftsethik, verantwortungsvoller Tourismus, ökologische Nachhaltigkeit, Engagement für die Gemeinschaft sowie Vielfalt und Inklusion. 1967 gegründet, hat Accor SA den Hauptsitz in Frankreich. Die Unternehmensgruppe ist an der Euronext in Paris (Code ISIN: FR0000120404) und am OTC-Markt in den USA (Code: ACRFY) notiert. Weitere Informationen finden Sie auf der Website [group.accor.com](http://group.accor.com) oder auf [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#) und [Instagram](#).

### Pressekontakte

**Anne Wahl-Pozeg**

Regional Communications  
Central Europe  
T. +49 89 63 002 563  
[newsCE@accor.com](mailto:newsCE@accor.com)

**Elena Bücheler**

Regional Communications  
Central Europe  
T. +49 89 630 02 487  
[newsCE@accor.com](mailto:newsCE@accor.com)

**Elisabeth Leeb-Kröll**

Press Service Ketchum Publico  
T. +43 664 808 69 113  
[elisabeth.leeb@ketchum.at](mailto:elisabeth.leeb@ketchum.at)

RAFFLES \ ORIENT EXPRESS \ BANYAN TREE \ DELANO \ SOFITEL LEGEND  
FAIRMONT \ SLS \ SO \ SOFITEL \ THE HOUSE OF ORIGINALS \ RIXOS  
ONEFINESTAY \ MANTIS \ MGALLERY \ 21C \ ART SERIES \ MONDRIAN  
PULLMAN \ SWISSÔTEL \ ANGSANA \ 25HOURS \ HYDE \ MÖVENPICK  
GRAND MERCURE \ PEPPERS \ THE SEBEL \ MANTRA \ NOVOTEL \ MERCURE  
ADAGIO \ MAMA SHELTER \ TRIBE \ BREAKFREE \ IBIS \ IBIS STYLES  
IBIS BUDGET \ GREET \ JO&JOE \ HOTELFI

## RevPAR excluding tax by segment – Q3 2020

Q3 2020	Occupancy rate		Average room rate		RevPAR	
	%	chg pts LFL	€	chg % LFL	€	chg % LFL
Luxury & Premium	30.6	-49.1	177	+8.3	54	-59.5
Midscale	34.3	-43.2	86	-10.5	29	-60.4
Economy	40.6	-37.2	60	-9.6	24	-52.9
<b>Europe</b>	<b>37.2</b>	<b>-40.4</b>	<b>79</b>	<b>-9.9</b>	<b>29</b>	<b>-56.7</b>
Luxury & Premium	38.5	-27.2	78	-24.7	30	-55.7
Midscale	41.1	-35.0	55	-23.7	23	-61.0
Economy	48.3	-29.3	29	-29.7	14	-58.1
<b>Asia-Pacific</b>	<b>41.8</b>	<b>-31.0</b>	<b>54</b>	<b>-26.0</b>	<b>23</b>	<b>-58.8</b>
Luxury & Premium	21.5	-42.0	111	-16.6	24	-72.3
Midscale	35.9	-30.6	50	-11.5	18	-51.0
Economy	22.4	-40.5	35	-13.9	8	-67.2
<b>Middle East &amp; Africa</b>	<b>24.5</b>	<b>-39.2</b>	<b>81</b>	<b>-20.3</b>	<b>20</b>	<b>-69.9</b>
Luxury & Premium	18.4	-59.7	163	-27.9	30	-82.1
Midscale	15.3	-66.9	81	-37.7	12	-94.6
Economy	21.5	-39.8	27	-20.6	6	-72.0
<b>North America, Central America &amp; the Caribbean</b>	<b>18.3</b>	<b>-58.7</b>	<b>141</b>	<b>-29.8</b>	<b>26</b>	<b>-83.4</b>
Luxury & Premium	11.2	-43.8	40	-39.5	4	-89.2
Midscale	15.3	-47.8	33	-17.6	5	-81.3
Economy	15.5	-43.5	24	-11.7	4	-76.3
<b>South America</b>	<b>15.0</b>	<b>-44.6</b>	<b>28</b>	<b>-20.9</b>	<b>4</b>	<b>-80.6</b>
<b>Luxury &amp; Premium</b>	<b>29.5</b>	<b>-40.0</b>	<b>111</b>	<b>-23.6</b>	<b>33</b>	<b>-67.6</b>
<b>Midscale</b>	<b>35.2</b>	<b>-40.6</b>	<b>70</b>	<b>-16.1</b>	<b>25</b>	<b>-62.1</b>
<b>Economy</b>	<b>38.0</b>	<b>-36.5</b>	<b>49</b>	<b>-12.6</b>	<b>19</b>	<b>-56.1</b>
<b>Total</b>	<b>34.8</b>	<b>-38.7</b>	<b>70</b>	<b>-20.1</b>	<b>24</b>	<b>-62.8</b>



## Hotel Base - September 2020

September 2020	Hotel assets		Managed		Franchised		Total	
	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms
Luxury & Premium	5	2,060	133	25,485	67	12,021	205	39,566
Midscale	29	3,616	349	58,395	599	64,703	977	126,714
Economy	21	3,267	594	77,617	1,264	100,270	1,879	181,154
<b>Europe</b>	<b>55</b>	<b>8,943</b>	<b>1,076</b>	<b>161,497</b>	<b>1,930</b>	<b>176,994</b>	<b>3,061</b>	<b>347,434</b>
Luxury & Premium	12	2,566	271	65,932	67	12,105	350	80,603
Midscale	26	4,278	265	60,832	163	26,892	454	92,002
Economy	1	186	192	35,837	255	29,597	448	65,620
<b>Asia-Pacific</b>	<b>39</b>	<b>7,030</b>	<b>728</b>	<b>162,601</b>	<b>485</b>	<b>68,594</b>	<b>1,252</b>	<b>238,225</b>
Luxury & Premium	2	525	159	38,662	6	956	167	40,143
Midscale	2	235	54	10,740	12	2,566	68	13,541
Economy	5	826	46	8,747	10	1,727	61	11,300
<b>Middle East &amp; Africa</b>	<b>9</b>	<b>1,586</b>	<b>259</b>	<b>58,149</b>	<b>28</b>	<b>5,249</b>	<b>296</b>	<b>64,984</b>
Luxury & Premium	1	53	74	28,058	10	3,112	85	31,223
Midscale	0	0	7	2,711	7	1,400	14	4,111
Economy	0	0	20	2,649	4	503	24	3,152
<b>NORTH AMERICA, CENTRAL AMERICA &amp; THE CARIBBEAN</b>	<b>1</b>	<b>53</b>	<b>101</b>	<b>33,418</b>	<b>21</b>	<b>5,015</b>	<b>123</b>	<b>38,486</b>
Luxury & Premium	0	0	25	5,417	5	1,094	30	6,511
Midscale	14	2,469	69	10,215	19	2,557	102	15,241
Economy	45	9,360	70	11,636	142	18,258	257	39,254
<b>South America</b>	<b>59</b>	<b>11,829</b>	<b>164</b>	<b>27,268</b>	<b>166</b>	<b>21,909</b>	<b>389</b>	<b>61,006</b>
<b>Luxury &amp; Premium</b>	<b>20</b>	<b>5,204</b>	<b>662</b>	<b>163,554</b>	<b>155</b>	<b>29,288</b>	<b>837</b>	<b>198,046</b>
<b>Midscale</b>	<b>71</b>	<b>10,598</b>	<b>744</b>	<b>142,893</b>	<b>800</b>	<b>98,118</b>	<b>1,615</b>	<b>251,609</b>
<b>Economy</b>	<b>72</b>	<b>13,639</b>	<b>922</b>	<b>136,486</b>	<b>1,675</b>	<b>150,355</b>	<b>2,669</b>	<b>300,480</b>
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>29,441</b>	<b>2,328</b>	<b>442,933</b>	<b>2,630</b>	<b>277,761</b>	<b>5,121</b>	<b>750,135</b>