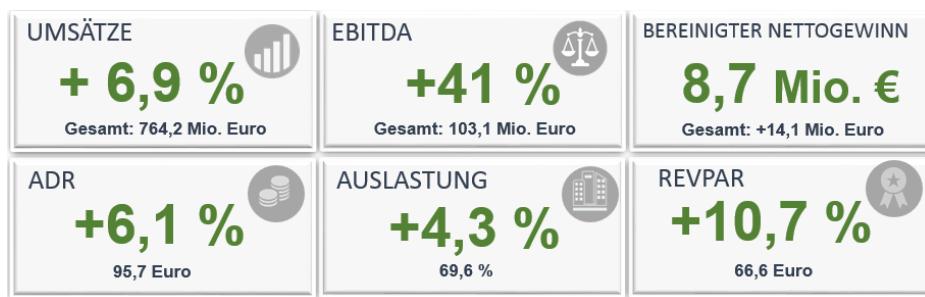


- Umsatzsteigerung, Effizienzverbesserung und Schuldenabbau -

NH HOTEL GROUP STEIGERT EBITDA UM 41 PROZENT UND ERREICHT ERSTMALS SEIT 2008 EIN POSITIVES NETTOERGEBNIS VON 8,7 MIO. € IM ERSTEN HALBJAHR



- Ergebnisse erstes Halbjahr 2017 -

- Die positive Marktentwicklung sorgt für ein Umsatz von 764,2 Mio. €. Dies entspricht einer Steigerung von 7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.
- Der durchschnittliche Umsatz pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) konnte um 10,7 Prozent gesteigert werden – mehr als bei Mitbewerbern in den Kernmärkten. Grund dafür waren ein Anstieg der Durchschnittsrate (ADR) auf bis zu 96 € (+6,1 %) und eine um 4,3 Prozent erhöhte Auslastung.
- Trotz der Steigerung des Geschäftsvolumens führten Effizienzmaßnahmen und die Kontrolle der operativen Kosten zu einem ausgezeichneten Verhältnis zwischen Umsatz und EBITDA (61 %). Dies führte zu einer Steigerung des EBITDA von 41 Prozent (103,1 Mio. €) gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Daraus ergibt sich eine um 3 Prozentpunkte erhöhte Marge.
- Die NH Hotel Group erzielt aufgrund des deutlichen EBITDA-Wachstums einen bereinigten Nettogewinn von 14,1 Mio. € und erreicht zum ersten Mal seit dem Jahr 2008 ein positives Ergebnis von 8,7 Mio. €.
- Der ausgewiesene Nettogewinn einschließlich nicht bereinigter Nettoerträge erreichte 7,6 Mio. € und fiel damit nur 2,1 Mio. € niedriger aus als im ersten Halbjahr 2016. Das positive Ergebnis des Vorjahrs von 15 Mio. € ergab sich hauptsächlich aus Vermögensrotationen. Es wird in gleicher Höhe dieses Jahr spätestens in der zweiten Jahreshälfte 2017 erwartet.

Unternehmenskontakt

NH Hotel Group
Murat Ham
T: +49 30 206 207 - 219
M: +49 162 200 3892
communication.ce@nh-hotels.com

NH | HOTEL GROUP



NH
COLLECTION
HOTELS

nhow
HOTELS

Hesperia
RESORTS

Berlin, 27. Juli 2017. Die NH Hotel Group hat gestern in Madrid ihre Ergebnisse für das erste Halbjahr 2017 vorgelegt. Sie setzt demnach den seit dem vergangenen Jahr eingeschlagenen positiven Kurs fort – durch beständiges Wachstum in allen Märkten, Überflügelung der Wettbewerber in den Kernmärkten und effiziente Kontrolle der operativen Kosten.

Alfredo Fernández Agras, Vorsitzender des Aufsichtsrats der NH Hotel Group, glaubt, dass die deutliche Verbesserung der Ergebnisse eine Folge der guten Zusammenarbeit zwischen **dem Aufsichtsrat und dem Vorstand ist:** „Wir haben einen erstklassigen Vorstand, der sich auf eine effiziente Unternehmensführung konzentriert und einen multidisziplinären unabhängigen Aufsichtsrat, der die Unternehmensstrategie und die Unternehmensführung überwacht. Die **Balance zwischen Unternehmensinteressen auf der einen Seite und dem Fortsetzen bewährter Prozesse** auf der anderen Seite führte zu einer Wertschöpfung für unsere Aktionäre und zu einem stetigen **Gewinnwachstum in den letzten 12 Monaten**“.

- Ergebnisse in der ersten Jahreshälfte 2017 -

Die positive **Umsatzentwicklung** mit einer **Steigerung um 7 Prozent auf 764,2 Mio. €** ist das Ergebnis der Neupositionierung des Hotelportfolios, der Umsetzung des neuen Serviceversprechens sowie der Einführung effizienter Werkzeuge und Strategien im Revenue Management. Als Ergebnis dessen steigerte die NH Hotel Group ihren Umsatz um 49,1 Mio. € im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahrs.

Für den Vorstandsvorsitzenden der NH Hotel Group Ramón Aragonés waren in der ersten Jahreshälfte die positive **Umsatzentwicklung in allen Märkten sowie das ausgezeichnete Verhältnis zwischen Umsatz und EBITDA** (61 %) der Schlüssel zum Erfolg. Er sieht darin die Effizienz des Managements bestätigt: „Die Halbjahresergebnisse zeigen die Fortschritte bei der Einnahmeentwicklung, der Effizienzsteigerung und dem Schuldenabbau. Die Ergebnisse sind eine **solide Grundlage für das Erreichen der Ziele 2017** und die Fortschreibung des Businessplans für die nächsten Jahre.“

Besonders stark wuchsen die Umsätze der Geschäftsbereiche Spanien (12,5 %) und Benelux (14,7 %). Gründe hierfür sind eine sehr gute Preisentwicklung in Spanien sowie die Erholung des Hotelmarktes in Brüssel und in Sekundärstädten. Auch die Geschäftsbereiche Italien (3,5%), Zentraleuropa (1,7 %) und Lateinamerika (8,8 %) wuchsen.

Die während des ersten Halbjahrs umgesetzte neue Preisstrategie ermöglichte gemeinsam mit dem **Wachstum in allen Märkten eine Steigerung des durchschnittlichen Umsatzes pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) von 10,7 Prozent**. 60 Prozent des RevPAR-Wachstums basieren auf einer Preissteigerung (6,1 % auf bis zu 96 €) sowie auf einer höheren Auslastung (Steigerung um 4,3 % auf rund 70 %) in der ersten Jahreshälfte. Die verfolgte Strategie ermöglichte es der **NH Hotel Group erneut, ihre unmittelbaren Wettbewerber** in den wichtigsten Reisezielen **zu übertreffen**. So erzielte das Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz eine um 2,1 Prozentpunkte höhere Preissteigerung und einen um 3,8 Prozentpunkte höheren RevPAR. Darüber hinaus konnte das Unternehmen eine besonders günstige Entwicklung in den wichtigsten Städten verzeichnen.

Unternehmenskontakt

NH Hotel Group

Murat Ham

T: +49 30 206 207 - 219

M: +49 162 200 3892

communication.ce@nh-hotels.com

NH | HOTEL GROUP

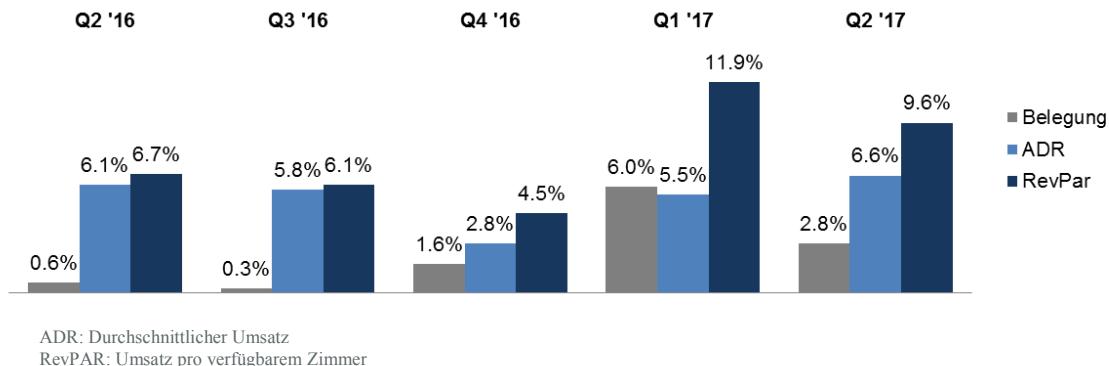


NH
COLLECTION
HOTELS

nhow
HOTELS

Hesperia
RESORTS

Entwicklung der wichtigsten Hotelkennzahlen der NH Hotel Group nach Quartalen



Entwicklung im Vergleich zum Wettbewerb im ersten Halbjahr

1H2017	RevPar-Wachstum		„Relatives“ RevPar-Wachstum (Differenz)
	NH Hotel Group	Mitbewerber	
Total	9,1%	5,3%	3,8 %
Spanien	17,9%	12,0%	5,9 %
Italien	5,2%	3,7%	1,5 %
Benelux	16,1%	5,3%	10,8 %
Zentraleuropa	-1,3%	1,8%	-3,1 %

1H2017	ADR-Wachstum		„Relatives“ ADR-Wachstum (Differenz)
	NH Hotel Group	Mitbewerber	
Total	4,6%	2,5%	2,1 %
Spanien	12,1%	10,1%	2,0 %
Italien	1,7%	-2,1%	3,8 %
Benelux	5,6%	0,3%	5,3 %
Zentraleuropa	-2,3%	0,7%	-2,9 %

Quelle: STR/MKG/Fairmas Competitive Set Average Growth

Unternehmenskontakt

NH Hotel Group

Murat Ham

T: +49 30 206 207 - 219

M: +49 162 200 3892

communication.ce@nh-hotels.com

NH | HOTEL GROUP



Trotz der Steigerung des Geschäftsvolumens führten Effizienzmaßnahmen und die Kontrolle der operativen Kosten zu einem **ausgezeichneten Verhältnis zwischen Umsätze und dem EBITDA (61 %)**. Dadurch konnte die NH Hotel Group eine deutliche Steigerung des EBITDA um 41 Prozent in den ersten sechs Monaten des Jahres verzeichnen – was 103,1 Mio. € entspricht.

Das Unternehmen erzielte somit **zum ersten Mal seit dem Jahr 2008 in der ersten Jahreshälfte ein positives Nettoergebnis von 8,7 Mio. €** im Vergleich zu den Verlusten von 5,5 Mio. € im gleichen Zeitraum des Vorjahrs. Der ausgewiesene Nettogewinn – einschließlich außergewöhnlicher Aufwendungen und Erlöse von 7,6 Mio. € – war im Vergleich zum Vorjahr leicht negativ (-2,1 Mio. €). Dies lässt sich vor allem durch Kapitalgewinne aufgrund des Verkaufs von Vermögenswerten in der ersten Jahreshälfte 2016 erklären. Diese werden voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte 2017 zum Tragen kommen.

Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung der NH Hotel Group:

NH HOTEL GROUP Gewinn- und Verlustrechnung				
(in Mio. €)	6M 2017 Mio. €	6M 2016 Mio. €	Var. Mio. €	Var. %
GESAMTUMSATZ	764,2	715,1	49,1	6,9%
BETRIEBSERGEWINIS	260,6	226,5	34,0	15,0%
EBITDA VOR DROHVERLUSTRÜCKSTELLUNGEN	103,1	73,0	30,1	41,2%
BEREINIGTER NETTOGEWINN	8,7	(5,5)	14,1	K.A.
NETTOERGEBNIS INKL. SONDEREFFEKTE	7,6	9,7	(2,1)	(21,3%)

Unternehmenskontakt

NH Hotel Group
Murat Ham
T: +49 30 206 207 - 219
M: +49 162 200 3892
communication.ce@nh-hotels.com

NH | HOTEL GROUP



nh
COLLECTION
HOTELS

nhow
HOTELS

Hesperia
RESORTS

Schuldenabbau der Gruppe

Durch die günstige Einnahmeentwicklung im Berichtszeitraum konnte das Unternehmen seine Verbindlichkeiten um 20 Mio. € auf 726 Mio. € am 30. Juni abbauen.

Entwicklung der Hotelaktivitäten nach Märkten

(Fakten vergleichbarer Hotels + Hotels in der Renovierung)

Spanien erzielte hervorragende Ergebnisse in der ersten Jahreshälfte - beflogt von Umsatzsteigerungen in Städten wie Madrid (12,5 %) und Barcelona (11,1 %). Auch in den Sekundärstädten wurde ein starkes Wachstum von 10,2 Prozent erzielt. Der durchschnittliche Umsatz pro verfügbarem Zimmer (RevPar) dieses Geschäftsbereiches erhöht sich auf ein flächenbereinigtes Wachstum von 16,9 Prozent. Dies ist auf einen Anstieg der Durchschnittsrate (ADR) um 10,3 Prozent und eine höhere Auslastung um 5,9 Prozent zurückzuführen. Der Gesamtumsatz des Geschäftsbereiches wuchs um 12,5 Prozent auf 196,1 Mio. €, der EBITDA verdoppelte sich auf 28,5 Mio. €.

Benelux konnte dank den Anfang 2016 durchgeführten Renovierungsarbeiten, der vollständigen Erholung des Marktes Brüssel und guter Entwicklungen in Sekundärstädten einen signifikanten Wachstum des Geschäftsvolumens verzeichnen. Der Geschäftsbereich meldet eine Steigerung der Auslastung um 8 Prozent sowie eine Steigerung der Durchschnittsrate (ADR) um 7,9 Prozent, was zu einem Anstieg des Umsatzes pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) um 16,5 Prozent führte. Benelux erzielte mit einem Umsatz von 162,2 Mio. €, einen Anstieg von 14,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das EBITDA dieses Marktes belief sich in der ersten Jahreshälfte auf 29,4 Mio., was einer Verbesserung von 50 Prozent oder 9,8 Mio. € entspricht.

Italien erzielte einen flächenbereinigten Umsatz pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) Wachstum von 6,2 Prozent durch eine Erhöhung der Durchschnittsrate (ADR) (3,7 %) und einer Steigerung der Auslastung (2,4 %). Der Geschäftsbereich war in den letzten Monaten vor allem in Sekundärstädten erfolgreich. Das führte zu einem Umsatzwachstum von 3,5 Prozent auf 132,9 Mio. € und einem Anstieg des EBITDA um 20,1 % auf 24,3 Mio. €.

In **Zentraleuropa** stieg der Umsatz pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) – trotz ungünstigem Messekalender in Deutschland – im ersten Halbjahr auf insgesamt 2,8 Prozent. Grund dafür waren eine Steigerung der Auslastung um 2,6 Prozent und sowie eine Steigerung der Durchschnittsrate (ADR) um 0,3 Prozent. Der Geschäftsbereich verzeichnete insgesamt einen Umsatz von 187,8 Mio. € – was einen Rückgang der Erlöse um 1,1 Prozent bedeutet. Der Grund dafür waren Umbauarbeiten an drei Standorten in Deutschland (Berlin, München und Hamburg), die insgesamt 354 Zimmer zu Beginn des Halbjahrs betrafen. Im EBITDA konnte dies durch eine strenge Kostenkontrolle der Betriebskosten kompensiert werden, was sich in einem Wachstum von 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr bemerkbar macht und sich somit in ein Gesamt EBITA von 8,2 Mio. € niederschlägt.

Der Geschäftsbereich Lateinamerika erzielte länderübergreifend sehr gute Ergebnisse. Der Umsatz pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) stieg um 9,3 Prozent im letzten halben Jahr dank eines Anstiegs der Durchschnittsrate (ADR) auf 7,2 Prozent und der Auslastung um 1,6 Prozent. Der Umsatz beläuft sich auf 67,9 Mio. € mit einem jährlichen Wachstum von 8,8 Prozent.

Unternehmenskontakt

NH Hotel Group

Murat Ham

T: +49 30 206 207 - 219

M: +49 162 200 3892

communication.ce@nh-hotels.com

NH | HOTEL GROUP



NH COLLECTION
HOTELS

nhow
HOTELS

Hesperia
RESORTS

Auf regionaler Ebene zeigte Mexiko ein Umsatzwachstum von 11,1 Prozent auf Basis des realen Wechselkurses, was auf die Neupositionierung und die Modernisierung des Hotels NH Collection México City im Jahr 2016 zurückzuführen ist. Im Staatenbund Mercosur stieg der Umsatz sogar stärker als erwartet um 19,0 Prozent. Der Grund dafür sind eine höhere Auslastung (+10 %) sowie die positive Preisentwicklung (+11,1 %). Kolumbien weist eine konstante Entwicklung auf.

- Finanzziele -

Aufgrund der starken Entwicklung der NH Hotel Group seit Jahresbeginn und dem positiven Ausblick auf die nächsten Quartale wird das Unternehmen voraussichtlich die aktuellen Geschäftsziele für 2017 übertreffen. Am 28. September findet ein „**Investor Day**“ in Madrid statt, auf dem die Ziele für 2017 aktualisiert und für die Jahre 2018-2019 definiert werden.

- Weitere bedeutende Ereignisse im Zeitraum -

Der Prozess zur Verbesserung der Finanzierungs-/Kapitalstruktur erfolgreich abgeschlossen

Die NH Hotel Group hat die zwei Phasen ihres Refinanzierungsprozesses in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahres und im zweiten Quartal 2017 abgeschlossen. Sie konnte so **die durchschnittlichen Laufzeiten der Schulden verlängern sowie die Bruttoverschuldung und Finanzierungskosten reduzieren**.

Während des zweiten Quartals in 2017 nutzte das Unternehmen seine positive Geschäfts- und Finanzentwicklung und die günstigen Marktbedingungen einen Teil der Anleihen, die sie im Jahr 2013 vor der Fälligkeit ausgegeben hatte und durch eine Ausweitung der Anleihen im September 2016 zu refinanzieren. So konnte die Gruppe im April 2017 eine Anleihe über 150 Mio. € mit Fälligkeit im Jahr 2019 und Kosten von 6,875 Prozent durch einen Liquiditätszufluss und eine neue Ausgabe von 115 Mio. € mit einer Fälligkeit im Jahr 2023 und einem Zinsertrag von 3,17 Prozent bei Fälligkeit zurückzahlen.

Vereinbarung auf der Hauptversammlung

Die Aktionärsversammlung der Gruppe fand am 29. Juni statt. Hier stimmten die Anteilseigner der Ausschüttung einer Dividende von 0,05 € (vor Abzug der Verrechnungssteuer) pro im Umlauf befindlicher Aktie mit einem Volumen von **rund 17 Mio. €** zu.

Darüber hinaus hat die Hauptversammlung einen **neuen Incentive-Plan** genehmigt, **der an den langfristigen Wertsteigerungsinteressen der Aktionäre ausgerichtet ist**. Der an den Aktienkurs gebundene Plan ist für 100 Begünstigte bestimmt und orientiert sich an den Zielen des erreichten EBITDA und am bereinigten Nettogewinn.

Unternehmenskontakt

NH Hotel Group

Murat Ham

T: +49 30 206 207 - 219

M: +49 162 200 3892

communication.ce@nh-hotels.com

NH | HOTEL GROUP



Über die NH Hotel Group

Die NH Hotel Group (www.nhhotelgroup.com) ist ein multinationales Unternehmen und zählt mit fast 400 Hotels und 60.000 Zimmern zu den weltweit führenden Hotelgruppen im urbanen Raum. Hotels der NH Hotel Group gibt es in 30 Ländern in Europa, Amerika, Afrika und Asien – und das in den Top-Destinationen wie Amsterdam, Barcelona, Berlin, Bogota, Brüssel, Buenos Aires, Düsseldorf, Frankfurt, London, Madrid, Mexico City, Mailand, München, New York, Rom und Wien.

Social Media

Facebook | Twitter | Blog | YouTube



Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie unter nhhotelgroupde.pr.co.

Unternehmenskontakt

NH Hotel Group

Murat Ham

T: +49 30 206 207 - 219

M: +49 162 200 3892

communication.ce@nh-hotels.com

NH | HOTEL GROUP

