



Pressemitteilung
26. Oktober 2022

Umsatz im dritten Quartal 2022 bei 1.149 Mio. € - Anstieg um 83 % auf Like- for-like-Basis

* * *

**REKORDAKTIVITÄT IM QUARTAL
REVPAR ÜBER DEM NIVEAU VON
2019**

BESCHLEUNIGTES TEMPO BEI ZIMMERERÖFFNUNGEN

**EBITDA ERREICHT VORAUSSICHTLICH DAS OBERE ENDE DER
PROGNOSESPANNE VON 610 BIS 640 MIO. €**

Sébastien Bazin, Vorsitzender und Chief Executive Officer von Accor, sagte:

„Die Geschäftsdynamik blieb sehr stark in diesem Quartal, wobei der RevPAR und der Umsatz der Gruppe deutlich über den Werten von 2019 lagen. Mit Ausnahme des asiatisch-pazifischen Raums, wo sich die Aktivitäten jetzt erholen, verzeichneten alle Regionen ein Wachstum im Vergleich zu 2019. Diese starken Leistungen, gepaart mit strikter operativer und finanzieller Disziplin, stimmen uns zuversichtlich, dass wir das obere Ende unserer EBITDA-Prognose für das Gesamtjahr, die sich zwischen 610 Mio. und 640 Mio. € bewegen sollte, erreichen können.“

Die seit Jahresbeginn zu beobachtende deutliche Verbesserung der Geschäftstätigkeit hat sich im dritten Quartal 2022 bestätigt. Im zweiten Quartal in Folge übertraf der RevPAR der Gruppe das Niveau von 2019. Asien ist nun die einzige Ländergruppe, die unter dem Vorkrisenniveau liegt. Die Nachfrage von inländischen und internationalen Freizeitreisenden war im Sommer sehr stark, was zu einem deutlichen Preisanstieg führte. Der September profitierte von der erneuerten Nachfrage von Geschäftsreisenden zu großen Messen und Ausstellungen.

Im dritten Quartal 2022 eröffnete Accor 93 Hotels mit 15.300 Zimmern und kann damit ein Nettowachstum von 2,4 % in den letzten 12 Monaten verzeichnen. Verglichen zum ersten Halbjahr 2022 bedeutet dies einen erheblichen Anstieg der Anzahl neuer Zimmer.

Ende September 2022 verfügte die Gruppe über ein Hotelportfolio von 789.152 Zimmern (5.357 Hotels) und eine Pipeline von 212.000 Zimmern (1.218 Hotels).

Für 2022 bestätigt die Gruppe ihre Nettowachstums-Prognose des Netzwerks von rund 3,5 %.

Konsolidierter Umsatz

Die Gruppe meldete für Q3 2022 einen **Umsatz** von 1.149 Mio. €, was einem Anstieg von 83 % auf Like-for-like-Basis gegenüber Q3 2021 entspricht. Aufgeschlüsselt nach Geschäftsbereichen setzt sich dieses Wachstum aus einem Anstieg von 84 % für HotelServices und 80 % für Hotel Assets & Other zusammen. Verglichen mit dem RevPAR (in dieser Pressemitteilung durchgehend als Veränderung gegenüber 2019 dargestellt) beträgt der Anstieg des Umsatzes gegenüber Q3 2019 9 % auf Like-for-like-Basis.

Änderungen im Konsolidierungskreis, vor allem durch die Konsolidierung von Ennismore, und die Wiedereröffnung des Pullman Montparnasse trugen mit 14 Mio. € positiv bei.

Währungseffekte wirkten sich mit 60 Mio. € positiv aus, hauptsächlich in Verbindung mit dem US-Dollar (-14 %).

In € millions	Q3 2021	Q3 2022	Change (reported)	Change (LFL) ⁽¹⁾ vs Q3 21	Change (LFL) ⁽¹⁾ vs Q3 19
HotelServices	440	874	+99%	+84%	+9%
Hotel Assets & Other	153	283	+85%	+80%	+6%
Holding & Interco	-4	-9	N/A	N/A	N/A
TOTAL	589	1,149	+95%	+83%	+9%

⁽¹⁾ Like-for-like-Basis: bei konstantem Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen.

Umsatz aus HotelServices

HotelServices, das Gebühren aus Management & Franchise (M&F) und Services to Owners umfasst, verzeichnete einen Umsatz von 874 Mio. €, ein Anstieg von 84 % auf Like-for-like-Basis im Vergleich zu Q3 2021 (ein Anstieg von 9 % auf Like-for-like-Basis im Vergleich zu Q3 2019). Dieser Anstieg bestätigt die seit Jahresbeginn zu beobachtende deutliche Verbesserung der Aktivitäten.

Der Umsatz im Bereich **Management & Franchise (M&F)** betrug 308 Mio. €, ein Plus von 93 % auf Like-for-like-Basis gegenüber Q3 2021 (plus 10 % auf Like-for-like-Basis gegenüber Q3 2019), wobei die regionale Entwicklung mit der Geschäftserholung in den jeweiligen Ländern in Zusammenhang steht.

In € millions	Q3 21	Q3 22	Change (LFL) ⁽¹⁾ vs Q3 21	Change (LFL) ⁽¹⁾ vs Q3 19
South Europe	47	83	+75%	+9%
North Europe	39	71	+67%	-8%
ASPAC	21	49	+120%	-8%
IMEAT	16	49	+175%	+74%
Americas	28	57	+81%	+15%
TOTAL	151	308	+93%	+10%

⁽¹⁾ Like-for-like-Basis: bei konstantem Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen.

Der **RevPAR** der Gruppe stieg in Q3 2022 insgesamt um 14 % gegenüber Q3 2019 und bestätigte damit die starke Verbesserung der Aktivität seit Jahresbeginn, wobei der RevPAR der Gruppe im zweiten Quartal über dem Niveau von 2019 lag.

In Q3 2022 lag der RevPAR in **Südeuropa** 11 % über dem Niveau von Q3 2019.

- In **Frankreich** stieg der RevPAR in Q3 2022 um 11% gegenüber Q3 2019. Das Land erlebte eine sehr starke Sommersaison dank der Nachfrage inländischer und internationaler Freizeitreisender. Die Rückkehr der internationalen Reisenden förderte die Performance in der Region Paris, die nun mit den regionalen Städten gleichzieht. Im September trug die Nachfrage von Geschäftsreisenden zum anhaltenden Aufschwung der Belegungsraten bei, die nun nahe des Vorkrisenniveaus sind.
- In **Spanien** stieg der RevPAR in Q3 2022 um 9 % gegenüber Q3 2019.

In **Nordeuropa** stieg der RevPAR in Q3 2022 um 9 % gegenüber Q3 2019, eine sehr deutliche sequenzielle Verbesserung gegenüber dem Vorquartal.

- **Deutschland** trug am meisten zu dieser starken sequenziellen Verbesserung bei. Das Land zieht nun mit dem übrigen Europa gleich, nachdem es eine verzögerte Geschäftserholung aufgrund der langanhaltenden COVID-Beschränkungen erlebt hatte.
- Der Aufwärtstrend im **Vereinigten Königreich** hat sich über das gesamte Quartal hinweg bestätigt, so dass die RevPAR-Werte über denen von Q3 2019 lagen.

Im **asiatisch-pazifischen Raum** verbesserte sich der RevPAR zwischen Q2 und Q3 2022 sequenziell um +9 Prozentpunkte. In Q3 2022 war er um 9 % niedriger als in Q3 2019.

- Die **Region Pazifik** bestätigte die bereits in Q2 2022 beobachtete Performance mit einem Anstieg von 15 % in Q3 2022 gegenüber Q3 2019. Dieser Anstieg wurde stark von den Preisen getrieben.
- In **China** gab es einige, wenn auch mäßige, Anzeichen für eine Verbesserung und eine leichte Erholung der Aktivitäten über den Sommer. Die Beschränkungen, die im Rahmen der strikten Durchsetzung der „Null-Covid“-Politik eingeführt wurden, wirkten sich jedoch weiterhin negativ auf die Aktivität aus.
- In **Südostasien** sank der RevPAR in Q3 2022 um 21 % gegenüber Q3 2019. Auch hier gab es Anzeichen für eine Erholung, vor allem durch die Rückkehr internationaler Gäste.

In der Region **Indien, Naher Osten, Afrika und Türkei** stieg der RevPAR um 68 % gegenüber Q3 2019, gefördert durch die Hyperinflation und die sehr starke Sommersaison in der Türkei.

- Die **Vereinigten Arabischen Emirate** erzielten dank der Nachfrage von Freizeit- und Geschäftsreisenden weiterhin gute Ergebnisse.
- In **Saudi-Arabien** entsprechen die Aktivitäten ihrer Natur gemäß von der Saisonalität des religiösen Kalenders.

In **Nord-, Mittel- und Südamerika** war der RevPAR in Q3 2022 um 12 % höher als im Q3 2019.

- In **Nord-/Zentralamerika** und der **Karibik** lag der RevPAR in Q3 2022 leicht über dem Niveau von 2019, was auf einen starken Anstieg der Preise zurückzuführen ist.
- In **Südamerika**, insbesondere in Brasilien, war die Belebung des Geschäftsvolumens besonders deutlich. Die Belegungsraten verbesserten sich und blieben im gesamten



dritten Quartal 2022 über dem Niveau von 2019.

Der Umsatz aus dem Bereich **Services to Owners**, der die Bereiche Sales, Marketing, Distribution und Loyalty sowie Shared Services und die Weiterverrechnung von Hotelpersonal umfasst, belief sich im dritten Quartal 2022 auf 566 Mio. €, ein Plus von 8 % gegenüber 2019.



Hotel Assets- & andere Umsätze

Ende September 2022 umfasste dieses Segment mit eigenen und gepachteten Häusern 115 Hotels und 22.656 Zimmer.

Der Umsatz im Segment „Hotel Assets & Other“ stieg in Q3 2022 um 80 % auf Like-for-like-Basis gegenüber Q3 2021 (+6 % auf Like-for-like-Basis gegenüber dem dritten Quartal 2019). Dieses Segment, das sehr eng mit der Aktivität in Australien verbunden ist, profitierte weiterhin von der Nachfrage von Freizeitreisenden in den Küstenregionen. Die Großstädte beginnen, von der erneuerten Nachfrage von Geschäftsreisenden zu profitieren.

Seit Anfang 2021 umfasst dieses Segment Concierge-Services, die Vermietung von Luxuswohnungen, den privaten Verkauf von Hotelübernachtungen und digitale Dienstleistungen für Hoteleigentümer. All diese Aktivitäten haben vom Aufwärtstrend im Tourismus profitiert.

EBITDA-Prognose für das GJ22

Dank der positiven Auswirkungen der in der ersten Jahreshälfte 2022 getätigten Investitionen in Marketing und Vertrieb, der strikten Kostendisziplin und der starken Entwicklung der Aktivität erhöht die Gruppe am 28. September 2022 ihre EBITDA-Prognose für 2022. Ursprünglich war ein Wert von über 550 Mio. € angekündigt, der aber in Folge auf 610 bis 640 Mio. € angehoben wurde. Der Konzern ist nun zuversichtlich, das obere Ende dieser Spanne der EBITDA-Prognose für das Gesamtjahr erreichen zu können.

Ereignisse im dritten Quartal 2022

Am 5. Juli 2022 gab die Gruppe eine Strukturänderung bekannt, mit der Zielsetzung, auf die in den letzten Jahren durchgeführte Transformation. Diese Anpassung umfasst die Konsolidierung von Führungspositionen, die verstärkte Fokussierung auf die Kernbereiche, die Stärkung des spezifischen Know-hows, die Beschleunigung des Wachstums sowie die weitere Verbesserung der Profitabilität. Daher wird Accor zwei Geschäftsbereiche mit separaten und spezifischen Kompetenzen aufbauen, um die beide Geschäftsbereiche weiter zu stärken, die jeweilige operative und finanzielle Leistung zu verbessern, den Eigentümern und Gästen zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen anzubieten und die besten Talente zu gewinnen.

Ab dem 1. Oktober 2022 wird Accor in zwei Geschäftsbereiche strukturiert:

- „Economy, Midscale & Premium Division“, die vor allem die Marken der Gruppe ibis, Novotel, Mercure, Swissôtel, Mövenpick und Pullman umfasst.
- „Luxury & Lifestyle Division“, in der die Luxusmarken von Accor sowie die Lifestyle-Einheit der Gruppe, Ennismore, zusammengefasst sind.

Um die Umsetzung und den Roll-Out dieser neuen Struktur zu unterstützen und sicherzustellen, hat der Aufsichtsratsrat von Accor seine Unterstützung für die Führung der Gruppe bekräftigt und einstimmig beschlossen, auf der nächsten Hauptversammlung, die zur Genehmigung des Jahresabschlusses 2022 einberufen wird, die Verlängerung der Amtszeit von Sébastien Bazin als Vorsitzender und CEO vorzuschlagen.

Am 28. September 2022 gab Accor bekannt, dass das Unternehmen exklusive Verhandlungen mit der Valesco Group über den Verkauf des Pariser Hauptsitzes „Sequana Tower“ in Höhe von 465 Mio. € führe. Der Verkauf ist an eine 12-jährigen Sale-and-Leaseback-Vereinbarung gekoppelt. Die Transaktion, die den üblichen Due-Diligence-Prüfungen unterliegt, wird voraussichtlich bis Ende des Jahres abgeschlossen sein. Sie ist Teil der Asset-Light-Strategie der Gruppe, die darauf abzielt, die Bilanzstruktur von Accor zu vereinfachen.



ÜBER ACCOR

Accor ist eine weltweit führende Hospitality-Gruppe mit 5.300 Hotels sowie 10.000 Restaurants und Bars in 110 Ländern. Konzipiert als eines der branchenweit vielfältigsten und zugleich integrativsten Ökosysteme, umfasst Accor mehr als 40 Luxus-, Premium-, Midscale- und Economy-Hotelmärkte, Unterhaltungs- und Nightlife-Angebote, Restaurants und Bars, gebrandete Private Residences und Shared Accommodation-Anwesen, Concierge-Services, Co-Working-Flächen und vieles mehr. Accors einzigartige Positionierung in der Lifestyle-Hotellerie – einer der am schnellsten wachsenden Sektoren in der Branche – erfolgt unter der Federführung von Ennismore, einem Joint Venture, an dem Accor die Mehrheitsbeteiligung hält. Ennismore ist ein kreatives Hospitality-Unternehmen mit einem globalen Kollektiv von Marken, die von Gründern und Unternehmern als deren Herzensprojekte entwickelt wurden. Damit verfügt Accor über ein unvergleichliches Portfolio einzigartiger Marken sowie mehr als 230.000 Mitarbeiter:innen weltweit. Das Treueprogramm ALL - Accor Live Limitless ist ein täglicher Lifestyle-Begleiter, der Zugang zu einer Vielzahl von Services und Erlebnissen bietet. Mit seinen globalen Verpflichtungen in Bereich Nachhaltigkeit (z.B. Net Zero CO²-Emissionen bis 2050, Abschaffung von Einwegplastik in den Gästebereichen der Hotels), 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 um. 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: ACCYY) notiert. Weitere Informationen finden Sie auf der Website group.accor.com oder [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#) und [Instagram](#).

Media relations

Charlotte Thouvard

Senior Vice President
Global Communications
T. +33 (0)1 45 38 19 14
charlotte.thouvard@accor.com

Line Crieloue

VP Corporate Group External
Communications
T. +33 (0)1 45 38 18 11
line.crieloue@accor.com

Investor and Analyst Relations

Pierre-Loup Etienne

SVP Investor Relations and
Financial Communications
T. +33 (0)1 45 38 47 76
pierre-loup.etienne@accor.com

Nastassja Mirza

Investor Relations and Financial
Communications Officer
T. +33 (0)1 45 38 87 23
nastassja.mirza@accor.com



RAFFLES \ ORIENT EXPRESS \ BANYAN TREE \ SOFITEL LEGEND \ FAIRMONT
EMBLEMS \ SOFITEL \ RIXOS \ ONEFINESTAY \ MANTIS \ MGALLERY
ART SERIES \ PULLMAN \ SWISSÔTEL \ ANGSANA \ MÖVENPICK \ GRAND MERCURE
PEPPERS \ THE SEBEL \ MANTRA \ NOVOTEL \ MERCURE \ ADAGIO \ BREAKFREE
IBIS \ IBIS STYLES \ GREET \ IBIS BUDGET \ HOTELF1
ENNISMORE 21C \ 25HOURS \ DELANO \ GLENEAGLES \ HYDE \ JO&JOE
MAMA SHELTER \ MONDRIAN \ MORGANS ORIGINALS \ SLS \ SO
THE HOXTON \ TRIBE \ WORKING FROM

RevPAR excluding tax by segment – Q3 2022

Q3 2022 vs. Q2 2019	Occupancy rate		Average room rate		RevPARV	
	%	chg pts LFL	€	chg % LFL	€	chg % LFL
Luxury & Upscale	71.9	-5.7	282.6	+24.7	203.3	+16.1
Midscale	72.5	-3.6	123.3	+14.8	89.4	+9.5
Economy	74.0	-2.2	74.7	+13.7	55.3	+10.5
South Europe	73.4	-2.8	103.6	+15.2	76.0	+11.0
Luxury & Upscale	67.3	-10.6	219.5	+29.0	147.7	+11.7
Midscale	71.3	-7.9	106.4	+18.2	75.9	+6.5
Economy	74.6	-5.0	83.2	+17.7	62.1	+10.5
North Europe	72.3	-6.7	109.8	+18.9	79.4	+8.9
Luxury & Upscale	55.5	-11.7	125.1	+8.4	69.5	-9.7
Midscale	62.6	-12.4	83.3	+11.3	52.2	-6.6
Economy	64.2	-13.1	45.2	+7.8	29.0	10.6
ASPAC	60.6	-12.3	86.5	+9.6	52.4	-8.5
Luxury & Upscale	65.4	+1.5	171.9	+72.5	112.5	+76.4
Midscale	66.3	+0.9	72.0	+42.8	47.7	+44.6
Economy	62.9	-3.0	48.3	+41.4	30.4	+35.0
IMEAT	65.1	+0.5	127.4	+67.0	83.0	+68.3
Luxury & Upscale	64.3	-9.3	305.8	+21.9	196.5	+6.7
Midscale	63.4	-0.2	86.1	+24.7	54.7	+24.4
Economy	60.9	+2.1	43.1	+26.0	26.2	+30.4
Americas	62.6	-2.6	142.6	+16.4	89.3	+12.0
Luxury & Upscale	62.0	-6.8	191.6	+34.9	118.8	+22.0
Midscale	67.6	-6.6	99.3	+17.6	67.1	+7.5
Economy	69.6	-4.1	66.0	+16.8	45.9	+10.4
Total	66.9	-5.6	107.9	+23.2	72.2	+13.9

RevPAR excluding tax by segment – YTD 2022

YTD 2022 vs. 2019	Occupancy rate	Average room rate	RevPARV	Occupancy rate	Average room rate	RevPARV
	%	chg pts LFL	€	%	chg pts LFL	€
Luxury & Upscale	59.7	-9.0	255.1	+20.0	152.2	+5.4
Midscale	62.7	-7.8	116.6	+9.6	73.1	2,3
Economy	65.3	-6.1	70.2	+8.4	45.8	-0.7
South Europe	64.1	-6.7	95.8	+9.8	61.4	-0.5
Luxury & Upscale	54.8	-17.7	202.4	+21.6	111.0	-7.8
Midscale	60.2	-14.0	97.9	+8,7	59.0	-11.8
Economy	62.2	-12.1	75.8	+8.6	47.2	-8.8
North Europe	60.4	-13.4	100,4	+9.7	60.6	-10.0
Luxury & Upscale	47.8	-17.3	117.4	-0.2	56.0	-25.8
Midscale	56.1	-16.0	77.9	+3.6	43.7	-19.0
Economy	58.6	-17.1	41.0	-2.1	24.1	24,4
ASPAC	53.8	-16.8	79.9	+0.7	43.0	-23.0
Luxury & Upscale	59.0	-5.8	170.1	+56.0	100.3	+42.5
Midscale	64.6	-1.2	70.2	+21.8	45,4	+19,6
Economy	59.1	-4.6	48.4	+23.2	28.6	+14.4
IMEAT	60.1	-4.6	124.4	+47.4	74.8	+37,2
Luxury & Upscale	55.6	-14.0	287.6	+20.6	159.9	-3.4
Midscale	57.8	-3.7	78.1	+15.4	45.1	+8.8
Economy	56.5	+0.5	39,7	+17.3	22.4	+18.2
Americas	56.5	-5.8	130.8	+11.0	73.8	+0.9
Luxury & Upscale	53.6	-2.8	181.2	+26.9	97.2	+3.2
Midscale	59.6	11,0	92.3	+9.3	55.0	-7.4
Economy	61.6	-8.4	60.8	+8.8	37.4	4,0
Total	58.8	-10.4	100.4	+14.5	59.0	-2.3

Hotel portfolio – September 2022

September 2022	Hotel assets		Managed		Franchised		Total	
	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms
Luxury & Upscale	2	1,339	40	7,564	36	2,889	78	11,792
Midscale	1	51	164	24,755	370	35,659	535	60,465
Economy	0	0	252	31,624	1,043	76,885	1,295	108,509
South Europe	3	1,390	456	63,943	1,449	115,433	1,908	180,766
Luxury & Upscale	2	388	69	13,007	45	9,486	116	22,881
Midscale	0	0	194	34,927	254	32,058	448	66,985
Economy	4	865	313	44,296	268	29,338	585	74,499
North Europe	6	1,253	576	92,230	567	70,882	1,149	164,365
Luxury & Upscale	11	2,217	263	64,821	81	15,153	355	82,191
Midscale	17	2,792	245	56,128	235	37,933	497	96,853
Economy	1	186	160	29,665	312	34,702	473	64,553
ASPAC	29	5,195	668	150,614	628	87,788	1,325	243,597
Luxury & Upscale	2	525	186	49,709	27	6,762	215	56,996
Midscale	5	796	83	17,089	23	4,391	111	22,276
Economy	10	1,681	75	13,842	15	2,309	100	17,832
IMEAT	17	3,002	344	80,640	65	13,462	426	97,104
Luxury & Upscale	3	469	101	32,085	24	5,317	128	37,871
Midscale	12	2,071	73	12,005	35	5,535	120	19,611
Economy	45	9,276	87	13,699	169	22,863	301	45,838
Americas	60	11,816	261	57,789	228	33,715	549	103,320
Luxury & Upscale	20	4,938	659	167,186	213	39,607	892	211,731
Midscale	35	5,710	759	144,904	917	115,576	1,711	266,190
Economy	60	12,008	887	133,126	1,807	166,097	2,754	311,231
Total	115	22,656	2,305	445,216	2,937	321,280	5,357	789,152