



**PRESSEMITTEILUNG**

ZÜRICH, 5. AUGUST 2019

# ***Erstes Halbjahr 2019: Solide Ergebnisse und schnelle Umsetzung des strategischen Plans***

**UMSATZ UM 17,8 % AUF 1.926 MILLIONEN EURO GESTEIGERT (+4,8 % LFL)**

**EBITDA UM 30,1 % AUF 375 MILLIONEN GESTEIGERT (+5,1 % LFL)**

**WIEDERKEHRENDER FREIER CASHFLOW VON 144 MILLIONEN EURO**

**NETTOERGEBNIS, KONZERNANTEIL VON 141 MILLIONEN EURO**

\*\*\*

**ANGESTREBTES EBITDA-ZIEL FÜR DAS GESAMTJAHR 2019 ZWISCHEN  
820 MILLIONEN UND 850 MILLIONEN EURO**

---

**Sébastien Bazin, Vorsitzender und CEO von Accor, sagt:**

*„Accor hat erneut ein Halbjahr mit soliden Ergebnissen vorgelegt, im Einklang mit unseren mittelfristigen Zielen. Durch die Umwandlung in einen Asset-Light-Player profitiert die Gruppe nun von ihren Wachstumstreibern – starken, komplementären Marken, einer anhaltenden Entwicklung, führenden Positionen in vielen touristischen Märkten und einem einzigartigen Ökosystem, das Millionen unserer Kunden und Gesellschaftern nützt. Die Umsetzung unseres Plans und unsere Geschäftsdynamik sind weiterhin auf Kurs, um 2019 ein weiteres Rekordjahr zu erzielen.“*

---

Die Ergebnisse des ersten Halbjahres 2019 bestätigen die ausgezeichnete Leistung der Gruppe bei der Umsetzung ihrer Ziele. Nach Hinzufügen von 18.589 Zimmer (149 Hotels) auf organischer Basis in diesem Zeitraum, verfügte Accor zum 30. Juni 2019 über ein Portfolio von 717.314 Zimmern (4.892 Hotels) und eine Pipeline von 202.000 Zimmern (1.153 Hotels), davon 78 % in Schwellenländern.

## Starkes Wachstum beim konsolidierten Umsatz

Der **konsolidierte Umsatz** belief sich im ersten Halbjahr 2019 auf **€ 1.926 Millionen**, ein Plus von **4,8 % auf Like-for-like-Basis (LFL)** und wie ausgewiesen **ein Plus von 27,8 %** im Vergleich zum ersten Halbjahr 2018.

In € millions	H1 2018 <sup>(1)</sup>	H1 2019	Change (as reported)	Change (LFL) <sup>(2)</sup>
HotelServices	1,231	1,366	+10.9%	+5.0%
Hotel Assets	225	519	+130.5%	+7.1%
New Businesses	70	77	+10.3%	+4.5%
Holding & Intercos	(20)	(36)	N/A	N/A
<b>TOTAL</b>	<b>1,507</b>	<b>1,926</b>	<b>+27.8%</b>	<b>+4.8%</b>

<sup>(1)</sup> Pro-forma.

<sup>(2)</sup> Like-for-like-Basis: Bei konstantem Konsolidierungskreis und Wechselkursen.

Die ausgewiesenen Zahlen wurden von folgenden Faktoren beeinflusst:

- Veränderungen **im Konsolidierungskreis** (Übernahmen und Veräußerungen) wirkten sich mit 324 Millionen Euro (+21,5 %) positiv aus, insbesondere dank der Beiträge von Mantra und Mövenpick.
- **Wechselkurseffekte**, die hauptsächlich mit dem US-Dollar in Verbindung stehen (30 Millionen Euro), wirkten sich mit 23 Millionen Euro (+1,5 %) positiv aus.

## Umsatz von HotelServices

**HotelServices** weist ein Geschäftsvolumen von 10,4 Milliarden Euro aus, im Vergleich zu 8,9 Milliarden im ersten Halbjahr 2018, und einen Umsatz **von 1.366 Millionen Euro, ein Plus von 5,0 % auf Like-for-like-Basis**. Das spiegelt die positive Geschäftsentwicklung und den Ausbau des Hotelnetzwerks wider.

Der Umsatz von **Management & Franchise (M&F)** belief sich auf **486 Millionen Euro**, ein Anstieg von 5,0 % auf Like-for-like-Basis, der das Wachstum der Unternehmensgruppe in allen Märkten widerspiegelt

In € millions	H1 2018 <sup>(1)</sup>	H1 2019	Change (LFL) <sup>(2)</sup>
Europe	242	245	+5.7%
Asia-Pacific	97	100	(0.0)%
Middle East & Africa	38	52	+4.6%
NORTH AMERICA, CENTRAL AMERICA & THE CARIBBEAN	59	65	+7.2%
South America	21	24	+16.1%
<b>TOTAL</b>	<b>458</b>	<b>486</b>	<b>+5.0%</b>

<sup>(1)</sup> Pro-forma

<sup>(2)</sup> Like-for-like-Basis: Bei konstantem Konsolidierungskreis und Wechselkursen.

Der konsolidierte RevPAR stieg im ersten Halbjahr 2019 insgesamt um 2,9 %.

In **Europa** stieg der M&F-Umsatz um 5,7 % auf Like-for-like-Basis, unterstützt durch einen Anstieg von 4,4 % beim RevPAR für alle Segmente zusammen.

- In **Frankreich** stieg der RevPAR um 4,7 % auf Like-for-like-Basis, mit soliden Ergebnissen sowohl aus dem Großraum Paris als auch aus den Regionen (+5,3 % bzw. +4,2 %). Im Juni wurde das Geschäft durch die International Paris Air Show und die Frauenfußball-Weltmeisterschaft belebt.
- Das Wachstum des RevPAR in **Großbritannien** blieb moderat (+1,2 %), wobei London und die Regionen nach wie vor sehr unterschiedliche Entwicklungen verzeichneten. Der Anstieg des RevPAR in London (+4,3 %) spiegelt einen anhaltend aktiven inländischen Tourismusmarkt wider, während der RevPAR in Regionalstädten (-2,1 %) von Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem Brexit beeinflusst wurde.
- In **Deutschland** stieg der RevPAR um 3,9 %, was erwartungsgemäß auf einen günstigen Messekalendar zurückzuführen ist.
- **Spanien** verzeichnete dank eines starken Nachfragewachstums einen deutlichen Anstieg von 11,9 % beim RevPAR.

Die **Region Asien-Pazifik** verzeichnete auf vergleichbarer Basis stabile M&F-Umsätze, trotz eines leichten Rückgangs des RevPAR (-0,2 %) im ersten Halbjahr. Der Trend beim RevPAR hat sich im zweiten Quartal dennoch verbessert (+0,3 % im zweiten Quartal gegenüber -0,6 % im ersten Quartal). Der Ausbau des Hotelnetzes wurde durch einen Rückgang der Incentive-



Gebühren, insbesondere im Zusammenhang mit der Renovierung des Fairmont Singapore, kompensiert.

Die Region **Naher Osten & Afrika** verzeichnete trotz eines moderaten Wachstums von 1,0 % beim RevPAR einen Anstieg des M&F-Umsatzes um 4,6 %. Eine solide Performance der Hotels in Mekka während des Ramadans im Mai brachten zusätzliche Incentive-Gebühren während des Zeitraums.

**Nordamerika, Mittelamerika & Karibik** verzeichneten einen Anstieg des M&F-Umsatzes um 7,2 %, insbesondere dank der Anlaufphase des Fairmont Austin Hotels. Der RevPAR für die Region stieg um 0,8 %.

Schließlich verzeichnete **Südamerika**, besonders in Brasilien, weiterhin ein starkes Wachstum mit einem Umsatzplus von 16,1 %, bei gleichzeitigem Anstieg des RevPAR um 13,8 %.

Der Umsatz für **Services to Owners**, der die Bereiche Vertrieb, Marketing, Distribution und Loyalität sowie Dienstleistungen und die Weiterberechnung von Hotelpersonalkosten umfasst, belief sich auf **879 Millionen Euro** im Vergleich zu **773 Millionen Euro** im ersten Halbjahr 2018.

## Umsatz für Hotel Assets & Other

Die Erträge aus dem Bereich **Hotel Assets & Other** beliefen sich auf 519 Millionen Euro, was einem Anstieg von 7,1 % auf Like-for-like-Basis entspricht. Der ausgewiesene Anstieg von 130,5 % spiegelt insbesondere die Konsolidierung von Mantra im Juni 2018 und Mövenpick im September des gleichen Jahres wider. Nach der Neueingliederung des Immobilienbereichs von Orbis in die Kategorie der zur Veräußerung gehaltenen Assets gemäß IFRS 5 wird dieses Segment hauptsächlich von der Region Asien-Pazifik getragen.

Ohne Orbis umfasste die Hotelbasis des Geschäftsbereichs zum 30. Juni 2019 173 Hotels und 31.893 Zimmer.

## Umsatz in neuen Geschäftsbereichen

**Neue Geschäftsbereiche** (Concierge-Services, Vermietung von Luxusunterkünften, exklusive Angebote von Luxushotelübernachtungen und digitale Dienstleistungen für Hotels) erwirtschafteten im ersten Halbjahr 2019 einen Umsatz von 77 Millionen Euro, ein Plus von 4,5 % auf Like-for-like-Basis. Der ausgewiesene Anstieg um 10,3 % spiegelt die Akquisitionen von ResDiary und Adoria im April bzw. Juni 2018 wider.

## EBITDA

Das **konsolidierte EBITDA** betrug im ersten Halbjahr 2019 **375 Millionen Euro**, ein Plus von 5,1 % auf Like-for-like-Basis und 30,1 % im Vergleich zum ersten Halbjahr 2018.

In € millions	H1 2018 <sup>(1)</sup>	H1 2019	Change (as reported)	Change (LFL) <sup>(2)</sup>
HotelServices	326	344	+5.5%	+3.7%
Hotel Assets	29	97	+241.1%	+0.2%
New Businesses	(11)	(1)	+89.5%	+84.7%
Holding & Intercos	(55)	(65)	N/A	N/A
<b>TOTAL</b>	<b>288</b>	<b>375</b>	<b>+30.1%</b>	<b>+5.1%</b>

(1) Pro-forma.

(2) Like-for-like-Basis: Bei konstantem Konsolidierungskreis und Wechselkursen.

Die **EBITDA-Marge** stieg um 0,4 Prozentpunkte auf **19,5 %**.

In € millions	Hotel Services	New Businesses	Hotel Assets	Holding & Intercos	ACCOR
Revenue H1 19	1,366	77	519	(36)	1,926
<b>EBITDA H1 19</b>	<b>344</b>	<b>(1)</b>	<b>97</b>	<b>(65)</b>	<b>375</b>
<i>EBITDA margin</i>	+25.2%	(1.5)%	+18.7%	N/A	+19.5%
Revenue H1 18 <sup>(1)</sup>	1,231	70	225	(20)	1,507
<b>EBITDA H1 18<sup>(1)</sup></b>	<b>326</b>	<b>(11)</b>	<b>29</b>	<b>(55)</b>	<b>288</b>
<i>EBITDA margin</i>	+26.5%	(15.3)%	+12.7%	N/A	+19.1%

(1) Pro-forma

## HotelServices EBITDA nach Geschäftsbereich

Die **EBITDA-Marge von Management & Franchise** stieg um 4,7 Prozentpunkte.

In € millions	M&F	Services to Owners	HotelServices
Revenue H1 19	486	879	1,366
<b>EBITDA H1 19</b>	<b>353</b>	<b>(9)</b>	<b>344</b>
<i>EBITDA margin</i>	+72.5%	(1.1)%	+25.2%
Revenue H1 18 <sup>(1)</sup>	458	773	1,231
<b>EBITDA H1 18</b>	<b>311</b>	<b>15</b>	<b>326</b>
<i>EBITDA margin</i>	+67.8%	+1.9%	+26.5%

<sup>(1)</sup> Pro-forma.

## Management & Franchise EBITDA nach Region

In € millions	H1 2018 <sup>(1)</sup>	H1 2019	Change (LFL) <sup>(2)</sup>
Europe	180	191	+7.9%
Asia-Pacific	58	67	+3.2%
Middle East & Africa	29	38	(4.8)%
NORTH AMERICA, CENTRAL AMERICA & THE CARIBBEAN	35	46	+17.8%
South America	7	11	+17.4%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>353</b>	<b>+7.1%</b>

<sup>(1)</sup> Pro-forma.

<sup>(2)</sup> Like-for-like-Basis: Bei konstantem Konsolidierungskreis und Wechselkursen.

Der Geschäftsbereich **Management & Franchise** von **HotelServices** verzeichnete einen Anstieg des **EBITDA** um 7,1 % auf Like-for-like-Basis, was auf die unterschiedliche regionale Wachstumsentwicklung zurückzuführen ist:

- Europa (+7,9 %) profitierte von der Einführung der Pläne zur Reorganisation der Support-Funktionen für die Region, die auf dem Capital Market Day im November 2018 vorgestellt wurden.
- Die Region Asien-Pazifik (+3,2 %) zeigte Accors Fähigkeit, die Kosten in einem schwierigen Umfeld unter Kontrolle zu halten.
- Die Region Naher Osten & Afrika ist weiterhin solide. Die Veränderung auf Like-for-like-Basis (-4,8 %) wurde durch eine ungünstige Vergleichsbasis aufgrund der Auflösung von Rückstellungen im Jahr 2018 beeinflusst.

- Nordamerika, Mittelamerika und die Karibik (+17,8 %) hingegen profitierten in diesem Jahr von der Auflösung von Rückstellungen.
- Südamerika (+17,4 %) verzeichnete ein EBITDA-Wachstum im Einklang mit dem Umsatzwachstum.

## Hotel Assets & Other EBITDA

Das EBITDA für Hotel Assets & Other belief sich auf 97 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019, eine deutliche Steigerung im Vergleich zu 29 Millionen Euro, die im Vorjahr in der gleichen Berichtsperiode erzielt wurden, was hauptsächlich auf die Übernahme von Mantra und Mövenpick zurückzuführen ist. Die EBITDA-Marge belief sich auf 18,7 %.

## EBITDA der neuen Geschäftsbereiche

Das EBITDA der neuen Geschäftsbereiche hat sich von minus 11 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018 stark auf minus 1 Million Euro im ersten Halbjahr 2019 verbessert. Hier zeigen sich erste Ergebnisse der Restrukturierungs- und Optimierungsstrategie einiger Bereiche, einschließlich Onefinestay und John Paul.

## Nettogewinn

In € millions	H1 2018 <sup>(1)</sup>	H1 2019	Change (as reported)	Change (LFL) <sup>(2)</sup>
Revenue	1,507	1,926	+27.8%	+4.8%
<b>EBITDA</b>	<b>288</b>	<b>375</b>	<b>+30.1%</b>	<b>+5.1%</b>
EBITDA margin	+19.1%	+19.5%	+0.4 pts	+0.1 pts
<b>EBIT</b>	<b>206</b>	<b>234</b>		
Operating profit	(55)	214		
<b>NET PROFIT/(LOSS) BEFORE PROFIT FROM DISCONTINUED OPERATIONS</b>	<b>(115)</b>	<b>125</b>		
Profit from discontinued operations	2,294	16		
<b>Net profit, Group share</b>	<b>2,179</b>	<b>141</b>		

<sup>(1)</sup> Pro-Forma-Finanzinformationen

<sup>(2)</sup> Like-for-like: in konstantem Umfang der Konsolidierung und Wechselkurse

Im ersten Halbjahr 2019 stieg der Nettogewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, ohne signifikante einmalige Sondereffekte, stark an und erreichte 125 Millionen Euro. Der Nettogewinn, Konzernanteil, belief sich auf 141 Millionen Euro. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres resultierte die Veräußerung von 58 % des Kapitals von AccorInvest in einem Kapitalzuwachs von 2,4 Milliarden Euro.

## Solider wiederkehrender freier Cashflow und gute Finanzlage

In € millions	H1 2018 <sup>(1)</sup>	H1 2019
<b>EBITDA</b>	<b>288</b>	<b>375</b>
Cost of net debt	(30)	(30)
Income tax paid	(26)	(39)
Payment of lease liabilities	(31)	(67)
Non-cash revenue and expenses included in EBITDA and other	5	54
<b>Funds from operations excluding non-recurring items</b>	<b>206</b>	<b>293</b>
Recurring renovation/maintenance and development expenditure	(55)	(75)
Change in working capital and contract assets	15	(74)
<b>Recurring free cash flow</b>	<b>166</b>	<b>144</b>
<b>Cash conversion rate<sup>(2)</sup></b>	<b>78%</b>	<b>76%</b>

<sup>(1)</sup> Pro-forma Finanzinformation

<sup>(2)</sup> (EBITDA – wiederkehrende Aufwendungen – Zahlung von Leasingverbindlichkeiten) / (EBITDA – Zahlung von Leasingverbindlichkeiten)

Im ersten Halbjahr 2019 belief sich der **wiederkehrende freie Cashflow** auf 144 Millionen Euro, was eine Cash Conversion Rate von 76 % bedeutet.

**Wiederkehrende Aufwendungen** – welche „key money“ beinhaltet, das von HotelServices gemäß ihrer Entwicklung gezahlt wird, sowie digitale und IT und Wartungskosten für die verbleibenden Hotels in Eigenbesitz oder aus Leasingverträgen – beliefen sich auf 75 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019 verglichen mit 55 Millionen Euro im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

**Die Nettoverschuldung** belief sich zum 30. Juni 2019 auf 2.237 Millionen Euro, während sie zum 31. Dezember 2018 bei 1.084 Millionen Euro lag. Die Steigerung spiegelt vor allem den Ausweis der Leasingverpflichtungen nach IFRS 16 wider, was insgesamt 882 Millionen Euro ausmacht.

Zum 30. Juni 2019 betragen die durchschnittlichen Fremdkapitalkosten 1,7 %, mit einer durchschnittlichen Laufzeit von 4,1 Jahren.

### EBITDA-Ziel für das gesamte Jahr 2019

Basierend auf der RevPAR-Entwicklung des ersten Halbjahres, die sich nach Einschätzungen auch im zweiten Halbjahr fortsetzen wird, und aufgrund der ausgewiesenen organischen Entwicklung hinsichtlich der Zimmeranzahl, erwartet die Gruppe **für das Gesamtjahr 2019 ein EBITDA zwischen 820 Millionen Euro und 850 Millionen Euro.**





## Ereignisse im ersten Halbjahr 2019

### Finanzierung

Im Januar 2019 führte Accor erfolgreich zwei Aktionen im Bereich Liability-Management durch:

- Am 24. Januar platzierte Accor zwei Anleihen im Wert von 1,1 Milliarden Euro:
  - einen unbefristeten Hybrid-Bond in Höhe von 500 Millionen Euro mit 4,38 % Zinscoupon;
  - einen Senior-Bond über sieben Jahre in Höhe von 600 Millionen Euro mit einem 1,75 % Zinscoupon.

Beide Transaktionen wurden etwa sechs Mal überzeichnet, was für ein starkes Vertrauen der Investoren in das neue Geschäftsmodell, das Wachstumspotenzial und das attraktive Risikoprofil der Gruppe spricht.

- Am 31. Januar schloss Accor diese Angebote ab und zahlte teilweise zwei Anleihen zurück, nämlich einen unbefristeten Hybrid-Bond (4,12 % Zinscoupon) und einen Senior-Bond mit einer Laufzeit bis 2021 (2,63 % Zinscoupon), zu einem Gesamtbetrag von 736 Millionen Euro:
  - 386 Millionen Euro für den unbefristeten Hybrid-Bond (900 Millionen Euro Anleihe im Juni 2014);
  - 350 Millionen Euro für den 2021 Bond.

Am 25. Februar begann Accor ein Negotiable European Commercial Paper (NEU-CP)-Programm mit einem Umfang von 500 Millionen Euro. Damit hat das Unternehmen seine Finanzierungsquellen diversifiziert, während es seine durchschnittlichen Fremdkapitalkosten optimierte.

### Orbis

Am 23. Januar bestätigte Accor den Kauf von 33,15 % von Orbis für rund 339 Millionen Euro. Accor besitzt jetzt direkt und indirekt 85,84 % des Aktienkapitals von Orbis. Resultierend daraus hat Accor die Kontrolle von Orbis verstärkt und das Management in der Region konsolidiert. Außerdem unterzeichnete Accor eine Kooperationsvereinbarung mit Orbis zur gemeinsamen Ausarbeitung von Strukturierungsoptionen.

Am 12. Juni verkündete Accor bedeutende Fortschritte im Veräußerungsprozess von Orbis. Accor hat den zentralen Konditionen zur Übernahme der Orbis Hotelservices für 286 Millionen Euro zugestimmt und begann die Veräußerung seines Immobiliengeschäfts, dessen Bruttovermögenswerte (ausgenommen Verwaltungskosten) sich auf 1,18 Milliarden Euro im Jahr 2018 beliefen.



### Hotelaktivitäten

Am 21. Februar verkündete Accor den Launch eines neuen Kundenversprechens, das durch das „ALL Accor Live Limitless“-Programm verkörpert wird, womit Vertriebsplattformen mit einem neuen erlebnisorientierten Treueprogramm kombiniert werden. Die Gruppe verkündete in diesem Zusammenhang auch mehrere internationale Partnerschaften, unter anderem mit AED, IMG und dem Fußballverein Paris Saint-Germain. ALL wird der Hauptpartner und offizieller Trikotsponsor des Vereins in der nächsten Saison werden.

Am 4. März erweiterte Accor sein Markenportfolio erneut durch den Launch der Mittelklasse-Lifestyle-Marke Tribe.

Am 5. März wurde eine neue globale Lifestyle-Marke, The House of Originals, eingeführt.

Am 4. April verkündete Accor die Eröffnung von zwei Luxushotels in Indien, dem Raffles Jaipur und dem Raffles Udaipur. Dieser Schritt stellt eine neue Ausrichtung Accors in Indien dar, wobei der Fokus verstärkt auf dem Luxus- und Premiumsegment liegt.

Am 20. Juni verkündete Accor eine Partnerschaft mit der Air France-KLM-Gruppe im Rahmen seines Treueprogramms, welche Flying Blue und Le Club AccorHotels Mitgliedern ermöglicht, gleichzeitig Meilen und Punkte zu sammeln. Die beiden Unternehmen bieten ihren Treuekunden damit als Erste in Europas Reisebranche ein duales Prämiensystem.

### Bevorstehende Ereignisse in 2019

17. Oktober 2019: Veröffentlichung der Ergebnisse des 3. Quartals 2019

### Weitere Informationen

Der Aufsichtsrat traf sich am 31. Juli 2019 und überprüfte den Finanzbericht der letzten sechs Monate bis 30. Juni 2019. Die konsolidierten Finanzberichte wurden von den Auditoren überprüft und ihr Bericht wird erfolgen. Die konsolidierten Finanzberichte und Anhänge zu dieser Pressemitteilung stehen auf der Website [www.accor.com](http://www.accor.com) zur Verfügung.



### ÜBER ACCOR

Accor ist eine weltweit führende Unternehmensgruppe für Augmented Hospitality, die einzigartige und besondere Erlebnisse in 4.900 Hotels und Residenzen in 110 Ländern bietet. Mit einem einmaligen Portfolio mit Marken von Luxury bis Economy bietet Accor seit mehr als 50 Jahren Sachwissen und Fachverstand.

Accor bietet neben Unterkünften mit Marken in den Bereichen F&B, Nachtleben, Wellness und Co-Working auch neue Lebenswelten für die Arbeit, den Urlaub und zu Hause. Um die Geschäftsleistung weiter voranzutreiben, stärkt Accors Portfolio an Geschäftsbeschleunigern 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.

### Pressekontakte

**Anne Wahl**

Regional Communications  
Central Europe  
T. +49 89 630 02 563  
[newsCE@accor.com](mailto:newsCE@accor.com)

**Marie Schwab**

Regional Communications  
Central Europe  
T. +49 89 630 02 523  
[newsCE@accor.com](mailto:newsCE@accor.com)

**Elisabeth Leeb-Kröll**

Press Service Ketchum Publico  
T. +43 664 808 69 113  
[elisabeth.leeb@ketchum.at](mailto:elisabeth.leeb@ketchum.at)

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 \ SWISSÖTEL \ ANGSANA \ 25HOURS \ HYDE \ MÖVENPICK  
GRAND MERCURE \ PEPPERS \ THE SEBEL \ MANTRA \ NOVOTEL \ MERCURE  
ADAGIO \ MAMA SHELTER \ TRIBE \ BREAKFREE \ IBIS \ IBIS STYLES  
IBIS BUDGET \ GREET \ JO&JOE \ HOTELFI

## Netto RevPAR pro Segment – H1 2019

H1 2019	Occupancy rate		Average room rate		RevPAR	
	%	chg pts LFL	€	chg % LFL	€	chg % LFL
Luxury & Premium	70.0	+1.8	165	+4.2	115	+6.9
Midscale	69.2	+0.7	96	+2.7	66	+3.8
Economy	70.0	+0.7	65	+3.0	46	+4.0
<b>Europe</b>	<b>69.6</b>	<b>+0.8</b>	<b>85</b>	<b>+3.2</b>	<b>59</b>	<b>+4.4</b>
Luxury & Premium	64.5	+0.2	114	-0.3	73	+0.1
Midscale	69.0	-0.2	81	+0.2	56	-0.1
Economy	70.9	-0.5	44	-0.1	31	-0.8
<b>Asia-Pacific</b>	<b>67.9</b>	<b>-0.1</b>	<b>81</b>	<b>-0.0</b>	<b>55</b>	<b>-0.2</b>
Luxury & Premium	65.1	+3.6	152	-2.9	99	+2.5
Midscale	66.9	+1.1	70	-5.1	47	-3.6
Economy	63.1	-1.6	56	-3.4	35	-5.9
<b>Middle East &amp; Africa</b>	<b>64.6</b>	<b>+1.9</b>	<b>119</b>	<b>-1.9</b>	<b>77</b>	<b>+1.0</b>
Luxury & Premium	71.8	+0.2	230	+0.6	165	+0.9
Midscale	75.8	+2.3	136	+0.8	103	+3.8
Economy	60.3	-4.2	42	+2.2	25	-4.2
<b>North America, Central America &amp; the Caribbean</b>	<b>71.3</b>	<b>-0.0</b>	<b>204</b>	<b>+0.9</b>	<b>145</b>	<b>+0.8</b>
Luxury & Premium	56.7	+1.3	118	+11.1	67	+13.9
Midscale	58.1	+2.7	66	+9.5	39	+14.8
Economy	54.5	+2.6	43	+8.3	23	+13.7
<b>South America</b>	<b>55.7</b>	<b>+2.5</b>	<b>57</b>	<b>+8.7</b>	<b>32</b>	<b>+13.8</b>
<b>Luxury &amp; Premium</b>	<b>66.5</b>	<b>+1.1</b>	<b>151</b>	<b>+0.8</b>	<b>100</b>	<b>+2.5</b>
<b>Midscale</b>	<b>68.4</b>	<b>+0.6</b>	<b>89</b>	<b>+2.0</b>	<b>61</b>	<b>+2.9</b>
<b>Economy</b>	<b>67.8</b>	<b>+0.6</b>	<b>58</b>	<b>+2.7</b>	<b>39</b>	<b>+3.6</b>
<b>Total</b>	<b>67.6</b>	<b>+0.7</b>	<b>91</b>	<b>+1.8</b>	<b>62</b>	<b>+2.9</b>

## Netto RevPAR pro Segment – Q2 2019

Q2 2019	Occupancy rate		Average room rate		RevPAR	
	%	chg pts LFL	€	chg % LFL	€	chg % LFL
Luxury & Premium	75.9	+1.6	177	+5.2	134	+7.4
Midscale	75.7	+1.2	100	+2.8	76	+4.5
Economy	76.2	+1.1	68	+3.4	52	+4.9
<b>Europe</b>	<b>75.9</b>	<b>+1.2</b>	<b>90</b>	<b>+3.5</b>	<b>68</b>	<b>+5.1</b>
Luxury & Premium	63.8	+0.1	108	+0.3	69	+0.5
Midscale	69.2	+0.0	78	+0.4	54	+0.4
Economy	71.3	-0.7	42	-0.2	30	-1.1
<b>Asia-Pacific</b>	<b>67.8</b>	<b>-0.1</b>	<b>78</b>	<b>+0.3</b>	<b>53</b>	<b>+0.3</b>
Luxury & Premium	62.9	+3.6	166	-1.8	104	+3.8
Midscale	63.4	+1.1	65	-4.8	41	-3.2
Economy	59.2	-0.4	51	-4.1	30	-4.8
<b>Middle East &amp; Africa</b>	<b>62.0</b>	<b>+2.2</b>	<b>127</b>	<b>-1.1</b>	<b>79</b>	<b>+2.5</b>
Luxury & Premium	76.9	+1.2	230	+1.7	177	+3.4
Midscale	78.1	+2.6	143	+0.7	111	+4.1
Economy	60.8	-3.8	43	+2.5	26	-3.2
<b>North America, Central America &amp; the Caribbean</b>	<b>75.6</b>	<b>+0.9</b>	<b>205</b>	<b>+1.9</b>	<b>155</b>	<b>+3.1</b>
Luxury & Premium	55.1	+0.8	113	+13.0	62	+14.7
Midscale	58.4	+2.9	66	+12.4	39	+18.4
Economy	54.8	+3.4	42	+9.7	23	+16.9
<b>South America</b>	<b>55.8</b>	<b>+3.0</b>	<b>56</b>	<b>+10.4</b>	<b>31</b>	<b>+16.7</b>
<b>Luxury &amp; Premium</b>	<b>67.4</b>	<b>+1.2</b>	<b>155</b>	<b>+2.1</b>	<b>105</b>	<b>+3.9</b>
<b>Midscale</b>	<b>71.9</b>	<b>+1.0</b>	<b>90</b>	<b>+2.3</b>	<b>65</b>	<b>+3.7</b>
<b>Economy</b>	<b>71.7</b>	<b>+0.9</b>	<b>60</b>	<b>+3.2</b>	<b>43</b>	<b>+4.6</b>
<b>Total</b>	<b>70.6</b>	<b>+1.1</b>	<b>93</b>	<b>+2.4</b>	<b>66</b>	<b>+4.0</b>



## Hotelbasis – 30. Juni 2019

2019	Hotel assets		Managed		Franchised		Total	
	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms
Luxury & Premium	22	6,021	101	18,787	59	11,000	182	35,808
Midscale	58	10,940	318	50,927	568	60,908	944	122,775
Economy	55	8,498	596	76,249	1,197	93,447	1,848	178,194
<b>Europe</b>	<b>135</b>	<b>25,459</b>	<b>1,015</b>	<b>145,963</b>	<b>1,824</b>	<b>165,355</b>	<b>2,974</b>	<b>336,777</b>
Luxury & Premium	11	2,316	256	62,010	61	9,865	328	74,191
Midscale	26	4,201	271	63,527	110	16,792	407	84,520
Economy	2	350	196	35,890	203	24,664	401	60,904
<b>Asia-Pacific</b>	<b>39</b>	<b>6,867</b>	<b>723</b>	<b>161,427</b>	<b>374</b>	<b>51,321</b>	<b>1,136</b>	<b>219,615</b>
Luxury & Premium	2	525	148	37,034	6	956	156	38,515
Midscale	2	235	52	10,339	9	2,015	63	12,589
Economy	5	826	50	9,129	3	530	58	10,485
<b>Middle East &amp; Africa</b>	<b>9</b>	<b>1,586</b>	<b>250</b>	<b>56,502</b>	<b>18</b>	<b>3,501</b>	<b>277</b>	<b>61,589</b>
Luxury & Premium	0	0	71	27,000	10	4,718	81	31,718
Midscale	0	0	6	2,641	8	1,725	14	4,366
Economy	0	0	21	2,775	3	377	24	3,152
<b>North America, Central America &amp; the Caribbean</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>98</b>	<b>32,416</b>	<b>21</b>	<b>6,820</b>	<b>119</b>	<b>39,236</b>
Luxury & Premium	0	0	26	5,948	5	1,094	31	7,042
Midscale	13	2,205	80	11,290	13	1,651	106	15,146
Economy	49	9,908	82	13,664	118	14,337	249	37,909
<b>South America</b>	<b>62</b>	<b>12,113</b>	<b>188</b>	<b>30,902</b>	<b>136</b>	<b>17,082</b>	<b>386</b>	<b>60,097</b>
<b>Luxury &amp; Premium</b>	<b>35</b>	<b>8,862</b>	<b>602</b>	<b>150,779</b>	<b>141</b>	<b>27,633</b>	<b>778</b>	<b>187,274</b>
<b>Midscale</b>	<b>99</b>	<b>17,581</b>	<b>727</b>	<b>138,724</b>	<b>708</b>	<b>83,091</b>	<b>1,534</b>	<b>239,396</b>
<b>Economy</b>	<b>111</b>	<b>19,582</b>	<b>945</b>	<b>137,707</b>	<b>1,524</b>	<b>133,355</b>	<b>2,580</b>	<b>290,644</b>
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>46,025</b>	<b>2,274</b>	<b>427,210</b>	<b>2,373</b>	<b>244,079</b>	<b>4,892</b>	<b>717,314</b>