



PRESSEMITTEILUNG

MÜNCHEN, 18. April 2019

**Der Umsatz stieg im ersten Quartal um 34,2 %
auf 987 Mio. Euro, wie ausgewiesen, und um
8,8 % Like-for-like (LfL)**

* * *

**ANHALTENDES ORGANISCHES WACHSTUM DER PORTFOLIOS MIT 8.300
ERÖFFNETEN ZIMMERN**

* * *

Sébastien Bazin, Vorsitzender und CEO, sagte:

„In einem turbulenten gesamtwirtschaftlichen Umfeld unterstreicht die Umsatzentwicklung des Konzerns im ersten Quartal die Wirksamkeit unserer Unternehmenstransformation und die Zuverlässigkeit unserer Strategie. Europa zeigte weiterhin starkes Wachstum, während Südamerika weiterhin seinen robusten Wiederaufschwung vorantrieb. Wir haben im Berichtszeitraum eine nachhaltige Geschäftsentwicklung im Einklang mit unseren mittelfristigen Zielen erreicht und unsere Pipeline durch einen immer höheren Anteil an Luxushotels, die höhere Einnahmen pro Zimmer generieren, weiter gestärkt. Dank einer guten Performance und einem stetigen Wachstum kann die Gruppe dem Rest des Jahres mit Zuversicht entgegensehen.“

Der konsolidierte **Umsatz** belief sich im ersten Quartal 2019 auf **987 Mio. Euro**, ein Plus von 34,2 % und **8,8 % auf Like-for-like-Basis (LFL)**.

Der **RevPAR der Gruppe stieg um 1,6 %**, wobei die Performance je nach Region unterschiedlich war: In Europa war sie robust (+3,3 %), während sie im Asien-Pazifik-Raum leicht rückläufig war (-0,6 %). **Accor erwartet im Laufe des Jahres diese Dynamik weiter ankurbeln zu können. Die**

Gruppe bestätigt ein geplantes RevPAR-Wachstum von ca. 3 % für das Geschäftsjahr 2019.

Veränderungen im Konsolidierungskreis (Übernahmen und Veräußerungen) wirkten sich mit 176 Mio. Euro (+23,9 %) positiv aus, insbesondere dank der Beiträge von Mantra und Mövenpick.

Währungseffekte wirkten sich mit 11 Mio. Euro positiv aus, was vor allem auf die Abwertung des Euro gegenüber dem US-Dollar (8 %) zurückzuführen ist.

Im ersten Quartal eröffnete Accor **71 Hotels** mit **8.300 Zimmern**. Ende März 2019 umfasste die Pipeline der Gruppe **1.135 Hotels** und **200.000 Zimmer**.

Starkes Umsatzwachstum

Im ersten Quartal 2019 verzeichnete die Gruppe ein robustes Umsatzwachstum von 8,8 % bei konstanter Struktur und konstanten Wechselkursen (Like-for-like), das von einem starken Wachstum bei **HotelServices (+7,3 %)** und **Hotel Assets (+8,9 %)** getragen wurde. Der Umsatz mit **New Businesses** stieg auf Like-for-like-Basis um **10,0 %**.

In € millions	Q1 2018 ⁽¹⁾	Q1 2019	Change (as reported)	Change (LFL) ⁽²⁾
HotelServices	569	645	+13.5%	+7.3%
New Businesses	31	37	+22.0%	+10.0%
Hotel Assets & Other	157	323	+106.0%	+8.9%
Holding & Intercos	(21)	(19)	N/A	N/A
Total	735	987	+34.2%	+8.8%

(1) Proforma figures: adjusted for the deconsolidation of AccorInvest as of January 1, 2018.

(2) Like-for-like: at constant scope of consolidation and exchange rates.

Sehr positive Impulse für HotelServices

Der Bereich **HotelServices**, der Ende März 2019 4.835 Hotels (709.945 Zimmer) im Rahmen von Franchise-Vereinbarungen und Managementverträgen betrieb, verzeichnete einen Umsatzanstieg **von 7,3 % (Like-for-like) auf 645 Mio. Euro**. Dieser Anstieg zeigt die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells trotz moderatem RevPAR-Wachstum.

Das **Management & Franchise-Geschäft (M&F)** verzeichnete ein Umsatzwachstum von 7,0 %, was auf die unterschiedlichen RevPAR-Leistungen in den verschiedenen Regionen und die nachhaltige Entwicklung der Gruppe zurückzuführen ist:

<i>In € millions</i>	Q1 2018 ⁽¹⁾	Q1 2019	Change (LFL) ⁽²⁾
Europe	101	102	+7.6%
Asia-Pacific	50	56	+4.2%
Middle East & Africa	19	24	(0.6%)
North America, Central America & the Caribbean	30	31	+13.0%
South America	10	11	+13.0%
Total	211	225	+7.0%

⁽¹⁾ Proforma figures: adjusted for the deconsolidation of AccorInvest as of January 1, 2018.

⁽²⁾ Like-for-like: at constant scope of consolidation and exchange rates.

Der **konsolidierte RevPAR** stieg im Quartal insgesamt um 1,6 %.

Europa verzeichnete einen starken Anstieg des M&F-Umsatzes (+7,6 % LFL), getrieben durch das RevPAR-Wachstum von 3,3 % über alle Segmente.

- In Frankreich legte das RevPAR trotz einer anspruchsvollen Vergleichsbasis Like-for-like um 2,7 % zu. Paris und die Regionalstädte verzeichneten ein ähnliches Wachstum von 2,7 % bzw. 2,5 % auf Like-for-like-Basis. Die kommende AirShow im Juni wird die Nachfrage von Unternehmen im zweiten Quartal unterstützen. Die Gelbwesten-Bewegung hatte nur marginale Auswirkungen auf das Geschäft der Gruppe.
- In Großbritannien war das Wachstum des RevPARs begrenzt (+0,9 %). Die sehr unterschiedliche Situation in London und den Regionalstädten hielt an. Der Anstieg des RevPAR in London (+5,8 %), angetrieben durch den anhaltend starken Inbound-Tourismus, kompensierte den Rückgang des Geschäfts in den regionalen Märkten (-4,0 %), der auf die Kombination aus schwacher Nachfrage bei Firmenkunden und einem Anstieg des Angebots trotz der Unsicherheiten durch den Brexit zurückzuführen ist.
- In Deutschland wuchs der RevPAR um solide 3,4 %, angetrieben durch einen vorteilhaften Messekalender.
- In Osteuropa blieb das RevPAR-Wachstum mit +5,4 % stark, was auf eine dynamische Preispolitik insbesondere in Polen und eine starke Nachfrage nach Städtereisen in Budapest zurückzuführen ist.
- Die iberische Halbinsel setzte, nachdem es 2017 in Katalonien zu politischen Spannungen gekommen war, ihre starke Erholung mit einem Plus des RevPAR von 8,8 % dank der Wiedereröffnungen von Pullman und Fairmont in Barcelona nach Renovierungsarbeiten fort.

Der leichte Rückgang des Geschäfts in der Region **Asien-Pazifik (RevPAR -0,6 %)** ist auf **Australien zurückzuführen, wo das Überangebot** in den Großstädten weiterhin die Preise und Auslastungsquoten beeinflusst, was zu einem Rückgang von 1,6 % des RevPAR führte.

Außerdem zeigte das erste Quartal schwächere Zahlen bei den Auslandsreisen von China in Länder wie Thailand, Vietnam, Malaysia und Australien. Der RevPAR in China verzeichnete im Quartalsverlauf einen Rückgang um 3,0 %.

Auch in der Region **Naher Osten und Afrika** verzeichnete der RevPAR einen leichten Rückgang von 0,7 %. Das Überangebot wirkte sich weiterhin auf die Preise aus, die im Berichtszeitraum um 2,9 % zurückgingen.

Nordamerika, Mittelamerika und die Karibik verzeichneten einen Rückgang von 2,1 % beim RevPAR, der durch ein besonderes Ereignis in den USA im Jahr 2018 und größere Renovierungen in Kanada im Jahr 2019 beeinflusst wurde.

Schließlich erholte sich das Geschäft in Südamerika weiter kontinuierlich, insbesondere in Brasilien, wo der Umsatz in Rio de Janeiro im Einklang mit dem Rest des Landes stark wuchs. Infolgedessen stieg der RevPAR um 11,2 %, was hauptsächlich auf die Preise zurückzuführen ist.

Die **Entwicklung** der Gruppe schreitet zügig voran. Im ersten Quartal eröffnete Accor 71 Hotels mit fast 8.300 Zimmern. Ende März 2019 umfasste die Pipeline der Gruppe 1.135 Hotels und 200.000 Zimmer, davon 78 % in Schwellenländern und 50 % in der Region Asien-Pazifik.

Anhaltendes Wachstum bei Neugeschäften

New Businesses (Concierge-Service, Vermietung von Luxusunterkünften, exklusive Buchungsangebote für Luxushotels und digitale Dienstleistungen für Hotels) erzielten einen Umsatz von 37 Mio. Euro, ein Plus von 10,0 % auf Like-for-like-Basis gegenüber 31 Mio. Euro im Jahr 2018. Der ausgewiesene Anstieg um 22,0 % spiegelt die Akquisitionen von ResDiary und Adoria wider.

Starkes Wachstum der Einnahmen aus Hotelanlagen

Die Erträge aus dem Segment Hotel Assets & Other stiegen Like-for-like um 8,9 %, was auf ein solides RevPAR-Wachstum in Osteuropa und die starke Erholung in Brasilien zurückzuführen ist. Der Umsatzanstieg von 106,0 % ist auf die Akquisitionen von Mantra und Mövenpick zurückzuführen.

Ende März 2019 umfasste dieser Geschäftsbereich, zu dem sowohl eigene als auch gepachtete Hotels gehören, 245 Hotels und 46.038 Zimmer.

Perspektiven für 2019

Die im ersten Quartal beobachteten Trends bestätigen die Robustheit des Konzerns. Für 2019 erwartet Accor insbesondere ein Rekordwachstum des organischen Systems und eine schrittweise Verbesserung des RevPAR, der für das Gesamtjahr rund 3 % erreichen soll. In der Zwischenzeit setzt die Gruppe ihre Transformation fort.

Aktienrückkaufprogramm

Eine zweite Tranche des Aktienrückkaufprogramms in Höhe von 500 Mio. Euro mit einem Umfang von 13,4 Mio. Aktien wurde zwischen dem 20. Dezember 2018 und dem 26. März 2019 abgeschlossen.

Seit dem Start des Programms im Juli 2018 hat der Konzern 21,8 Millionen Aktien oder 7,5 % des Grundkapitals für insgesamt 850 Millionen Euro oder einen Durchschnittskurs von 39 Euro pro Aktie zurückgekauft.

Der Verwaltungsrat wird in Kürze über die nächsten Schritte entscheiden, um die Durchführung des Programms abzuschließen.

* * *

Ereignisse vom 1. Januar 2019 bis 18. April 2019

Finanzierung

Im Januar 2019 hat Accor zwei „Liability Management Operations“ erfolgreich abgeschlossen:

- Am 24. Januar gab Accor zwei Anleihen über 1,1 Mrd. Euro aus:
 - eine unbefristete Hybridanleihe in Höhe von 500 Mio. Euro mit einem Zinsschein von 4,375 %;
 - eine 7-jährige Anleihe mit einem Wert von 600 Mio. Euro mit einem Zinsschein von 1,75 %.

Beide Transaktionen waren rund sechsmal überzeichnet, was das starke Vertrauen der Anleger in das neue Geschäftsmodell, das Wachstumspotenzial und das attraktive Risikoprofil der Gruppe widerspiegelt.

- Am 31. Januar schloss Accor zwei Ausschreibungsangebote erfolgreich ab und zahlte zwei Anleihen, darunter eine unbefristete Hybridanleihe (4,125 % Zinsschein) und einen Senior-Bond mit einer Laufzeit bis 2021 (2,625 % Zinsschein), in Höhe von insgesamt 736 Mio. Euro teilweise zurück:
 - 386 Mio. Euro auf die unbefristete Hybridanleihe (900 Mio. Euro Anleihe im Juni 2014);
 - 350 Mio. Euro auf die Anleihen mit Laufzeit bis 2021.

Am 25. Februar hat Accor ein „Negotiable European Commercial Paper“-Programm (NEU CP) in Höhe von 500 Mio. Euro aufgelegt. Mit diesem Programm diversifizierte Accor seine Finanzierungsquelle und optimierte gleichzeitig seine Fremdkapitalkosten.

Orbis

Am 23. Januar bestätigte Accor den Erwerb von 33,15 % der Anteile an Orbis für rund 339 Mio. Euro. Accor hält nun direkt und indirekt 85,84 % des Aktienkapitals von Orbis. Infolgedessen hat Accor seine Kontrolle über Orbis gestärkt und seine Führungsrolle in der Region ausgebaut. Accor hat eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet, in der die Gruppe und Orbis an Strukturierungsoptionen arbeiten.

Hotelaktivitäten

Am 21. Februar kündigte Accor die Einführung eines neuen Kundenversprechens in Form des Programms „ALL-Accor Live Limitless“ an, das die Vertriebsplattform und ein neues, erlebnisorientiertes Treueprogramm kombiniert. In diesem Zusammenhang kündigte die Gruppe die Unterzeichnung mehrerer globaler Partnerschaften an, insbesondere mit AEG, IMG und dem Pariser Fußballverein Saint-Germain, bei dem ALL ab der nächsten Saison zum Hauptpartner und Trikotsponsor wird.



Am 4. März hat Accor sein Markenportfolio mit der neuen Lifestyle-Marke TRIBE im mittleren Bereich weiter ausgebaut.

Am 5. März lancierte SBE eine neue globale Lifestyle-Marke, The House of Originals.

Am 4. April gab Accor die Eröffnung von zwei ikonischen Hotels in Indien bekannt, Raffles Jaipur und Raffles Udaipur. Der Schritt markiert eine neue Richtung für Accor in Indien, mit einem stärkeren Fokus auf Luxus- und Premium-Marken.

Kommende Ereignisse im Jahr 2019

30. April 2019: Hauptversammlung

31. Juli 2019: Ergebnisse des ersten Halbjahres 2019 (nach Börsenschluss)

Über Accor

Accor ist eine weltweit führende Unternehmensgruppe für Augmented Hospitality, die einzigartige und besondere Erlebnisse in knapp 4.800 Hotels, Resorts und Apartmentanlagen in 100 Ländern bietet. Mit einem einmaligen Portfolio mit Marken von Luxury bis Economy bietet Accor seit mehr als 50 Jahren Expertise und savoir faire.

Weit über Unterkünfte hinaus ermöglicht Accor mit den Bereichen F&B, Nachtleben, Wellness und Co-Working zudem neue Lebenswelten für die Arbeit, zur Unterhaltung und den Alltag. Um die Business Performance weiter voranzutreiben, stärkt Accors Portfolio an Business Accelerators die Distribution, den operativen Bereich und die Erlebnisse im Gastgewerbe. Die Gäste haben Zugang zu einem der attraktivsten Treueprogramme der Hotelbranche weltweit.

Accor engagiert sich für eine nachhaltige Wertschöpfung und spielt eine aktive Rolle im Umweltschutz sowie im Bereich der sozialen Verantwortung. Das Programm Planet 21 – Acting Here setzt sich für eine „Hotellerie, die Positives bewirkt“, ein, während der Stiftungsfonds Accor Solidarity benachteiligte Menschen unterstützt.

Accor SA ist an der Euronext in Paris (Code ISIN: FR0000120404) und am OTC-Markt in den USA (Code: ACRYF) notiert. Weitere Informationen finden Sie auf der Webseite accor.com. Oder folgen Sie uns auf Twitter und Facebook.

Pressekontakte:

Anne Wahl

Regional Communications
T. +49 89 63002 563
newsCE@accor.com

Marie Schwab

Manager Media Relations & PR
T. +49 89 63 002 523
newsCE@accor.com

RAFFLES \ ORIENT EXPRESS \ BANYAN TREE \ DELANO \ SOFITEL LEGEND
FAIRMONT \ SLS \ SO \ SOFITEL \ THE HOUSE OF ORIGINALS \ RIXOS
ONEFINESTAY \ MANTIS \ MGALLERY \ 21C \ ART SERIES \ MONDRIAN
PULLMAN \ SWISSÔTEL \ ANGSANA \ 25HOURS \ HYDE \ MÖVENPICK
GRAND MERCURE \ PEPPERS \ THE SEBEL \ MANTRA \ NOVOTEL \ MERCURE
ADAGIO \ MAMA SHELTER \ TRIBE \ BREAKFREE \ IBIS \ IBIS STYLES
IBIS BUDGET \ JO&JOE \ HOTELFI

RevPAR excluding tax by segment and market – Q1 2019

Q1 2019	Occupancy rate		Average room rate		RevPAR	
	%	chg pts LFL	€	chg % LFL	€	chg % LFL
Luxury & Upscale	63,8	+2.0	150	+2.9	96	+6,3
Midscale	62,6	+0.1	91	+2,5	57	+2,7
Economy	63,6	+0.3	62	+2,3	39	+2,8
Europe	63,2	+0.4	80	+2,6	51	+3,3
Luxury & Upscale	65,3	+0,4	119	-0,8	78	-0,2
Midscale	68,8	-0,5	84	+0,1	58	-0,6
Economy	70,5	-0,3	46	+0,0	32	-0,4
Asia-Pacific	67,9	-0,1	85	-0,4	58	-0,6
Luxury & Upscale	67,4	+3,6	138	-4,2	93	+1,1
Midscale	70,4	+1,1	74	-5,3	52	-3,8
Economy	67,1	-2,9	61	-2,6	41	-6,7
Middle East & Africa	67,4	+1,5	111	-2,9	75	-0,7
Luxury & Upscale	65,9	-0,8	230	-1,0	152	-2,2
Midscale	73,5	+1,8	128	+1,0	94	+3,5
Economy	59,7	-4,7	41	+1,8	24	-5,3
North America, Central America & the Caribbean	66,1	-1,0	200	-0,7	132	-2,1
Luxury & Upscale	58,3	+1,8	123	+9,4	72	+13,4
Midscale	57,8	+2,5	67	+7,1	39	+11,7
Economy	54,1	+1,9	43	+7,0	23	+10,7
South America	55,5	+2,0	59	+7,3	33	+11,2
Luxury & Upscale	65,3	+1,1	145	-0,6	95	+1,0
Midscale	64,9	+0,2	87	+1,6	56	+1,9
Economy	63,8	+0,2	56	+2,1	36	+2,5
Total	64,5	+0,4	89	+0,9	57	+1,6

Hotel base – Q1 2019

Q1 2019	Hotel assets		Managed		Franchised		Total	
	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms
Luxury & Upscale	22	6,021	102	18,988	60	11,226	184	36,235
Midscale	58	10,940	324	51,648	562	60,143	944	122,731
Economy	55	8,498	592	75,703	1,188	92,505	1,835	176,706
Europe	135	25,459	1,018	146,339	1,810	163,874	2,963	335,672
Luxury & Upscale	11	2,312	247	60,459	59	9,368	317	72,139
Midscale	26	4,173	273	63,455	104	15,724	403	83,352
Economy	2	350	193	35,217	191	23,995	386	59,562
Asia-Pacific	39	6,835	713	159,131	354	49,087	1,106	215,053
Luxury & Upscale	2	525	144	36,706	6	956	152	38,187
Midscale	2	235	51	10,411	9	2,015	62	12,661
Economy	5	826	49	8,951	3	530	57	10,307
Middle East & Africa	9	1,586	244	56,068	18	3,501	271	61,155
Luxury & Upscale	0	0	71	26,997	10	4,718	81	31,715
Midscale	0	0	6	2,641	8	1,725	14	4,366
Economy	0	0	19	2,504	2	233	21	2,737
North America, Central America & the Caribbean	0	0	96	32,142	20	6,676	116	38,818
Luxury & Upscale	0	0	26	5,948	5	1,094	31	7,042
Midscale	13	2,205	80	11,339	13	1,651	106	15,195
Economy	49	9,953	81	13,538	112	13,519	242	37,010
South America	62	12,158	187	30,825	130	16,264	379	59,247
Luxury & Upscale	35	8,858	590	149,098	140	27,362	765	185,318
Midscale	99	17,553	734	139,494	696	81,258	1,529	238,305
Economy	111	19,627	934	135,913	1,496	130,782	2,541	286,322
Total	245	46,038	2,258	424,505	2,332	239,402	4,835	709,945