

NH HOTEL GROUP ERZIelt NETTOGEWINN IM DRITTEN QUARTAL

- Die äußerst positive Entwicklung des Hotelgeschäfts in Spanien, Italien und Benelux stärkt den günstigen Trend mit einer Steigerung des konsolidierten Umsatzes pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) um 12,3 Prozent. Im ersten Halbjahr wurde eine Wachstumssteigerung von 9,7 Prozent verzeichnet.
- Im dritten Quartal steigen die Umsätze um 8,3 Prozent, das EBITDA um 25 Prozent und der bereinigte Nettoertrag beläuft sich auf 4,4 Mio. Euro im Vergleich zu einem Verlust von 4,8 Mio. Euro im dritten Quartal 2014.
- Inclusive der Beiträge von Hoteles Royal, die seit März 2015 konsolidiert werden, steigen die Erlöse im dritten Quartal um 12,8 Prozent, das EBITDA um 32,9 Prozent und der bereinigte Nettogewinn beläuft sich auf 4,8 Mio. Euro.
- Für die ersten neun Monate 2015 verzeichnete die Hotelgruppe ein Umsatzwachstum von 10 Prozent auf 1.027,1 Mio. Euro, eine Zunahme des EBITDA um 46,7 Prozent und eine Verbesserung des Nettoergebnisses um 74,5 Prozent.
- Zum Ende des zweiten Jahres der Umsetzung des strategischen Fünf-Jahres-Geschäftsplans und angesichts der bereits umgesetzten Maßnahmen und erzielten Erfolge verbessert die NH Hotel Group ihre Prognosen und strebt nun ein EBITDA von rund 250 Mio. Euro sowie eine Verringerung des Verschuldungsgrades auf ein Niveau von 3 bis 3,5 bis 2017/2018 an.

Madrid, 13. November 2015. Die NH Hotel Group präsentierte gestern ihre Ergebnisse für das dritte Quartal und bestätigt damit die positive Entwicklung, die im Verlauf des Jahres spürbar war. Grund dafür sind die Steigerung der Geschäftstätigkeit sowie die positiven Auswirkungen der Initiativen, die im Rahmen des strategischen Fünf-Jahres-Geschäftsplans in Angriff genommen wurden.

Entwicklung im dritten Quartal

Ohne Berücksichtigung der im Laufe des Jahres konsolidierten kolumbianischen Hotelkette Hoteles Royal verzeichnete die NH Hotel Group von Juli bis September 2015 eine Umsatzsteigerung von 8,3 Prozent auf 347,3 Mio. Euro. Gleichzeitig nahm das EBITDA um 25 Prozent auf 38,2 Mio. Euro zu. Besonders hervorzuheben sind die Ergebnisse in den Geschäftsbereichen Italien, Spanien und Benelux, welche das EBITDA der Hotelgruppe um insgesamt 12 Mio. Euro verbesserten, was einer Steigerung von 55,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht.

Somit hat die Gruppe mit einem Gewinn in Höhe von 4,4 Mio. Euro zum ersten Mal seit 2008 im dritten

Quartal ein positives Nettoergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit erzielt, wohingegen die Verluste im selben Zeitraum des Vorjahres noch fast 5 Mio. Euro betragen. Unter Berücksichtigung von Einmaleffektenerzielte das Unternehmen einen Nettogewinn von 3,6 Mio. Euro im dritten Quartal 2015.

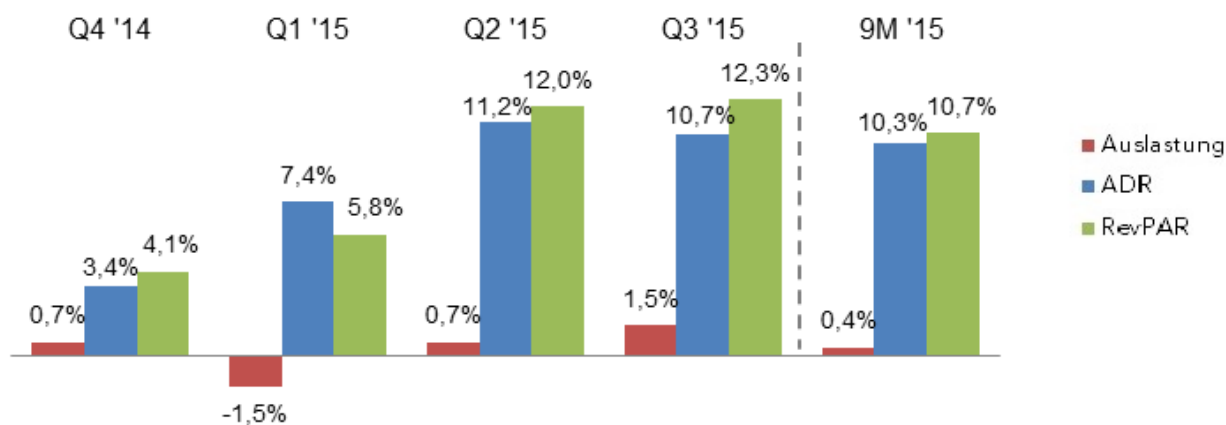
Die Neupositionierung des Hotelportfolios und die bereits realisierten Maßnahmen im Rahmen des strategischen Fünf-Jahres-Geschäftsplans wirken sich weiterhin mit Preissteigerungen und erstklassigem Service positiv auf den Umsatz aus.

Zur Steigerung der Kundenzufriedenheit tragen insbesondere die Neupositionierung der Hotels (31 Hotels wurden bis Ende des dritten Quartals bereits modernisiert, 17 befinden sich noch im Umbau und weitere 14 sollen zwischen dem letzten Quartal 2015 und dem ersten Quartal 2016 mit Renovierungsarbeiten beginnen) sowie die Entwicklung der neuen Premiummarke NH Collection bei (aktuell bereits 48 NH Collection Hotels, 14 weitere bis Ende 2015). Auch die stärkere Positionierung des Segments Meetings & Events mit besonderem Schwerpunkt auf technischer Ausstattung, wie beispielsweise der 3D-Hologramm-Technologie, sowie die Aufwendungen im Bereich Kommunikation und Marketing zur Stärkung der Wahrnehmung der Gruppe und zur Kundenbindung (Sonderaktionen, neue Internetpräsenz und das überarbeitete Kundenbindungsprogramm NH Hotel Group Rewards) sorgen für einen hohen Grad an Gästezufriedenheit, was sich positiv auf die Umsätze der Gruppe auswirkt. Die NH Hotel Group erzielte so kontinuierlich über mehrere Quartale hinweg einen Anstieg des Umsatzes pro verfügbarem Zimmer (RevPAR).

Im dritten Quartal 2015 weist der konsolidierte RevPAR einen Zuwachs um 12,3 Prozent auf. Damit setzt das Unternehmen den positiven Trend des ersten Halbjahres fort, in dem der RevPAR um 9,7 Prozent wuchs. Aufgrund dieser günstigen Entwicklung kann die Gruppe bereits jetzt davon ausgehen, dass sie das hochgesteckte Ziel, den RevPAR im Jahresverlauf um 10 Prozent zu steigern, erreichen wird. Die Preissteigerung (+ 10,7 % im dritten Quartal 2015) war wie in den Vorquartalen die treibende Kraft hinter dem Zuwachs des RevPAR und machte 87 Prozent des Anstiegs aus. Außerdem registrierte die Gruppe im dritten Quartal 2015 eine um 1,5 Prozent höhere Auslastung ihrer Hotels, wobei besonders das Wachstum um 8 Prozent in Spanien mit guten Ergebnissen in Sevilla und anderen Städten auffällt. In diesem Zusammenhang sind auch die Wachstumsraten von jeweils 7,4 Prozent und 4,9 Prozent in Italien, bedingt durch die Expo in Mailand, und Benelux, wo die Konferenzzentren beachtliche Ergebnisse lieferten, erwähnenswert. Diese drei Märkte haben auch den Rückgang der Auslastung im Geschäftsbereich Zentraleuropa kompensiert, der durch weniger Messe Teilnehmer sowie das allgemein eher ruhige dritte Quartal verursacht wurde. Auch die geringe Auslastung in Lateinamerika konnte damit ausgeglichen werden, die aufgrund der Preissteigerungsstrategie auf dem Mercosur, dem gemeinsamen Markt Südamerikas, und den Auswirkungen der Währungsabwertung in Brasilien, dem wichtigsten Zubringermarkt, ebenfalls gesunken ist.

Entwicklung der wichtigsten Hotelkennzahlen der NHHotel Group nach Quartalen:

Entwicklung der wichtigsten Hotelkennzahlen der NH Hotel Group nach Quartalen:



HotelesRoyal steuert im dritten Quartal Umsatzerlöse in Höhe von 14,5 Mio. Euro, ein EBITDA von 2,4 Mio. Euro und einen bereinigten Nettogewinn von 0,4 Mio. Euro bei. Inclusive der Beiträge von Hoteles Royal, die seit März konsolidiert werden, steigen die Erlöse um 12,8 Prozent auf 361,8 Mio. Euro, das EBITDA um 32,9 Prozent auf 40,6 Mio. Euro und das bereinigte Nettoergebnis auf 4,8 Mio. Euro verglichen mit einem Verlust in gleicher Größenordnung im Vorjahreszeitraum.

Ertragslage in den ersten neun Monaten 2015

Der bereinigte Umsatz nahm in den ersten neun Monaten des Jahres um 9,9 Prozent auf 1.027,1 Mio. Euro zu. Berücksichtigt sind darin auch die gesamten Umsätze der Hoteles Royal (991,1 Mio. Euro bereinigte Umsätze ohne Hoteles Royal). Das bereinigte EBITDA verbesserte sich um 46,7 Prozent auf 97,9 Mio. Euro (93,2 Mio. Euro ohne Hoteles Royal). Das bereinigte Nettoergebnis in den ersten neun Monaten des Berichtsjahres verbesserte sich um 74,5 Prozent.

Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung der NHHotel Group:

Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung der NH Hotel Group:

(in Mio. €)	NH HOTEL GROUP Gewinn- und Verlustrechnung								
	NH 3. Quartal (ohne Hoteles Royal)			NH 3. Quartal (mit Hoteles Royal)			Summe NH 9 Monate*		
	Q3 2015	Q3 2014	2015/2014	Q3 2015	Q3 2014	2015/2014	9M 2015	9M 2014	2015/2014
	Mio. €	Mio. €	Veränd. %	Mio. €	Mio. €	Veränd. %	Mio. €	Mio. €	Veränd. %
GESAMTUMSATZ	347,3	320,6	8,3%	361,8	320,6	12,8%	1.027,1	934,8	9,9%
BRUTTOBETRIEBSERGEBNIS	110,5	100,7	9,7%	115,2	100,7	14,4%	318,4	279,0	14,1%
EBITDA VOR DROHVERLUSTRÜCKSTELLUNGEN	38,2	30,6	24,9%	40,6	30,6	32,9%	97,9	66,7	46,7%
EBITDA NACH DROHVERLUSTRÜCKSTELLUNGEN	40,6	33,5	21,0%	43,0	33,5	28,3%	105,5	79,3	33,1%
BEREINIGTER NETTOERTRAG	4,4	(4,8)	191,5%	4,8	(4,8)	200,2%	(7,7)	(30,2)	74,5%
NETTOGEWINN INKL. SONDEREFFEKTE	3,6	0,4	861,3%	3,5	0,4	858,6%	(13,9)	(42,4)	67,2%

Ausblick auf den Jahresabschluss 2015

Angesichts der guten Entwicklung im dritten Quartal beläuft sich die geschätzte Steigerung des RevPAR für den Jahresabschluss auf etwa 10 Prozent. Der für das Jahr prognostizierte Umsatz bleibt gegenüber der ursprünglichen Schätzung unverändert, da sich eine größere Anzahl an Zimmern im Umbau befindet und die übrigen Erlöse voraussichtlich konstant bleiben werden (Outsourcing von Restaurantbetrieben, Segmentänderungen). Aufgrund der zuvor genannten Faktoren hält das Unternehmen im Hinblick auf das EBITDA an seinem Wachstumsziel von 25 Prozent (inkl. Sondereffekte) für dieses Jahr fest.

Expansion: Die NH Hotel Group verdoppelt ihre Wachstumsrate

Im Zeitraum zwischen Januar und September 2015 hat das Unternehmen elf neue Hotels mit 1.793 Zimmern unter Vertrag genommen, mehr als doppelt so viele wie im gesamten Jahr 2014. Die neuen Hotels befinden sich in Europa (drei in Italien, eins in Österreich, eins in Belgien, eins in den Niederlanden und eins in Spanien) und Lateinamerika (eins in Argentinien, eins in Chile, eins in Mexiko und eins in Panama).

Dank der Übernahme der Hoteles Royal und eines organischen Wachstums hat die NH Hotel Group in diesem Zeitraum 25 Hotels mit 2.575 Zimmern eröffnet. Mit dem Erwerb der Hoteles Royal stärkt die Gruppe ihre Präsenz in Kolumbien, Chile und Ecuador. 20 neue Hotels wurden in das Portfolio aufgenommen. Die restlichen fünf Hotelöffnungen in den letzten neun Monaten fanden in Italien (drei Hotels), Belgien und Portugal statt. Darüber hinaus wird ein Ausbildungszentrum der Bank BBVA in Madrid (Spanien) betrieben.

Update: Strategischer Fünf-Jahres-Geschäftsplan 2013 bis 2018

Zum Ende des zweiten Jahres der Umsetzung des strategischen Fünf-Jahres-Geschäftsplans und angesichts der bereits umgesetzten Maßnahmen und erzielten Erfolge kann die NH Hotel Group ihre Prognosen aktualisieren. Die neuen Ziele sind ein höheres EBITDA von rund 250 Mio. Euro und eine Verringerung des Verschuldungsgrads auf ein Niveau von 3 bis 3,5 bis 2017-2018:

	EBITDA	NFV/EBITDA
Ursprünglicher Plan	200 Mio. Euro	3,0 - 4,0
Revidierter Plan 2015	250 Mio. Euro	3,0 - 3,5

Verkauf von Vermögenswerten

Im Rahmen des strategischen Fünf-Jahres-Geschäftsplans sind in den kommenden 18 Monaten zusätzlich zum Verkauf nicht strategischer Vermögenswerte (neun Hotels, ca. 45 Mio. Euro Nettoeinnahmen) weitere Veräußerungen (ca. 60 bis 100 Mio. Euro Nettoeinnahmen) in bestimmten Städten mit nur begrenzten Auswirkungen auf das EBITDA von etwa 5 bis 7 Mio. Euro jährlich vorgesehen.

Ertragslage nach Geschäftsbereichen im dritten Quartal 2015

(Daten für vergleichbare Hotels und Hotels im Umbau)

Spanien zeigt eine sehr gute Entwicklung: Der RevPAR erhöhte sich im dritten Quartal um 14,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die Entwicklung erklärt sich durch Steigerungen im Preisniveau um 6,1 Prozent und eine erhöhte Auslastung um 7,6 Prozent, bedingt durch die sehr gute Leistung in Sevilla und anderen Städten. Die Prognosen für das vierte Quartal sind optimistisch, sodass im Einklang mit dem vorherigen Quartal eine zweitstellige Wachstumsrate für den RevPAR erwartet wird.

Italien ist der Markt mit der besten Entwicklung innerhalb der Gruppe. Von Juli bis September erhöhte sich der RevPAR um 29,2 Prozent. Im selben Zeitraum stieg die Durchschnittsrate (ADR) um 19 Prozent und die Auslastung legte um 8,6 Prozent zu. Dank der Weltausstellung war die Entwicklung in Mailand besonders herausragend. Hier betreibt das Unternehmen zwölf Hotels mit insgesamt 2.222 Zimmern. Die Prognosen für das vierte Quartal sind günstig: Obwohl die Weltausstellung Ende Oktober ihre Pforten schloss, wird mit einem zweistelligen Wachstum des RevPAR gerechnet.

Im Geschäftsbereich **Benelux** zeigte sich eine Erhöhung des RevPAR um 14,1 Prozent, die hauptsächlich auf das Wachstum der ADR um 9,5 Prozent zurückzuführen ist. Besonders zu erwähnen ist die günstige Entwicklung in den Städten Brüssel und Amsterdam. Aufgrund der geplanten Umbaumaßnahmen wird für das vierte Quartal ein geringeres Wachstum des RevPAR erwartet.

Zentraleuropa verzeichnete einen Rückgang des RevPAR um 1,5 Prozent. Dies erklärt sich durch den geringeren Besucherandrang auf dem Münchner Oktoberfest und der IAA in Frankfurt. Ein weiterer Grund ist die Verlagerung der Segmentierung hin zu profitableren Preisen, die ihr ganzes Potenzial in Zeiten starker Nachfrage beweisen werden. In naher Zukunft wird der Geschäftsbereich von der Neupositionierung der Hotels profitieren. Die Prognosen für das letzte Quartal sind optimistisch.

Der Geschäftsbereich **Amerika** wies im dritten Quartal für die gesamte Region eine Steigerung des RevPAR um 7,8 Prozent auf. Dies lässt sich in erster Linie auf den Anstieg der ADR um 16,4 Prozent zurückführen. Für das letzte Quartal wird entsprechend den im Jahresverlauf erfassten Ergebnissen eine Steigerung des RevPAR erwartet.

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



cher

[@nh-hotels.com](mailto:cher@nh-hotels.com)

[om/nhhotels](https://www.nh-hotels.com/nhhotels)



z

ern@nh-hotels.com

[om/nhhotels](https://www.nh-hotels.com/nhhotels)

ÜBER NH HOTEL GROUP GERMANY

Die [NH Hotel Group](#), gegründet 1978 in Spanien, ist die drittgrößte Business-Hotelgruppe in Europa und betreibt zurzeit über 365 Hotels mit fast 60.000 Zimmern in 28 Ländern in Europa, Amerika 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. Das Portfolio der Hotelgruppe setzt sich aus vier Marken zusammen: NH Hotels, NH Collection, nhow und Hesperia Resorts. Jede der vier Marken bietet an den besten Standorten ein individuelles Produkt- und Service-Portfolio und geht einen ganz eigenen Weg, die Gäste anzusprechen und zu überraschen.



NH Hotel Group Germany **Pressemitteilungen**