



PRESSEMITTEILUNG

21. Februar 2020

2019: Starke Ergebnisse und erfolgreiche Transformation

**UMSATZ UM 16 % AUF 4.049 MILLIONEN EURO GESTEIGERT (+3,8 % LFL)
EBITDA UM 14,8 % AUF 825 MILLIONEN EURO GESTEIGERT (+5,9 % LFL)
WIEDERKEHRENDER FREIER CASHFLOW VON 434 MILLIONEN EURO
NETTOERGEBNIS, KONZERNANTEIL VON 464 MILLIONEN EURO
NEU: 327 HOTELS UND 45.108 ZIMMER**

**AKTIENRÜCKKAUFPROGRAMM: 600 MILLIONEN EURO IM JAHR 2020 UND
400 MILLIONEN EURO IM JAHR 2021**

Sébastien Bazin, Vorsitzender und CEO von Accor, sagt:

„Die Gruppe hat im Geschäftsjahr 2019 wieder eine Rekordleistung erbracht. Dies ist vor einem schwierigen makroökonomischen Hintergrund und angesichts unserer erfolgreichen Transformation und dem gleichzeitigen Wachstum noch herausragender. Heute ist Accor vielfältiger denn je und eine vollwertige Asset-Light-Gruppe. Auch in Zukunft werden wir die Umsetzung unserer Strategie fortführen und uns dabei auf unseren Fahrplan und die Wertschöpfung für die Aktionäre konzentrieren. Während dieser herausfordernden Zeiten für China sind unsere Gedanken beim chinesischen Volk, unseren Teams, unseren Kunden und unseren Partnern vor Ort. Bei der aktiven Bewältigung der Situation in der Region konzentrieren wir uns auf die Grundlagen, die den Eckpfeiler unseres Geschäftsmodells bilden: die Exzellenz unserer 300.000 Mitarbeiter, unsere starken Marken, unsere leistungsstarken Vertriebsinstrumente und Treueprogramme, unsere konsolidierte Führungsposition in Regionen mit hohem Potenzial und unsere äußerst robuste Finanzlage. Durch die Nutzung dieser Assets sind wir zuversichtlich, dass wir unsere Wachstumsziele verfolgen und nachhaltige Renditen für unsere Aktionäre erzielen können.“

Die Ergebnisse für das Gesamtjahr 2019 bestätigen die Stärke des Asset-Light-Modells. Das Unternehmen hat seine Ziele trotz des unsicheren Umfelds erreicht. Nachdem Accor im Berichtszeitraum die Rekordzahl von 45.108 Zimmern (327 Hotels) auf organischer Basis hinzugefügt wurden, einschließlich 12.954 Zimmer (65 Hotels) im Luxussegment, verfügte Accor am 31. Dezember 2019 über ein Portfolio von 739.537 Zimmern (5.036 Hotels) und eine Pipeline von 208.000 Zimmern (1.206 Hotels), davon 76 % in Schwellenländern.

Starkes Wachstum beim konsolidierten Umsatz

Der konsolidierte Umsatz belief sich im Gesamtjahr 2019 auf **4.049 Millionen Euro**, ein Plus von **3,8 % auf Like-for-like-Basis (LFL) und 16 % wie ausgewiesen** im Vergleich zum Gesamtjahr 2018.

In € millions	2018 ⁽¹⁾	2019	Change (as reported)	Change (LFL) ⁽²⁾
HotelServices	2,644	2,894	+9.5%	+4.6%
Hotel Assets	751	1,077	+43.4%	+2.9%
New Businesses	149	159	+7.2%	+3.8%
Holding & Intercos	(54)	(81)	N/A	N/A
TOTAL	3,490	4,049	+16.0%	+3.8%

(1) Proforma financial information.

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

Der ausgewiesene Umsatz für den Zeitraum wurde von folgenden Faktoren beeinflusst:

- **Veränderungen im Konsolidierungskreis** (Übernahmen und Veräußerungen) wirkten sich mit 380 Millionen Euro (+10,9 %) positiv aus, insbesondere dank der Beiträge von Mantra und Mövenpick.
- **Währungseffekte**, die hauptsächlich mit dem US-Dollar in Verbindung stehen (50 Millionen Euro) wirkten sich mit 48 Millionen Euro (+1,4 %) positiv aus.

Umsatz von HotelServices

HotelServices weist ein **Geschäftsvolumen von 22 Milliarden Euro** aus, im Vergleich zu 20 Milliarden Euro im Jahr 2018, und einen **Umsatz von 2.894 Millionen Euro, ein Plus von 4,6 % auf Like-for-like-Basis**. Dies spiegelt die Widerstandsfähigkeit wider, die durch die geographische und segmentierte Diversifizierung der Geschäftsbereiche und durch die Erweiterung des Hotelnetzes erzeugt wird.

Der Umsatz von Management & Franchise (M&F) verzeichnete ein Wachstum von 3,8 % auf Like-for-like-Basis auf **1.026 Millionen Euro**, das die Entwicklung der Gruppe in all ihren Märkten widerspiegelt.

In € millions	2018 ⁽¹⁾	2019	Change (LFL) ⁽²⁾
Europe	519	525	+4.0%
Asia-Pacific	212	214	+2.3%
Middle East & Africa	81	107	+5.3%
North America, Central America & the Caribbean	133	132	+1.5%
South America	44	49	+13.0%
TOTAL	990	1,026	+3.8%

(1) Proforma financial information.

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

Der konsolidierte RevPAR stieg während dieser Periode insgesamt um 1,7 %.

Der M&F-Umsatz in **Europa** stieg deutlich an (+4,0 % auf Like-for-Like-Basis), unterstützt durch ein RevPAR-Wachstum von 2,6 % über alle Segmente.

- In **Frankreich** stieg der RevPAR auf Like-for-Like-Basis um 2,6 %. Die starke erste Jahreshälfte, wurde durch Ereignisse wie die Paris Air Show und die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft belebt und durch ein schwächeres Jahresende ausgeglichen. Die Region Paris (RevPAR +1,6 % im Gesamtjahr 2019) litt unter dem Fehlen einiger wichtiger Kongresse (Autoshow, SIAL, ...) und den Streiks, die sich im vierten Quartal auf die Unternehmenskunden auswirkten, während sich die Regionalstädte widerstandsfähiger zeigten (+3,3 %);
- Das Wachstum des RevPAR blieb **im Vereinigten Königreich** stabil (+0,2 %), wobei London und die Regionalstädte nach wie vor sehr unterschiedliche Entwicklungen verzeichneten. Der Anstieg des RevPAR in London (+2,0 %) spiegelt den nach wie vor dynamischen inländischen Tourismusmarkt wider und glich den Rückgang des RevPAR in den Regionalstädten (-1,7 %) aufgrund der schwachen Unternehmensnachfrage aus;
- In **Deutschland** stieg der RevPAR um 1,4 %. Das Wachstum des RevPAR hat sich im vierten Quartal beschleunigt, was erwartungsgemäß auf einen vorteilhaften Messekalender zurückzuführen ist.



Der M&F-Umsatz in der Region **Asien-Pazifik** stieg um 2,3 % trotz eines leicht negativen RevPARs für das Gesamtjahr 2019 (-0,9 %). Der Trend hat sich im vierten Quartal weiter verschlechtert (-1,9 %).

- Der RevPAR in **China** verzeichnete im Jahresverlauf einen Rückgang um 6,1 %. Während die Inlandsnachfrage stark blieb, führten die Handelsspannungen zwischen China und den Vereinigten Staaten in Verbindung mit den Unruhen in Hongkong zu einer weiteren Verschlechterung der Marktbedingungen. Dies hatte erheblichen Einfluss auf das Geschäft;
- In **Australien** war das RevPAR-Wachstum mit minus 0,8 % leicht negativ. Der Rückgang des Tourismus aus China wirkte sich auf die Nachfrage aus, und die großen Buschbrände, die im Land ausbrachen, zeigten am Ende des Jahres negative Konsequenzen.

Der M&F-Umsatz im **Nahen Osten & Afrika** stieg um 5,3 %, trotz eines moderaten RevPAR-Wachstums von 0,9 %. Dieser starke Anstieg des Umsatzes ist auf den Ausbau des Netzwerks in der Region und den Erhalt von Zahlungen wegen Vertragsbruch zurückzuführen.

Der M&F-Umsatz in **Nordamerika, Mittelamerika & Karibik** stiegen um 1,5 %, angetrieben durch ein 0,7 %iges RevPAR-Wachstum in der Region.

Schließlich verzeichnete **Südamerika** weiterhin ein starkes Wachstum, insbesondere in Brasilien, mit einem Umsatzplus von 13,0 %, bei gleichzeitigem Anstieg des RevPAR um 12,3 %.

Der Umsatz für **Services to Owners**, der die Bereiche Vertrieb, Marketing, Distribution und Loyalität sowie unternehmensweite Dienstleistungen und die Rückzahlung von Hotelpersonalkosten umfasst, belief sich auf 1.867 Millionen Euro im Vergleich zu 1.654 Millionen Euro im Gesamtjahr 2018.

Umsatz für Hotel Assets & Other

Die Erträge aus dem Bereich **Hotel Assets & Other** stiegen um 2,9 % auf Like-for-like-Basis auf 1.077 Millionen Euro. Der ausgewiesene Anstieg von 43,4 % spiegelt insbesondere die Konsolidierung von Mantra im Mai 2018 und Mövenpick im September des gleichen Jahres wider. Nach der Umgliederung des Immobilienbereichs von Orbis in die Kategorie „Zur Veräußerung gehaltene Assets“ gemäß IFRS 5 wird dieses Segment hauptsächlich von der Region Asien-Pazifik getragen.

Ohne Orbis und dem von Mövenpick gepachteten Hotelportfolio umfasst die Hotelbasis der Division am 31. Dezember 2019 163 Hotels und 29.417 Zimmer.

Umsatz in neuen Geschäftsbereichen

Neue Geschäftsbereiche (Concierge-Services, Vermietung von Luxusimmobilien, private Verkäufe von Luxushotelübernachtungen und digitale Dienstleistungen für Hotels) erwirtschafteten Ende Dezember 2019 einen Umsatz von 159 Millionen Euro, ein Plus von 3,8 % auf Like-for-like-Basis. Der ausgewiesene Anstieg um 7,2 % spiegelt die Akquisitionen von ResDiary und Adoria im April und Juni 2018 wider.

Beeinträchtigung der Leistung von Asien-Pazifik durch Mantra

Die verschiedenen Immobilienverkäufe von Accor in Verbindung mit dem starken organischen Systemwachstum in der Region und der Übernahme von Mantra im Mai 2018 führten dazu, dass die konsolidierten Einnahmen mit 33 % der Einnahmen (ohne Rückerstattungskosten) stark vom asiatisch-pazifischen Raum abhängen.

Dieser Anstieg des Umsatzes im asiatisch-pazifischen Raum geht einher mit einer relativ starken Gewichtung der Hotel Assets verglichen mit den anderen Regionen. Diese Unternehmen sind von Natur aus abhängiger von wirtschaftlichen Bedingungen. Diese Anfälligkeit zeigte sich besonders deutlich bei Mantra im Jahr 2019, als das Unternehmen mit einem sich verschlechternden Umfeld in Australien zu kämpfen hatte, was zu einer Wertminderung in Höhe von 150 Millionen Euro führte.

Auch der asiatisch-pazifische Raum wird derzeit von der Gesundheitskrise im Zusammenhang mit dem Covid-19-Virus hart getroffen, dessen Auswirkungen global und nur schwer messbar sind. Accor wird bei der Präsentation der Geschäftszahlen weitere Informationen hierzu liefern.

EBITDA

Das **konsolidierte EBITDA** betrug am 31. Dezember 2019 825 Millionen Euro, ein Plus von 5,9 % auf Like-for-like-Basis und 14,8 % wie ausgewiesen im Vergleich zum Geschäftsjahr 2018. **Dies entspricht dem von der Gruppe im Oktober angekündigten Zielbereich von 820 bis 840 Millionen Euro.**

In € millions	2018 ⁽¹⁾	2019	Change (as reported)	Change (LFL) ⁽²⁾
HotelServices	724	741	+2.3%	+5.8%
Hotel Assets	154	216	+40.1%	(7.3)%
New Businesses	(20)	(2)	+90.4%	+88.8%
Holding & Intercos	(139)	(129)	N/A	N/A
TOTAL	719	825	+14.8%	+5.9%

(1) Proforma financial information.

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

Die EBITDA-Marge sank um 20 Bp auf **20,4 %**

In € millions	Hotel Services	New Businesses	Hotel Assets	Holding & Interco	ACCOR
Revenue 2019	2,894	159	1,077	(81)	4,049
EBITDA 2019	741	(2)	216	(129)	825
<i>EBITDA margin</i>	+25.6%	(1.2)%	+20.0%	N/A	+20.4%
Revenue 2018 ⁽¹⁾	2,644	149	751	(54)	3,490
EBITDA 2018 ⁽¹⁾	724	(20)	154	(139)	719
<i>EBITDA margin</i>	+27.4%	(13.6)%	+20.5%	N/A	+20.6%

⁽¹⁾ Proforma financial information.

HotelServices EBITDA nach Geschäftsbereich

Die EBITDA-Marge von HotelServices verringerte sich, aufgrund von Kosten im Zusammenhang mit dem im Februar 2019 eingeführten Marketinginvestitionsplan, um 180 Bp und ist unter Services to Owners ausgewiesen.

In € millions	M&F	Services to Owners	HotelServices
Revenue 2019	1,026	1,867	2,894
EBITDA 2019	765	(24)	741
<i>EBITDA margin</i>	+74.5%	(1.3)%	+25.6%
Revenue 2018 ⁽¹⁾	990	1,654	2,644
EBITDA 2018 ⁽¹⁾	667	57	724
<i>EBITDA margin</i>	+67.4%	+3.4%	+27.4%

⁽¹⁾ Proforma financial information.

Management & Franchise EBITDA nach Region

In € millions	2018 ⁽¹⁾	2019	Change (LFL) ⁽²⁾
Europe	390	416	+6.6%
Asia-Pacific	130	152	+8.9%
Middle East & Africa	52	82	+14.5%
North America, Central America & the Caribbean	79	92	+7.5%
South America	17	24	+21.4%
TOTAL	667	765	+8.3%

(1) Proforma financial information.

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

Der Geschäftsbereich **Management & Franchise** von **HotelServices** verzeichnete einen Anstieg des **EBITDA** um 8,3 % auf Like-for-like-Basis, welcher auf die Auflösungen von Rückstellungen in fast allen Regionen zurückzuführen ist. Bereinigt um diese Auswirkungen beträgt das Wachstum bei vergleichbarer Struktur 6,0 %. Wie auf dem Investorentag im November 2018 angekündigt, profitierte Europa (+6,6 %) von den Kosteneinsparungen, die durch den Umstrukturierungsplan für die Unternehmensfunktionen erzielt wurden.

Hotel Assets & Other EBITDA

EBITDA für Hotel Assets & Other betrug im Jahr 2019 216 Millionen Euro, eine deutliche Steigerung im Vergleich zu 154 Millionen Euro, die im Jahr 2018 erzielt wurden. Dieser erhebliche Anstieg ist hauptsächlich auf die Übernahme von Mantra und Mövenpick zurückzuführen. Die EBITDA-Marge für Hotel Assets betrug 20,0 %.

Auf Like-for-like-Basis spiegelte der Rückgang um 7,3 % die hohe Belastung dieses Bereichs im asiatisch-pazifischen Raum und insbesondere in Australien wider, wo das RevPAR-Wachstum negativ war. Der Operating Leverage in diesen Geschäftsbereichen erhöhte die Empfindlichkeit des EBITDA gegenüber den Marktbedingungen.

EBITDA für neue Geschäftsbereiche

Das EBITDA des Bereichs New Businesses verbesserte sich deutlich auf minus 2 Millionen Euro im Jahr 2019 von minus 20 Millionen Euro im Jahr 2018. Hier zeigen sich erste Ergebnisse der Strategie zur Restrukturierung und Zusammenführung der Geschäftsbereiche Onefinestay und John Paul. Wie erwartet erreichte das EBITDA im vierten Quartal 2019 die Gewinnschwelle.

Nettogewinn

In € millions	2018 ⁽¹⁾	2019	Change (as reported)	Change (LFL) ⁽²⁾
Revenue	3,490	4,049	+16.0%	+3.8%
EBITDA	719	825	+14.8%	+5.9%
EBITDA margin	20.6%	20.4%	(0.2) pts	+0.4pts
EBIT	516	497		
Operating profit	(163)	678		
Net profit/(loss) before profit from discontinued operations	(41)	447		
Profit from discontinued operations	2,274	17		
Net profit, Group share	2,233	464		

(1) Proforma financial information.

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

Der Reingewinn im Gesamtjahr 2019 verbesserte sich aus dem fortgeführten Geschäft erheblich und lag bei 447 Millionen Euro. Er wurde durch die Verbuchung eines bedeutenden Kapitalgewinns in Höhe von 301 Millionen Euro im Zusammenhang mit der Veräußerung von etwa 5 % des Kapitals von Huazhu untermauert, der die Wertminderung von 150 Millionen Euro für Mantra ausglich. Das Nettoergebnis des Konzernanteils lag bei 464 Millionen Euro. Im gleichen Zeitraum im Jahr 2018 führte die Veräußerung von 65 % des Kapitals von AccorInvest zur Verbuchung eines Kapitalgewinns von 2,4 Milliarden Euro.

Solider wiederkehrender freier Cash-Flow und eine gesunde Finanzlage

In € millions	2018 ⁽¹⁾	2019
EBITDA	719	825
Cost of net debt	(59)	(73)
Income tax paid	(121)	(122)
Payment of lease liabilities	(84)	(137)
Non-cash revenue and expenses included in EBITDA and other	88	104
Funds from operations excluding non-recurring items	543	597
Recurring renovation/maintenance and development expenditure	(106)	(161)
Change in working capital and contract assets	30	(2)
Recurring free cash flow	467	434
Cash conversion rate⁽²⁾	83%	77%

(1) Proforma financial information.

(2) (EBITDA - recurring expenditure - payment of lease liabilities) / (EBITDA - payment of lease liabilities)

Der wiederkehrende freie Cashflow betrug am 31. Dezember 2019 434 Millionen Euro, das entspricht einer Cash-Conversion-Rate von 77 %.

Die **wiederkehrenden Ausgaben** – einschließlich der Provisionen, die von HotelServices für die Entwicklung und die Digital- und IT-Investitionen gezahlt wurden, sowie die Wartungsausgaben für die verbleibenden eigenen und gepachteten Hotels – beliefen sich 2019 auf 161 Millionen Euro, gegenüber 106 Millionen Euro in der Vorjahresperiode.

Die **Nettoverschuldung** belief sich zum 31. Dezember 2019 auf 1.333 Millionen Euro, ein Anstieg von 180 Millionen Euro gegenüber dem 31. Dezember 2018, der im Wesentlichen auf die Bilanzierung von Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 978 Millionen Euro zurückzuführen ist. Ausgeglichen wurde dies durch den Verkauf eines 5,2%igen Anteils von AccorInvest (199 Euro Millionen) und eines Anteils von 5 % an Huazhu (398 Millionen Euro) sowie die Sale-and-Management-Back-Transaktion im Zusammenhang mit den von Mövenpick geleasteten Hotels (430 Millionen Euro).

Im Januar 2019 platzierte Accor erfolgreich zwei Anleihen: eine vorrangige Anleihe in Höhe von 600 Millionen Euro mit einer Laufzeit bis 2026 und einem Zinsschein von 1,75 % sowie eine ewige Hybridanleihe in Höhe von 500 Millionen Euro mit einem Zinsschein von 4,38 % und einem ersten Kündigungstermin im Jahr 2024. Diese Transaktionen ermöglichten die vorzeitige Rückzahlung einer Anleihe in Höhe von 350 Millionen Euro mit einer Laufzeit bis 2021 und einem



Zinsschein von 2,63 % sowie die Rückzahlung der unbefristeten Hybridanleihe in Höhe von 386 Millionen Euro mit einem ersten Kündigungsdatum im Jahr 2020.

Im Oktober 2019 hat Accor sein Hybridkapital durch die Platzierung einer neuen unbefristeten Hybridanleihe über 500 Millionen Euro mit einem Zinsschein von 2,63 % und einem ersten Kündigungstermin im Jahr 2025 weiter optimiert. Diese Transaktion ermöglichte es Accor, die Rückzahlung von 386 Millionen Euro für die unbefristete Hybridanleihe mit einem ersten Kündigungstermin im Jahr 2020 zu finanzieren. Nach dieser zweiten Rückzahlung hatte Accor insgesamt 85,7 % des Betrags der 2014 ursprünglich ausgegebenen Hybridanleihe zurückgezahlt.

Diese Serie von Transaktionen zur Verwaltung von Verbindlichkeiten senkte die durchschnittlichen Kosten der Schulden der Gruppe auf 1,8 % und brachte die durchschnittliche Laufzeit auf ein komfortables Niveau von 3,7 Jahren zum 31. Dezember 2019.

Dividenden

Aufgrund der Ergebnisse des Jahres 2019 und Empfehlung des Vorstands wird Accor bei der Jahreshauptversammlung der Aktionäre am 30. April 2020 die Zahlung einer Dividende von 1,05 Euro pro Aktie vorschlagen, mit der Möglichkeit, diese vollständig in bar oder vollständig in Aktien mit einem Abschlag von 5 % auszuzahlen.

Zusätzlich zu dem bereits am 20. Januar 2020 gestarteten Aktienrückkaufprogramm in Höhe von 300 Millionen Euro werden zwei neue Aktienrückkaufprogramme für 300 Millionen Euro im Jahr 2020 und 400 Millionen Euro im Jahr 2021 aufgelegt. Darüber hinaus plant die Gruppe, zusätzlich zu ihrer Politik der Ausschüttung von ordentlichen Dividenden eine Politik der Aktionärsrendite beizubehalten.

Ereignisse im Jahr 2019

Finanzierung

Im Januar 2019 hat Accor zwei Operationen von Liability management erfolgreich abgeschlossen:

- Am 24. Januar gab Accor zwei Anleihen im Wert von 1,1 Milliarden Euro aus:
 - eine unbefristete Hybridanleihe von 500 Millionen Euro mit einem Zinscoupon von 4,38 %;
 - eine vorrangige Anleihe in Höhe von 600 Millionen Euro mit 7 Jahren Laufzeit und einem Zinscoupon von 1,75 %.

Beide Transaktionen waren rund sechsmal 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 zwei Übernahmeangebote erfolgreich ab und zahlte zwei Anleihen, darunter eine unbefristete Hybridanleihe (4,12 % Zinscoupon) und einen Senior-Bond mit einer Laufzeit bis 2021 (2,63 % Zinscoupon), in Höhe von insgesamt 736 Millionen Euro teilweise zurück:
 - 386 Millionen Euro auf die unbefristete Hybridanleihe (900 Millionen Euro Anleihe im Juni 2014);
 - 350 Millionen Euro auf die Anleihen mit Laufzeit bis 2021.

Am 25. Februar richtete Accor mit Negotiable European Commercial Paper (NEU CP) ein Programm im Umfang von 500 Millionen Euro ein. Mit diesem Programm hat Accor seine Finanzierungsquellen diversifiziert und gleichzeitig seine durchschnittlichen Fremdkapitalkosten optimiert.

Im Oktober 2019 hat Accor sein Hybridkapital weiter optimiert:

- Am 23. Oktober platzierte Accor erfolgreich eine unbefristete Hybridanleihe über 500 Millionen Euro mit einem Zinscoupon in der Höhe von 2,625 %. Die sechsmalige Überzeichnung spiegelt das wiedergewonnene Vertrauen der Investoren wider;
- Am 30. Oktober gab Accor bekannt, dass sie die Refinanzierung des Hybridkapitals mit einem erfolgreichen Übernahmeangebot für eine immerwährende Hybridanleihe (4,12 % Zinscoupon) in der Höhe von 386 Millionen Euro abgeschlossen haben. Nach dieser zweiten Rückzahlung hatte Accor insgesamt 85,7 % des Betrags der 2014 ursprünglich ausgegebenen Hybridanleihe zurückgezahlt.

Transformation zum Asset-Light-Geschäftsmodell abgeschlossen

Am 23. Januar bestätigte Accor den Erwerb von 33,15 % der Anteile an Orbis für rund 339 Millionen Euro. Accor besitzt nun Anteile von 85,84% am Aktienkapital von Orbis. Infolgedessen verstärkte Accor seine Kontrolle über Orbis und festigte seine Führungsposition in Osteuropa. Accor unterzeichnete zudem eine Kooperationsvereinbarung, zur gemeinsamen Ausarbeitung von Strukturierungsoptionen.

Am 12. Juni kündigte Accor erhebliche Fortschritte beim Orbis-Veräußerungsprozess an. Accor übernahm das Hotel-Service-Geschäft von Orbis für 286 Millionen Euro und leitet den Prozess der Veräußerung seiner Immobilienaktivitäten, deren Bruttovermögenswert (ohne Firmengemeinkosten) Ende 2018 bei 1,18 Milliarden Euro lag, ein.

Am 18. November gab Accor eine Vereinbarung über den Verkauf einer Beteiligung von 5,2% an AccorInvest – an mehrere bestehende Aktionäre des Unternehmens – für ca. 200 Millionen Euro bekannt.



Am 5. Dezember verkündete Accor, dass eine endgültige Vereinbarung über den Verkauf von etwa 5 % der Anteile an der Huazhu Group Limited für 451 Millionen Dollar beschlossen werden konnte.

Am 16. Dezember kündigte Accor zwei neue Transaktionen und eine zusätzliche Rendite für die Aktionäre an:

- Eine verbindliche Vereinbarung zum Verkauf der 85,8 %-Beteiligung an Orbis, die einem Erlös von 1,06 Milliarden Euro entspricht, entsprechend dem Bruttovermögenswert von Orbis;
- Eine Transaktion zur Umstrukturierung des gepachteten Hotelportfolios von Mövenpick durch eine Sale-and-Management-Back-Vereinbarung, wodurch die konsolidierten Schulden von Accor um 430 Millionen Euro reduziert wurden.

Accor steigerte damit seine Finanzkraft weiter und kündigte eine Rendite von 1,0 Milliarden Euro an die Aktionäre an, die in den nächsten 24 Monaten ausgezahlt werden soll.

Hotelaktivitäten

Am 21. Februar verkündete Accor die Einführung eines neuen Kundenversprechens, das durch das „ALL Accor Live Limitless“-Programm verkörpert wird, womit Vertriebsplattformen mit einem neuen erlebnisorientierten Treueprogramm kombiniert werden. In diesem Zusammenhang kündigte die Gruppe auch mehrere internationale Partnerschaften an, insbesondere mit AEG, IMG und dem Fußballclub Paris Saint-Germain. ALL wird ab der Saison 2019/2020 Hauptpartner und offizieller Trikot-Sponsor des Clubs sein.

Am 4. März erweiterte Accor sein Markenportfolio durch den Launch seiner neuen Lifestyle-Marke im mittleren Preissegment, TRIBE.

Am 5. März startete sbe eine neue globale Lifestyle-Marke: The House of Originals.

Am 4. April verkündete Accor die Eröffnung von zwei luxuriösen Hotels in Indien, das Raffles Jaipur und das Raffles Udaipur. Dieser Schritt signalisiert eine neue Ausrichtung für Accor in diesem Land, mit einem stärkeren Fokus auf Luxus- und Premiummarken.

Am 20. Juni verstärkten Accor und Air France-KLM ihre Partnerschaft bei den Treueprogrammen, so dass Mitglieder der Treueprogramme Flying Blue und ALL gleichzeitig Meilen und Punkte sammeln können.

Am 6. November schlossen Accor und Alibaba eine strategische Partnerschaft ab, um von digitalen Anwendungen und Treueprogrammen zu entwickeln, die das Erlebnis für Verbraucher und Reisende verbessern.



Weitere Informationen

Am 2. September verkündete Accor die Einführung eines neuen internationalen Mitarbeiterbeteiligungsplans in 12 Ländern.

Am 4. Oktober kündigte Accor die Wiederaufnahme des Liquiditätsvertrags mit Rothschild Martin Maurel, der am 27. Juli 2018 unterbrochen worden war, an.

Am 12. Dezember beschloss der Vorstand der Accor-Gruppe, die erneute Ernennung von Sébastien Bazin als Präsident und CEO für eine dreijährige Amtszeit.



Folgende Ereignisse

Am 20. Januar 2020 schloss Accor eine Vereinbarung mit einem Wertpapierdienstleister über einen Aktienrückkauf in Höhe von 300 Millionen Euro ab.

Am 22. Januar 2020 bündelten Accor und Sabre ihre Kräfte, um die erste einheitliche Technologieplattform für das Gastgewerbe zu schaffen.

Am 18. Februar 2020 verkündete Accor, die globale Partnerschaft mit Visa, dem weltweit führenden Unternehmen für digitale Zahlungen, um den Mitgliedern des Bonusprogramms ALL-Accor Live Limitless neue Zahlungserfahrungen zu bieten.

Bevorstehende Ereignisse für 2020

22. April 2020: Veröffentlichung der Umsatzzahlen des ersten Quartals 2020.



ÜBER ACCOR

Accor ist eine weltweit führende Unternehmensgruppe für Augmented Hospitality, die einzigartige Erlebnisse in mehr als 5.000 Hotels und Apartmentanlagen in 110 Ländern bietet. Die Gruppe verfügt seit mehr als 50 Jahren über Hospitality-Know-how und damit einhergehend, ein unvergleichliches Portfolio mit 39 Hotelmarken von Luxus bis Economy. Darüber hinaus bietet die Gruppe digitale Lösungen, die den Vertrieb maximieren, den Hotelbetrieb optimieren und das Kundenerlebnis bereichern.

Mit ALL - Accor Live Limitless, dem neuen täglichen Lifestyle-Begleiter, erweitert sich das Verhältnis zwischen der Gruppe und ihren Kunden, Mitgliedern und Partnern von einer geschäftlichen zu einer emotionalen Beziehung, die das volle Potenzial von „Live“, „Work“ und „Play“ enthüllt. ALL eröffnet, weit über Unterkünfte hinaus, neue Wege zum Leben, Arbeiten und Spielen, indem F&B, Nachtleben, Wellness und Co-Working miteinander verbunden werden.

Accor engagiert sich für eine nachhaltige Wertschöpfung und spielt eine aktive Rolle im Bereich der ökologischen und sozialen Verantwortung – über das Programm Planet 21 – Acting Here sowie dem Stiftungsfonds Accor Solidarity, der benachteiligten Menschen durch Bildungsangebote Zugang zu Arbeitsplätzen ermöglicht.

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 group.accor.com oder folgen Sie uns auf [Twitter](#) und [Facebook](#).

ÜBER ALL

ALL – Accor Live Limitless ist der neue Lifestyle Companion. ALL bietet seinen aktivsten Mitgliedern auf der ganzen Welt Vorteile, Prämien und einzigartige Erfahrungen, egal ob sie bei der Arbeit sind oder ihre Freizeit genießen. Eine Vielzahl neuer Dienstleistungen bereichert den Alltag der Mitglieder des Programms, nicht zuletzt in Bezug auf Unterhaltung, Wohlbefinden, Sport, Coworking und Mobilität.

Mit ALL bietet Accor mehr als nur einen reinen Hotelaufenthalt, indem es neue Dienstleistungen und neue Möglichkeiten bietet, maßgeschneiderte Erlebnisse zu erfahren. Die Augmented Hospitality-Strategie der Gruppe wird durch die Erweiterung der Kontaktpunkte zu den Kunden durch ein Netzwerk von mehr als 5.000 Hotels und 50 Marken mit neuem Leben erfüllt.

Pressekontakte

Anne Wahl
Regional Communications
Central Europe
T. +49 89 63 002 563
newsCE@accor.com

Marie Schwab
Regional Communications
Central Europe
T. +49 89 630 02 523
newsCE@accor.com

Elisabeth Leeb-Kröll
Press Service Ketchum Publico
T. +43 664 808 69 113
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 \ SWISSÔTEL \ 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

RevPAR excluding tax by segment – 2019

2019	Occupancy rate		Average room rate		RevPAR	
	%	chg pts LFL	€	chg % LFL	€	chg % LFL
Luxury & Premium	71.9	+1.1	166	+1.6	119	+3.1
Midscale	71.5	+0.4	96	+1.7	69	+2.2
Economy	71.8	+0.3	66	+2.4	47	+2.9
Europe	71.6	+0.4	87	+2.1	62	+2.6
Luxury & Premium	66.0	+0.3	113	-1.3	75	-1.0
Midscale	70.9	+0.6	80	-1.3	57	-0.4
Economy	72.7	-0.7	44	-1.5	32	-2.5
Asia-Pacific	69.6	+0.2	81	-1.1	56	-0.9
Luxury & Premium	65.2	+3.3	151	-3.3	98	+1.8
Midscale	67.7	+1.1	69	-4.7	47	-3.3
Economy	64.8	+1.4	54	-4.5	35	-2.5
Middle East & Africa	65.2	+2.5	117	-2.9	76	+0.9
Luxury & Premium	72.8	+0.2	243	+0.7	177	+0.9
Midscale	77.5	+0.2	141	+0.7	109	+0.9
Economy	60.9	-3.1	42	+0.5	26	-4.3
North America, Central America & the Caribbean	72.3	-0.2	215	+0.9	155	+0.7
Luxury & Premium	56.0	-0.1	116	+12.7	65	+12.4
Midscale	60.0	+2.4	65	+9.4	39	+13.9
Economy	56.9	+2.8	42	+6.2	24	+11.7
South America	57.6	+2.4	56	+7.6	32	+12.3
Luxury & Premium	67.6	+0.9	153	-0.2	103	+1.2
Midscale	70.5	+0.6	88	+0.8	62	+1.7
Economy	69.7	+0.4	58	+1.8	40	+2.4
Total	69.3	+0.6	92	+0.7	64	+1.7

RevPAR excluding tax by segment – Q4 2019

Q4 2019	Occupancy rate		Average room rate		RevPAR	
	%	chg pts LFL	€	chg % LFL	€	chg % LFL
Luxury & Premium	68.9	+0.6	157	-0.2	108	+0.7
Midscale	69.8	+0.3	96	+0.4	67	+0.8
Economy	69.5	-0.2	66	+1.7	46	+1.4
Europe	69.4	+0.0	86	+1.0	60	+1.0
Luxury & Premium	67.1	+0.6	117	-2.7	79	-1.8
Midscale	72.7	+1.6	81	-3.5	59	-1.3
Economy	74.3	-1.3	44	-3.3	33	-5.1
Asia-Pacific	71.1	+0.5	82	-2.6	58	-1.9
Luxury & Premium	67.1	+3.3	147	-4.0	99	+1.5
Midscale	69.5	+0.3	72	-4.2	50	-3.8
Economy	69.6	+4.1	56	-5.3	39	+0.7
Middle East & Africa	67.6	+3.0	115	-3.8	78	+0.8
Luxury & Premium	68.7	+0.5	243	+1.0	167	+1.7
Midscale	77.6	-3.5	152	+0.5	118	-4.1
Economy	61.3	-3.6	43	-0.2	26	-5.6
North America, Central America & the Caribbean	69.0	-0.3	215	+1.4	148	+1.0
Luxury & Premium	56.4	-1.0	120	+15.9	68	+13.7
Midscale	61.3	+2.1	65	+9.2	40	+13.1
Economy	59.1	+3.0	41	+4.5	24	+10.1
South America	59.3	+2.4	55	+7.1	33	+11.4
Luxury & Premium	67.3	+1.1	151	-1.1	101	+0.6
Midscale	70.4	+0.8	89	-0.8	62	+0.3
Economy	69.0	+0.1	58	+0.7	40	+0.8
Total	68.9	+0.6	91	-0.3	63	+0.6

Hotel base – December 2019

2019	Hotel assets		Managed		Franchised		Total	
	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	Hotels	Rooms
Luxury & Premium	22	6,021	116	21,372	62	11,308	200	38,701
Midscale	58	10,812	323	51,349	586	62,773	967	124,934
Economy	56	8,659	586	75,437	1,220	96,041	1,862	180,137
Europe	136	25,492	1,025	148,158	1,868	170,122	3,029	343,772
Luxury & Premium	12	2,566	271	67,288	59	9,306	342	79,160
Midscale	26	4,201	274	64,323	128	20,247	428	88,771
Economy	2	346	198	36,539	230	27,642	430	64,527
Asia-Pacific	40	7,113	743	168,150	417	57,195	1,200	232,458
Luxury & Premium	2	525	157	38,360	6	956	165	39,841
Midscale	2	235	56	11,053	9	2,015	67	13,303
Economy	5	826	50	9,129	3	530	58	10,485
Middle East & Africa	9	1,586	263	58,542	18	3,501	290	63,629
Luxury & Premium	0	0	73	27,627	9	3,105	82	30,732
Midscale	0	0	6	2,641	7	1,400	13	4,041
Economy	0	0	21	2,775	3	377	24	3,152
North America, Central America & the Caribbean	0	0	100	33,043	19	4,882	119	37,925
Luxury & Premium	0	0	27	5,856	5	1,094	32	6,950
Midscale	15	2,586	77	10,838	17	2,277	109	15,701
Economy	49	9,889	75	12,221	133	16,992	257	39,102
South America	64	12,475	179	28,915	155	20,363	398	61,753
Luxury & Premium	36	9,112	644	160,503	141	25,769	821	195,384
Midscale	101	17,834	736	140,204	747	88,712	1,584	246,750
Economy	112	19,720	930	136,101	1,589	141,582	2,631	297,403
Total	249	46,666	2,310	436,808	2,477	256,063	5,036	739,537