



Setting the scene 2024

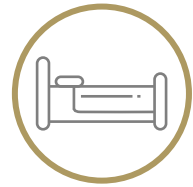
Webinar mrp hotels x Union Investment

16.01.2024
Setting the scene 2024

mrp hotels
Martin Schaffer
Sebastian Schlender

We are not quite there ... yet!

Recap 2023



Übernachtungszahlen zeigen ein positives Bild, in Österreich zeigten die Übernachtungszahlen, abgesehen von Q1 2023, ein positives Bild und lagen über 2019



Einzelne Märkte in Deutschland wie Hamburg und München haben sich ebenfalls gut erholt und lagen über den Werten von 2019



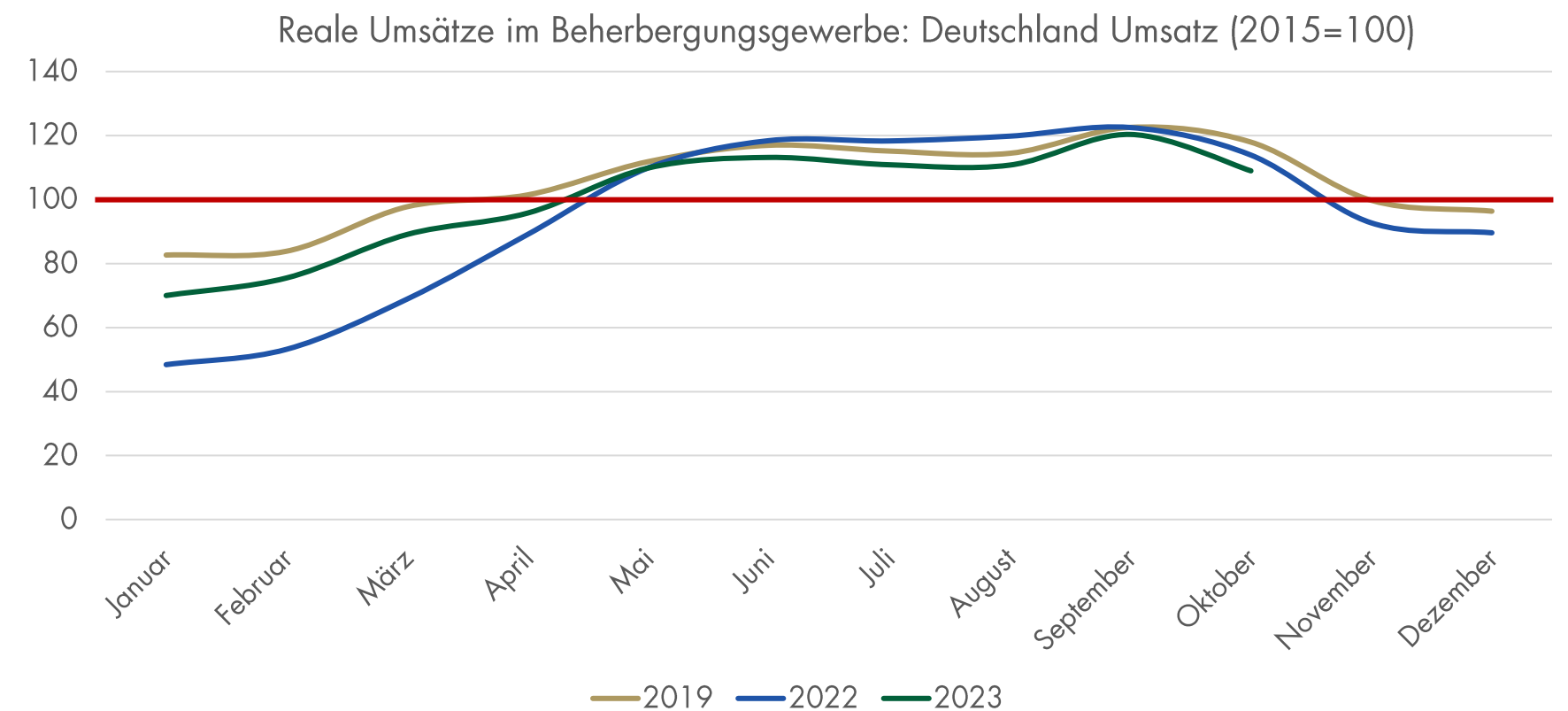
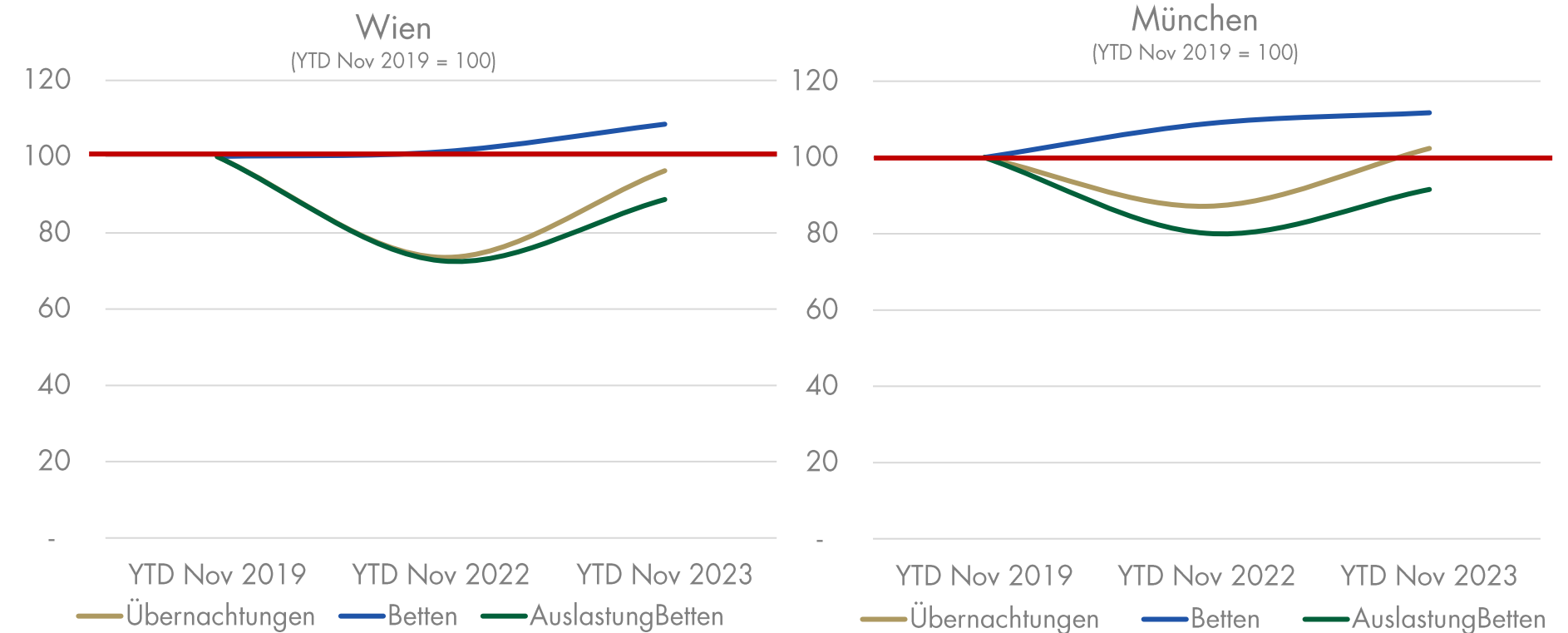
Die zur Mitte des Jahres gelockerten Reiserestriktionen asiatischer Quellmärkte haben sich positiv auf Übernachtungszahlen ausgewirkt.



Die realen Umsätze im Beherbergungsgewerbe im Jahr 2023 in Deutschland liegen weiterhin hinter 2019 Werten



Trotz vielversprechenden Ratensteigerung konnte, die im selben Zeitraum erfolgte Kostensteigerung nicht kompensiert werden, was zu sinkender Profitabilität bei Hotelbetreibern führt



GOP-Performance im Vergleich zu 2019 schwächer

Year to Date 01 - 11/2023

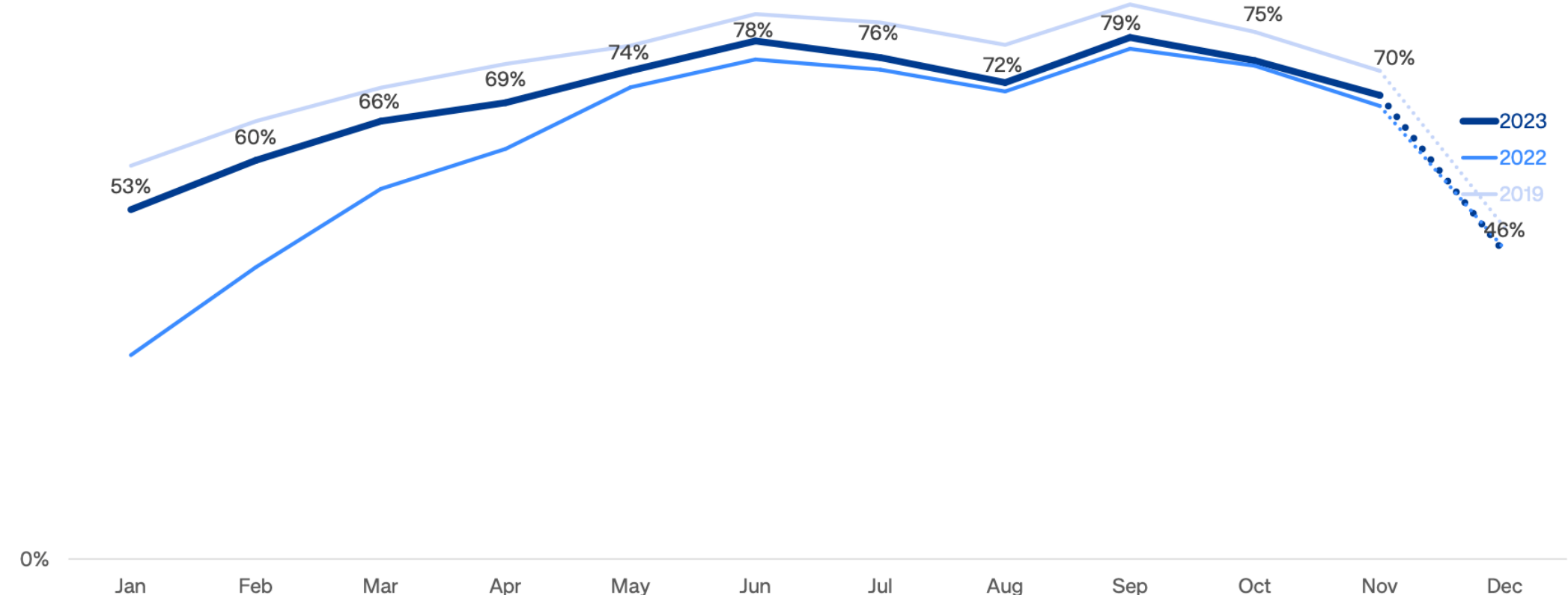
TOTAL

Year-to-date - 01-11/2023	Δ LY in %	Δ 2019 in %
Occupancy in pp.	+11	-9
Average Daily Rate	+5	+18
Total Revenue per avail. room	▲ +25	▲ +7
Gross Operating Profit per avail. room	▲ +28	▼ -3

Monthly Occupancy & Year-on-Year Variance | Europe

2023 occupancy by month compared to 2022 and 2019.

AMADEUS



Source: Amadeus Demand360® data as of November 27, 2023

© Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Diese Auswertung spiegelt nicht die Meinung von mrp hotels wider, sondern ist eine Datenauswertung des mrp hotels Asset Management Portfolios.

Quelle: mrp hotels Asset Management Portfolio (die Daten basieren auf ca. 20 Hotels aus der DACH-Region), Amadeus Hospitality

16.01.2024

Setting the scene 2024

Wo steht der Transaktionsmarkt?

Die Entwicklungen im Jahr 2023



Transaktionsvolumen 2023 liegt weiterhin deutlich hinter deutlich hinter 2019, sehr dynamisches Q4 2023



Im Fokus lagen vor allem Einzeltransaktionen, welche den Großteil der Transaktionen in Europa 2023 ausgemacht haben



Investoren aus Middle East sind weiterhin sehr aktiv, u.a. mit dem Kauf des Le Richemond in Genf durch Dubai Holdings oder dem Saudi-Arabischen Staatsfonds, welcher 49% an Rocco Forte erwarb



Private Equity hat die Resilienz und die Attraktivität der Tourismusbranche erkannt und kauft opportunistisch, dies erhöht den Druck auf die Profitabilität



Mit steigenden Finanzierungskosten müssen Deals sowohl eine gesunde Anfangsrendite als auch Upside Potential bieten, um finanziell attraktiv zu sein



Budget, Serviced Apartments & Luxus Segment erfreute sich auch 2023 wieder großer Beliebtheit, und bieten für Value-Add Investoren weiterhin attraktive Investments

FINANCIAL TIMES

Saudi Arabia buys 49% of Rocco Forte's luxury hotel chain

Country's \$700bn Public Investment Fund plans to invest tens of millions to double the chain's portfolio in five years

**BNN
Bloomberg**

Dubai Holding's Jumeirah Buys Le Richemond Hotel in Geneva

**#property
magazine**

TPG verkauft A&O Hostels für 800 Mio. Euro

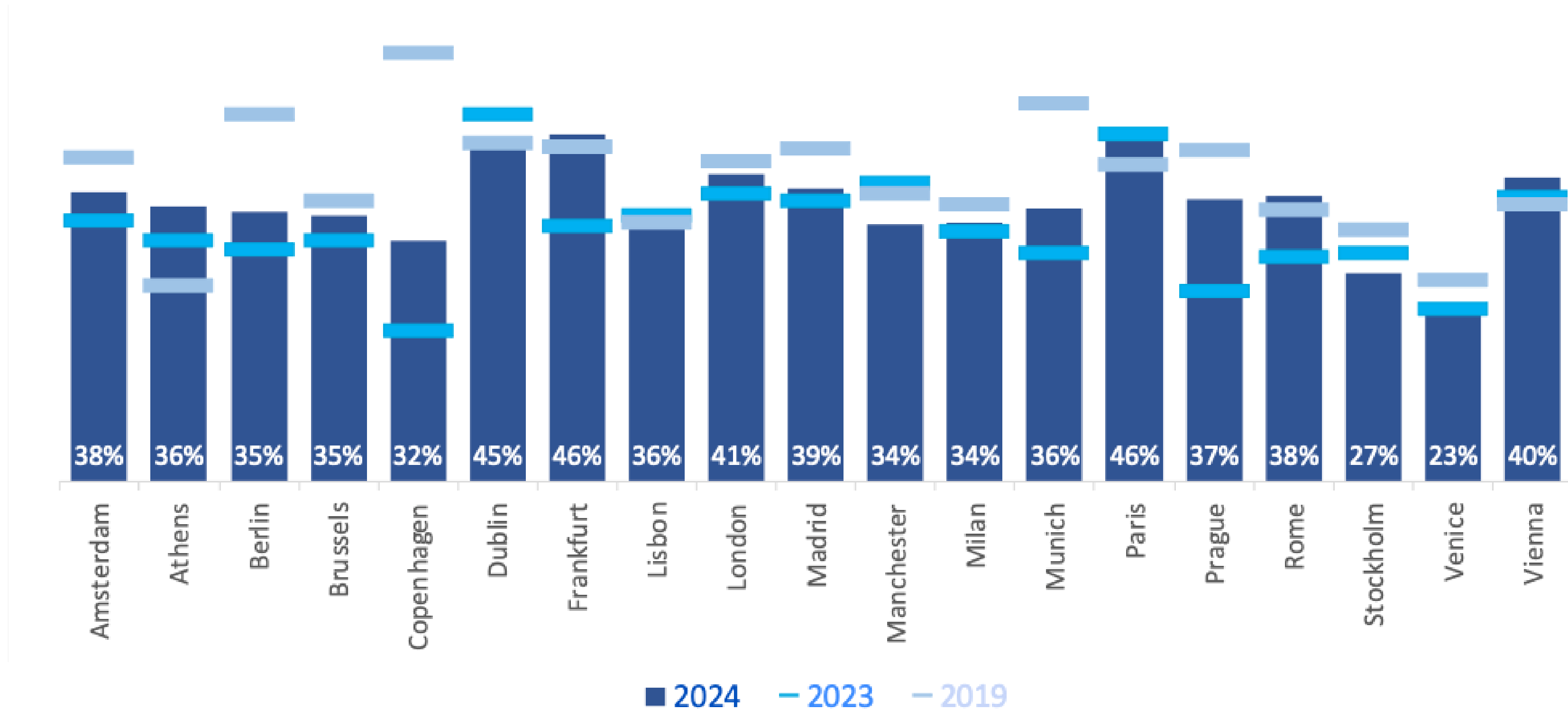
ahgz

DER Touristik übernimmt DR Hospitality

Athen, Frankfurt, Paris & Wien auf Vorkrisen Niveau

amadeus

On-the-books total occupancy by market for Jan 2024 vs. LY & 2019

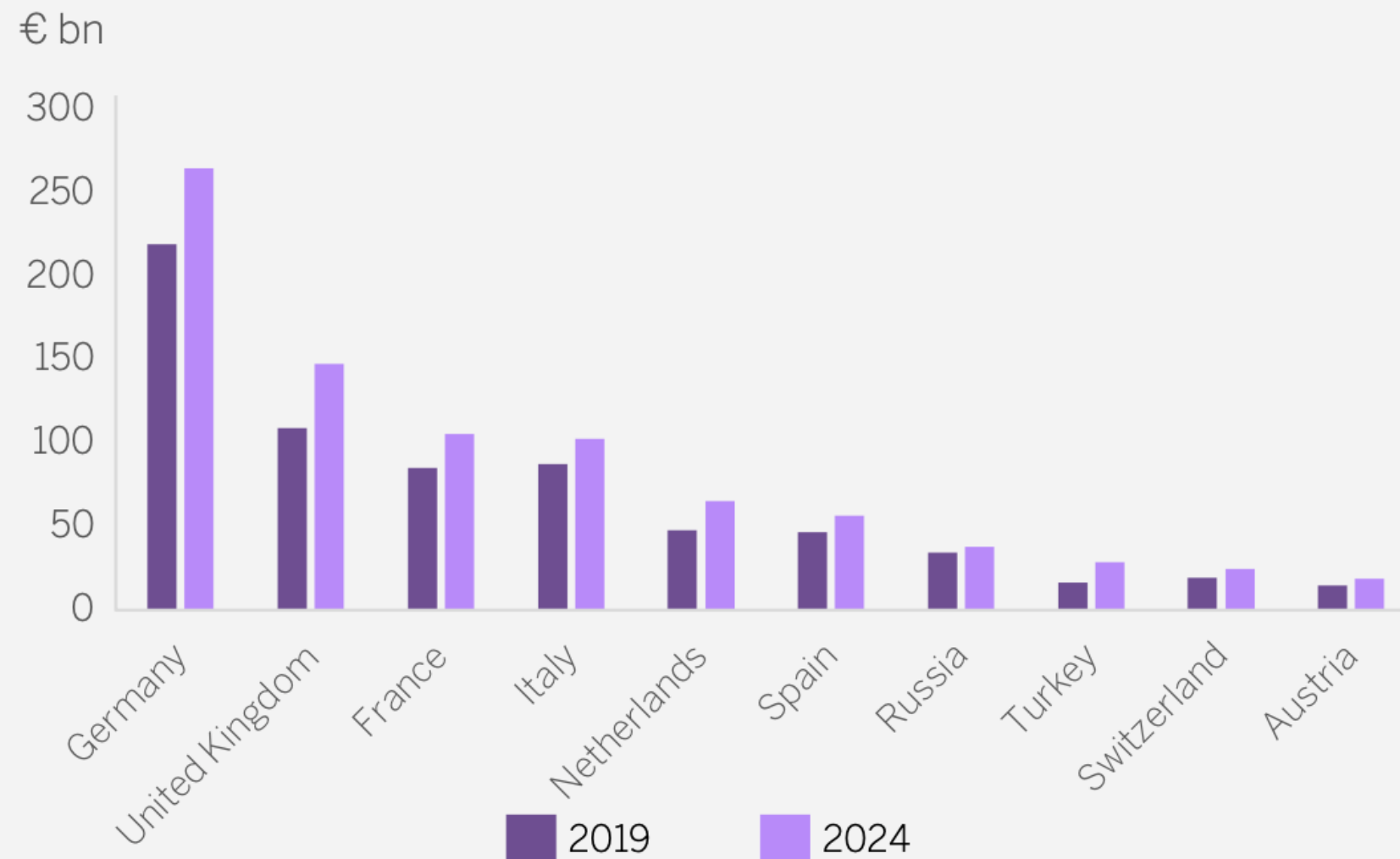


Deutschland profitiert von starker Inlandsnachfrage

Outlook 2024

Largest Domestic Leisure Markets: Europe

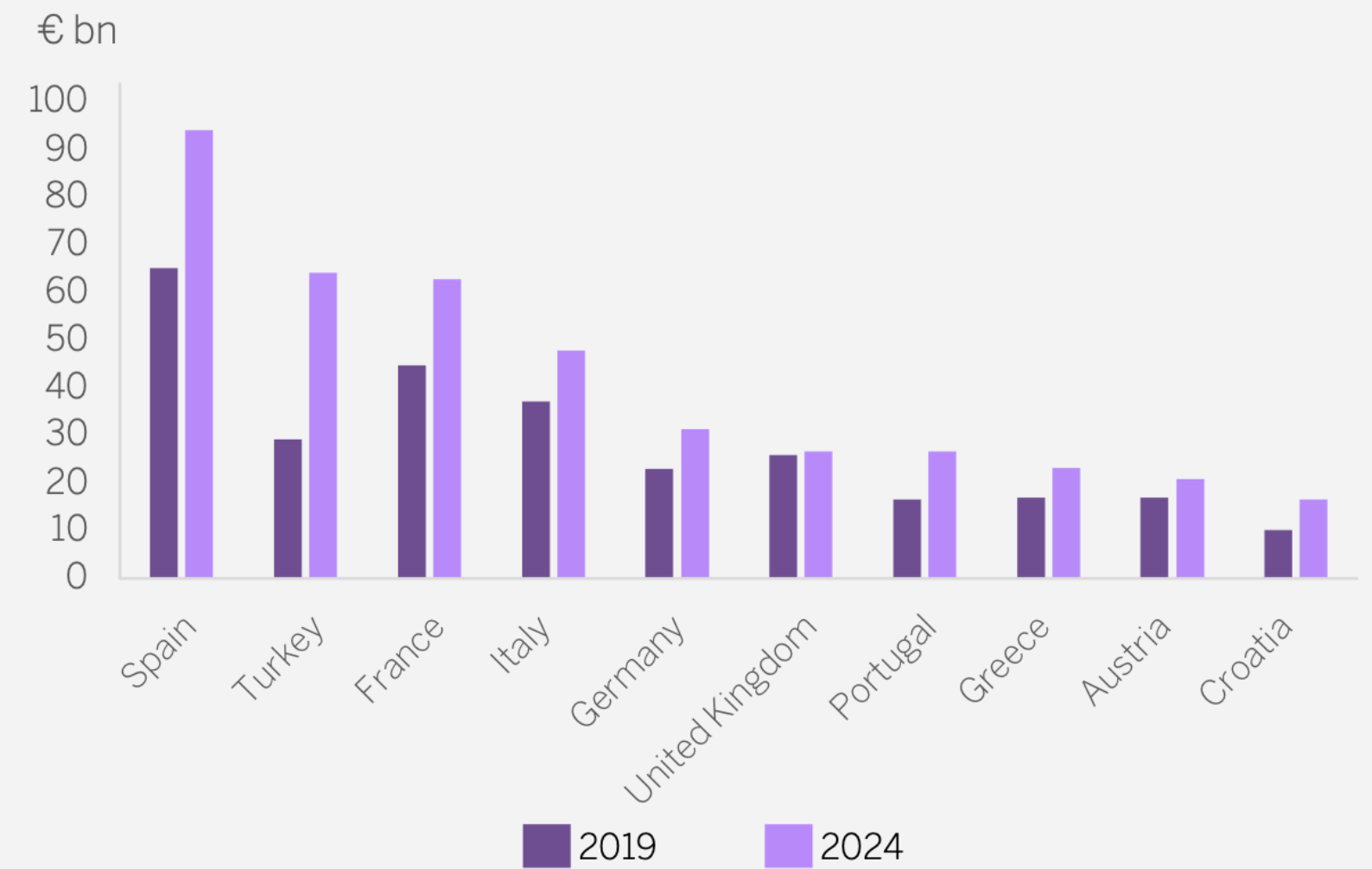
(2024 vs. 2019)



Note: Europe has been analysed in euro rather than US dollar terms

Largest Inbound Leisure Markets: Europe

(2024 vs. 2019)



Note: Europe has been analysed in euro rather than US dollar terms

Outlook 2024

Aktuelle Themen am Hotelimmobilienmarkt

Erfahren Sie mehr über die Nachhaltigkeitsstrategie von mrp hotels.



1

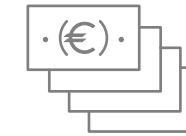
Steigende Umsätze im Sommer



Reisewirtschaft erwartet steigende Umsätze im Sommer 2024, auch auf Grund diverser Events. Auslastung, ADR und RevPAR weiter im Aufschwung. Ratensteigerung auf Inflationsniveau budgetiert. Anstieg der Rate nicht wie von 2022 zu 2023 zu erwarten.

2

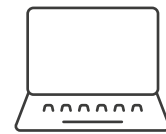
Steigender Kostendruck



Kostendruck dominiert weiter die Branche, was sich auch weiterhin negativ auf die Betreiberprofitabilität auswirkt

3

Digitalisierung



Prozessoptimierung durch digitale Lösungen werden immer wichtiger. Nicht nur Kostensteigerung sondern auch Personalmangel können durch Digitalisierung und Automatisierung entgegengewirkt werden.

5

Transaktionsmarkt



Zinssenkungen werden in der zweiten Jahreshälfte erwartet, weshalb zunächst wenig Bewegung im Transaktionsmarkt abzusehen ist. Banken bleiben weiter vorsichtig aber große Firesales bleiben aus

4

ESG



Die Branche sieht sich mit verstärkten regulatorischen Anforderungen hinsichtlich Taxonomiekonformität konfrontiert, die zusätzlichen Anpassungen, Know-How und Investitionen erforderlich machen könnten.



mrp hotels

Berlin | Wien | München

ESG Nachhaltigkeitsziele

1.

Environmental

Klimaneutralität bis 2030 und Beitrag zu den Pariser Klimazielen

2.

Social

Diversität, Inklusion und Bildung als Treiber von Entwicklung

3.

Governance

Risikomanagement und Compliance als Grundlagen für nachhaltiges Wachstum

ESG in Hotelimmobilien

Das Ziel von mrp hotels ist es, eine Kultur des Zusammenhalts zu schaffen, bei der Verantwortung für den Planeten, die Gesellschaft und den wirtschaftlichen Erfolg gemeinsam getragen wird.





MRP Consult GmbH
Getreidemarkt 14/29
1010 Vienna, Austria
+43 1 890 6661
vienna@mrp-hotels.com

MRP Consult Germany GmbH
Savignyplatz 9/10
10623 Berlin, Germany
+49 30 3434 740
berlin@mrp-hotels.com

Streitfeldstraße 25b
81673 Munich, Germany
munich@mrp-hotels.com



Kontaktperson

Martin Schaffer
+43 664 6253 683
martin.schaffer@mrp-hotels.com



Sebastian Schlender
+49 178 3434 743
sebastian.schlender@mrp-hotels.com

Interaktive Kommunikation mit mrp hotels



www.linkedin.com/company/mrp-hotels



www.youtube.com/mrp-hotels



www.instagram.com/mrp.hotels



www.mrp-hotels.com

Kooperative Partnerships



Dieser Bericht wurde mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt und auf Basis der zum Zeitpunkt der Studie vorliegenden bzw. vom Auftraggeber oder Dritten zur Verfügung gestellten Informationen und Daten erarbeitet. Es kann keine Gewähr dafür übernommen werden, dass die Annahmen eintreffen oder die prognostizierten Ergebnisse erreicht werden. Wie bei Analysen, die auf Marktdaten und aktuellen Gegebenheiten basieren, üblich, sind die Ergebnisse der Analyse nur für einen begrenzten Zeitraum gültig und müssen danach angepasst werden.