

ERFOLGE IN DER UMSETZUNG DES STRATEGISCHEN 5-JAHRES-PLANS ERMÖGLICHEN WACHSTUM DER NH HOTEL GROUP IN LATEINAMERIKA

- **Federico J. González Tejera**, CEO der NH Hotel Group, betont die positiven Auswirkungen der Umsetzung der laufenden Initiativen des Fünf-Jahres-Geschäftsplans auf alle Unternehmensbereiche.
- **Erreichte Meilensteine des Jahres 2014:** Steigerung des Umsatzes pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) von über 3 Prozent, die erfolgreiche Einführung einer neuen Preisstrategie, die umfassende Neuausrichtung von 31 Hotels, die Veräußerung von 30 out-of-scope Hotels, die Nachverhandlung bestehender Miet- und Pachtverträge sowie ein Teilnehmerwachstum von 25 Prozent des Kundenbindungsprogramms „NH Hotel Group Rewards“.
- **NH beschleunigt vorzeitig das Wachstum in 2015 und kündigt den Erwerb der kolumbianischen Hotelkette „Hoteles Royal“ für 65,6 Millionen Euro an.**
- **Das Unternehmen erhöht damit seinen Bestand an Hotels in Kolumbien, Chile und Ecuador von heute 2 auf 21 Häuser (2.379 Zimmer) und setzt damit seine Wachstumsziele in Lateinamerika um.**
- **Erste Prognose für 2015:** Erwartete Steigerung des EBITDA um etwa 30 Prozent (unter Einbeziehung des Beitrags durch Hoteles Royal) und eine Steigerung des RevPAR von über 5 Prozent.

Madrid, 6. Februar 2015. Die NH Hotel Group stellt die wichtigsten Meilensteine des Jahres 2014 vor und legt eine erste Einschätzung des Unternehmensergebnis des ersten Jahres ihres aktuellen Fünf-Jahres-Geschäftsplans vor. Zudem verkündet die Hotelgruppe Prognosen für die Geschäftsentwicklung in 2015.

Federico J. González Tejera, CEO der NH Hotel Group, bestätigt die klare Erholung des Unternehmens, was auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass alle im Geschäftsplan vorgegebenen Ziele für das erste Jahr der Umstrukturierung erreicht wurden. Dank der konsequenten Umsetzung der strategischen Maßnahmen ist eine schrittweise Verbesserung der Hotelprofitabilität gelungen. Besonders hervorzuheben ist dabei die erzielte Steigerung des RevPAR von über 3 Prozent im Jahr 2014.

Erreicht wurden diese Ziele insbesondere durch die Umsetzung einer neuen Preisstrategie, die einen Anstieg der Durchschnittsrate pro Zimmer (ADR) verfolgt. In diesem Zusammenhang betont González Tejera die große Entschlossenheit zu einer strikten Einhaltung der im strategischen Geschäftsplan niedergelegten weiteren Entwicklungsziele.

„Die NH Hotel Group befindet sich derzeit im Umbruch. Wir verfolgen das Ziel, die erste Wahl für Geschäfts- und Freizeitreisende, die einen ausgezeichneten Standort und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis suchen, zu sein. In diesem wichtigen ersten Jahr haben wir umfangreiche Renovierungs-

Pressekontakt:

Ketchum Pleon GmbH
Britta Werner/Susanne Dopp
T: +49 69 24286-165 / -310
F: +49 69 24286-250
nh-presse@ketchumpleon.com

Unternehmenskontakt:

NH Hotel Group
Maxi Schumacher
Senior Communication Manager – CE
Berlin
communication.ce@nh-hotels.com



maßnahmen in Angriff genommen und strategische Entscheidungen getroffen, die uns in die Lage versetzen, unsere Hotels profitabler zu machen, unsere Marktposition zu verbessern und ein positives Feedback von Seiten unserer Gäste zu erzeugen, während wir gleichzeitig Verbindlichkeiten zurückzahlen“, so González Tejera.

Weiterhin lobt der CEO die Erfüllung des neuen Gästeversprechens der NH Hotel Group, das sich – dank der neuen Markenarchitektur und Erlebnisqualität – bereits im Wachstum der ADR zeigt. Parallel dazu ist es dem Unternehmen gelungen, die Kundenzufriedenheit durch die Umsetzung des neuen Serviceversprechens zu verbessern. Die sogenannten „Brilliant Basics“ sind neue Einrichtungsgegenstände im Basisangebot der Hotels (Investition in Höhe von 30 Millionen Euro), die das Gästerlebnis nachhaltig verbessern und sehr positives Kundenfeedback nach sich ziehen.

Zudem unterstreicht González Tejera die erfolgreiche Neugestaltung des Kundenbindungsprogramms NH Hotel Group Rewards, der die Hotelgruppe 2014 einen Anstieg auf nun über 4 Millionen Mitglieder verdankt. Davon haben sich allein im vergangenen Jahr 25 Prozent neu angemeldet.

Neupositionierung und Vermögenswachstum

Was den Plan zur Umstrukturierung des Anlagevermögens betrifft, kündigt der CEO Investitionen in Höhe von 220 Millionen Euro in den Jahren 2014 bis 2016 an. Diese dienen dazu, jene Hotels zu renovieren, die das höchste Potenzial für eine Steigerung der ADR bieten. Gegenwärtig fließen 73 Prozent dieser Ausgaben in die Neupositionierung der neuen Marke NH Collection. Um weiteres Wachstum zu generieren, erwarb die NH Hotel Group 2014 neun Hotels für ihr Portfolio (3 Neueröffnungen und 6 unterzeichnete Verträge). Zusätzlich brachte die Hotelgruppe ein Joint Venture mit der HNA Group in China auf den Weg, wo das Unternehmen den Aufbau einer Hotelkette unter dem Dach einer gemeinsamen Managementgesellschaft plant.

Hoteles Royal: Wachstum in Lateinamerika

Durch die im ersten Jahr der Umsetzung des strategischen Fünf-Jahres-Plans erzielten Ergebnisse, konnte die NH Hotel Group früher als geplant eine Vereinbarung zum Erwerb der lateinamerikanischen Hotelkette Hoteles Royal unterzeichnen. Zunächst wird NH eine Beteiligung von 80,77 Prozent übernehmen und die verbleibenden 19,23 Prozent zu einem späteren Zeitpunkt erwerben. Die Kaufsumme für den Erwerb von 100 Prozent der Anteile an den Hoteles Royal beläuft sich – nach Abzug des Erlöses von 21,5 Millionen Euro aus dem Verkauf des Hotels NH Bogotá Parque 93 – auf 65,6 Millionen Euro. Damit wird das Unternehmen die im Fünf-Jahres-Plan vorgesehenen Wachstumsziele für die Region Lateinamerika übertreffen und nutzt die einzigartige Gelegenheit, in diversen Kernstädten in der gesamten Region eine marktführende Position zu erlangen.

Die Einnahmen aus dem Verkauf des NH Bogotá Parque 93 in Kolumbien im Januar 2015 sowie ein Teil der Erlöse aus dem Verkauf des Hotels Sotogrande im letzten Jahr ermöglichen es der NH Hotel Group, den Kauf der Hoteles Royal ohne zusätzliche Aufnahme von Fremdkapital abzuwickeln.

Hoteles Royal ist ein internationales Unternehmen mit Sitz in Kolumbien, das sich auf die Errichtung und das Management von City-Hotels spezialisiert hat. Durch die Vereinbarung erweitert NH sein Portfolio um 20 Hotels mit insgesamt 2.257 Zimmern, die sich in Kolumbien (15 Hotels), Chile (4 Hotels) und Ecuador (1 Hotel) befinden. Die Häuser werden derzeit von Hoteles Royal verwaltet und unterliegen einer Kombination

Pressekontakt:

Ketchum Pleon GmbH
Britta Werner/Susanne Dopp
T: +49 69 24286-165 / -310
F: +49 69 24286-250
nh-presse@ketchumpleon.com

Unternehmenskontakt:

NH Hotel Group
Maxi Schumacher
Senior Communication Manager – CE
Berlin
communication.ce@nh-hotels.com



aus verschiedenen Regelungen: Eigentümervereinbarungen (3 Hotels), langfristige variable Pachtverträge (12 Hotels) und Managementsystem (5 Hotels). Dieser Mix deckt sich mit dem Asset-Light-Wachstumsmodell, das NH in den kommenden Jahren weiter verfolgen wird.

Durch den Zukauf verfügt NH künftig über insgesamt 57 Hotels mit mehr als 10.000 Zimmern auf dem lateinamerikanischen Kontinent. Die Hotelgruppe avanciert so zu einem der wichtigsten Akteure in einigen Schlüsselmärkten Lateinamerikas und kann durch die Übernahme eine beträchtliche Steigerung der Umsätze der Hotelgruppe in der Region erzielen, in der die Gewinnmarge aktuell bei 6 Prozent liegt.

„Angesichts des Produktes und der Tatsache, dass es hervorragend in unsere Positionierung passt, sind wir überzeugt, dass der Eingliederungsprozess der Hotels von Hoteles Royal in das Portfolio von NH reibungslos vonstattengehen wird. Wir gehen davon aus, dass die vollständige Integration im Laufe dieses Jahres abgeschlossen werden kann“, so das Fazit von González Tejera.

Ausblick für 2015

Was die Zukunftsaussichten betrifft, so ist der CEO der NH Hotel Group optimistisch, dass das Unternehmen auch weiterhin gute Fortschritte machen wird – nicht zuletzt dank der Erholung der Geschäftstätigkeit insbesondere seit der zweiten Jahreshälfte 2014. Die Gruppe erwartet, dass vor allem durch die konsequente Umsetzung des strategischen Geschäftsplans und den Beitrag der Hoteles Royal für das Jahr 2015 die angestrebte Steigerung des EBITDA um etwa 30 Prozent sowie eine Steigerung des RevPAR um mehr als 5 Prozent erreicht wird.

Über die NH Hotel Group

Die [NH Hotel Group](http://www.nh-hotels.de) (www.nh-hotels.de) ist die drittgrößte Business-Hotelgruppe in Europa und betreibt zurzeit über 365 Hotels mit fast 60.000 Zimmern in 28 Ländern in Europa, Lateinamerika und Afrika – und das in den Top-Destinationen wie Berlin, Madrid, Amsterdam, Brüssel, London, Buenos Aires, Rom, Wien, Bogota, Mexico City, Barcelona, Frankfurt und New York.

Social Media

Facebook | Twitter | Blog | Instagram



Für weitere Informationen und Bildmaterial stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Pressekontakt:

Ketchum Pleon GmbH
Britta Werner/Susanne Dopp
T: +49 69 24286-165 / -310
F: +49 69 24286-250
nh-presse@ketchumpleon.com

Unternehmenskontakt:

NH Hotel Group
Maxi Schumacher
Senior Communication Manager – CE
Berlin
communication.ce@nh-hotels.com

