

NEWS RELEASE

Stockholm, 09.02.2009

Styrkedemonstrasjon fra Scandic Resultat for 2008

- Inntektene økte med 5 % til 758,5 MEUR
- Driftsresultatet økte med 8 % til 111,1 MEUR, tilsvarende en driftsmargin på 14,7 %
- Nøkkeltallene for bærekraftig utvikling ble ytterligere forbedret
- I løpet av året er seks nye hoteller med totalt 886 rom åpnet, dessuten er åtte nye hotellprosjekter med totalt 1496 rom påbegynt

Resultat januar–desember 2008 for Scandic Hotels Holding-konsernet

	Helår 2008	Helår 2007	H2 2008	H2 2007
Inntekter, MEUR	758,5	720,5	375,2	376,4
Bruttofortjeneste, MEUR	311,5	276,5	156,9	149,5
EBITDA, MEUR	111,1	103,0	55,4	57,2
EBITDA-margin, %	14,7	14,3	14,8	15,2
Inntekt per tilgjengelig rom, euro	63,2	61,6	61,6	63,5
Belegg %	64,9	65,6	66,4	68,6
Antall hoteller i drift (31. des.)*	138	133		
Antall tilgjengelige rom (31. des.)*	24 898	24 005		
Antall årsverk	6 599	6 460		
Usortert avfall, kg per gjestenatt**	0,52	0,59		
Energiforbruk, kWh per gjestenatt**	39,7	40,4		
Vannforbruk, l per gjestenatt**	206	214		
Fossile karbondioksidutslipp, kg per gjestenatt**	3,0	3,1		

*omfatter hoteller med leie-, management- eller franchiseavtaler

**beregnes ut fra de hotellene som har vært i drift hele året

Scandic er en moderne hotellkjede hvor bevisste mennesker kommer for å få inspirasjon og ny energi. Med rundt 150 hoteller og 30 000 rom er vi allerede i dag en av de største hotelloperatørene i Europa. Og vi fortsetter veksten – i løpet av noen år vil det være over 200 Scandic å velge mellom. Velkommen til scandichotels.no.

Scandic
Stay smarter



NEWS RELEASE

Frank Fiskers, Scandics adm. dir. og konsernsjef, kommenterer resultatet for 2008:

- Jeg er glad for å kunne presentere en så betryggende salgsøkning for hele 2008. Det er alltid tøft å sammenlikne inntektstall når man kommer fra rekordhøye nivåer, og 2007 var virkelig et rekordår for Scandic. Likevel klarte vi å fortsette den positive trenden i første halvdel av 2008, mens høsten naturlig nok ble svakere. Også inntekten per tilgjengelig rom, det vil si det samlede nøkkeltallet for belegg og rompris, nådde sitt høyeste nivå i første halvår, for deretter å synke noe på høsten.
- Scandic har tatt markedsandeler på de fleste markeder i 2008, noe som viser hvor viktig det er å ha et sterkt varemerke i disse tider. Når økonomien er usikker, har kundene en tendens til å søke seg mot kjente alternativer hvor de vet hva de får, og det gagnar Scandic. Vi ser også at det er en fordel å fokusere så tydelig på mellomklasse-segmentet som vi gjør, ettersom det til en viss grad demper følsomheten for konjunktursvingninger. I gode tider er det mange av lavprishotellenes kunder som «oppgraderer seg» til Scandic, og i dårlige tider er det mange av luksushotellenes kunder som «trapper ned» til oss.
- Når det gjelder driftsresultatet, har vi holdt EBITDA-marginen på samme nivå som året før, både for året som helhet og for høsten, og vi har en bra økonomisk posisjon og god likviditet. Det føles godt å kunne vise til en slik styrke i disse tider. Vi har jobbet hardt for å tidlig kunne få en mer fleksibel kostnadsstruktur, slik at vi kan snu oss forttere og tilpasse oss etter gjeldende forhold. Det viser seg nå at det var riktig vei å gå.
- Scandic fortsatte i fjor med å utvide hotellporteføljen, med totalt seks nyåpnede hoteller og åtte påbegynte prosjekter. På høsten åpnet vi to hoteller i Polen og fikk kontrakt på et i Hamburg, noe som føltes ekstra godt, etter som fokus for vår videre ekspansjon ligger i Nord- og Øst-Europa. Vi har også fortsatt med investeringene for å heve nivået på de eksisterende hotellene. De siste to årene har vi pusset opp nesten 5 000 hotellrom. Det er seks rom daglig, eller ett rom hver tredje time!
- Jeg har fått mange spørsmål om hvorvidt lavkonjunkturen betyr at vi senker ambisjonsnivået for ekspansjonen, og svaret er at ekspansjonsplanene våre står ved lag. Konjunktursituasjonen fører til at byggeierne blir litt mer varsomme, og de vil gjerne føle seg ekstra trygge på styrken hos den operatøren de velger. Dette gjør at det tar litt lengre tid enn vanlig å få til en avtale, men på sikt gagnar det Scandic, ettersom vi kan vise til en god «track record» gjennom flere konjunktursykluser.



NEWS RELEASE

– Når det gjelder bærekraftarbeidet vårt, har Scandic arbeidet systematisk over flere år for å redusere vår påvirkning på miljøet, og også i år kan vi vise til lavere verdier for samtlige viktige nøkkeltall. Nå begynner stadig flere hotellkjeder å åpne øynene for hvor viktig miljøarbeidet er, og selv om vi ønsker alle initiativer på området velkommen, så skulle jeg ønske at flere torde å følge oss og presentere alle sine nøkkeltall. Det ville bidratt til økt kunnskap om saksområdet og ville gjort det lettere for kundene å ta bevisste valg.

– Prognosen fremover er vanskelig å stille, og det råder stor usikkerhet om hvordan markedet kommer til å utvikle seg i 2009. Det vi ser så langt, er at det første kvartalet later til å bli tøft, noe som er helt som vi hadde forventet. I løpet av året kommer Scandic til å lansere en rekke forskjellige salgs- og markedsaktiviteter, og vi er overbeviste om at dette vil føre til at vi fortsetter å ta markedsandeler. De tiltakene vi har truffet så langt for å øke kostnadseffektiviteten har også fungert godt, noe som kommer til å bidra til å holde lønnsomheten oppe fremover.

For mer informasjon, kontakt:

Frank Fiskers, adm. direktør og konsernsjef Scandic, tlf.: +46 709 73 52 03

Gunilla Rudebjer, fung. finansdirektør, Scandic, tlf.: +46 709 73 51 64

Helena Nilsson, informasjonsdirektør Scandic, tlf.: +46 709 73 51 45

e-post: helena.nilsson@scandichotels.com