



Hotel Union Øye
Foto: Jonas Bendiksen

NORSK HOTELLBRANSJE

MARKEDSRAPPORT
2020





Bilde: Woodnest Odda Treehouse.
Foto: Tor Hveem.

Innhold

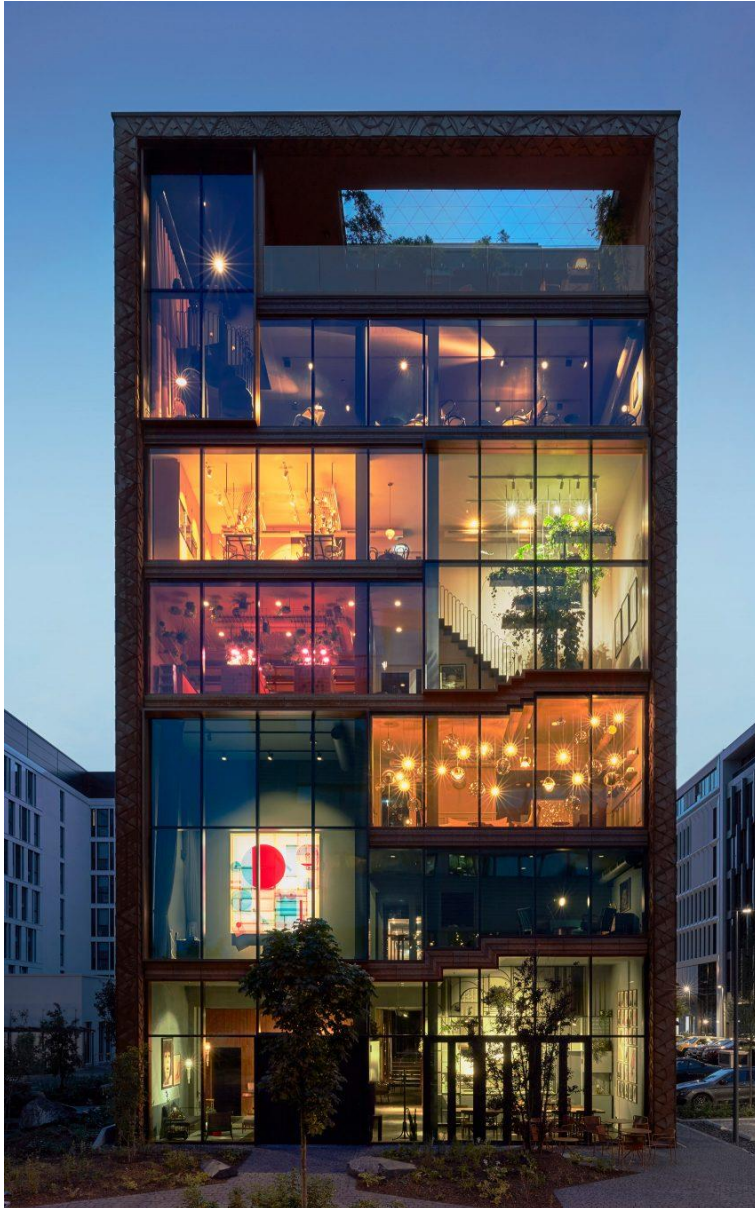
Om rapporten	3
Leder	4
Makro og flystatistikk	5
Markedsstatistikk Norge	10
Norge	11
Oslo	17
Gardermoen	19
Bergen	21
Trondheim	23
Stavanger	25
Tromsø	27
Kristiansand	29
Bodø	31
Endring i gjestedøgn & RevPAR	33
Markedsstatistikk Sverige	35
Ekstern artikkel – Ole G. Augestad	41
Utsikter	44
Transaksjoner	45
Buzz	46
English Summary	47
Våre tjenester	48
Våre medarbeidere	49



Tips:
Klikk på innholdsfortegnelsen for å navigere i dokumentet.

Senere kan du trykke «Gå tilbake til innholdsfortegnelsen» øverst i venstre hjørne.

Du kan også klikke på Hotelia-logoen øverst i høyre hjørne for å besøke våre hjemmesider.



Bilde: Lindley Lindenberg, Frankfurt. Winner of AHEAD Europe Hotel Newbuild in 2020.

Om rapporten

Hotelia utarbeider to ganger i året en markedsrapport om den norske hotellbransjen. Rapporten er utarbeidet de siste to månedene før utgivelse og bygger på data innhentet fra Statistisk sentralbyrå (SSB) og Statistikknett, samt andre kilder for makroøkonomiske tall og lignende. I tillegg supplerer Hotelia med egne data og analyser.

I 2020 begynte SSB å rapportere tall for totale gjestedøgn for alle overnattingsvirksomheter. Dette i kombinasjon med nedstenginger som følge av korona-situasjonen gjør at noen tall for gjestedøgn ikke kan leveres som følge av konfidensialitetsproblemer. Hotelia har der dette er aktuelt, etter beste evne, estimert tall for antall gjestedøgn. Hotelia har heller ikke hensyntatt nedstenginger som følge av Covid-19 i sine kapasitetsberegninger, dette for å bedre speile et «faktisk» belegg og RevPAR.

Markedsrapporten tar for seg utviklingen i det norske hotellmarkedet, med spesielt fokus på de åtte største hotellbyene (kommunene). Videre tar den for seg viktige hendelser og begivenheter i det norske hotell- og hoteleieendomsmarkedet. Rapporten avsluttes med noen tanker om bransjens utsikter for andre halvår av 2020. I helårsrapporten er det også et sideblikk på de største svenske byene, samt Sverige totalt. Data for det svenske hotellmarkedet er innhentet fra Statistiska Centralbyrån (SCB).

Hotellbransjen er en konjunkturbasert næring og følsom for endringer i makroøkonomien. Nøkkeltallene fra hotellmarkedet er ikke bare viktig for bransjen, men også for eiendomsselskaper med hoteldrivere som leietakere, ettersom leiekontraktene ofte er omsetningsbaserte. Med andre ord vil bedret lønnsomhet i hotellbransjen ofte bli reflektert i økte leieinntekter for eiendomsselskapene. Denne rapporten er selvfølgelig svært påvirket av Covid-19 konsekvensene, men følger i stor grad tidligere struktur.

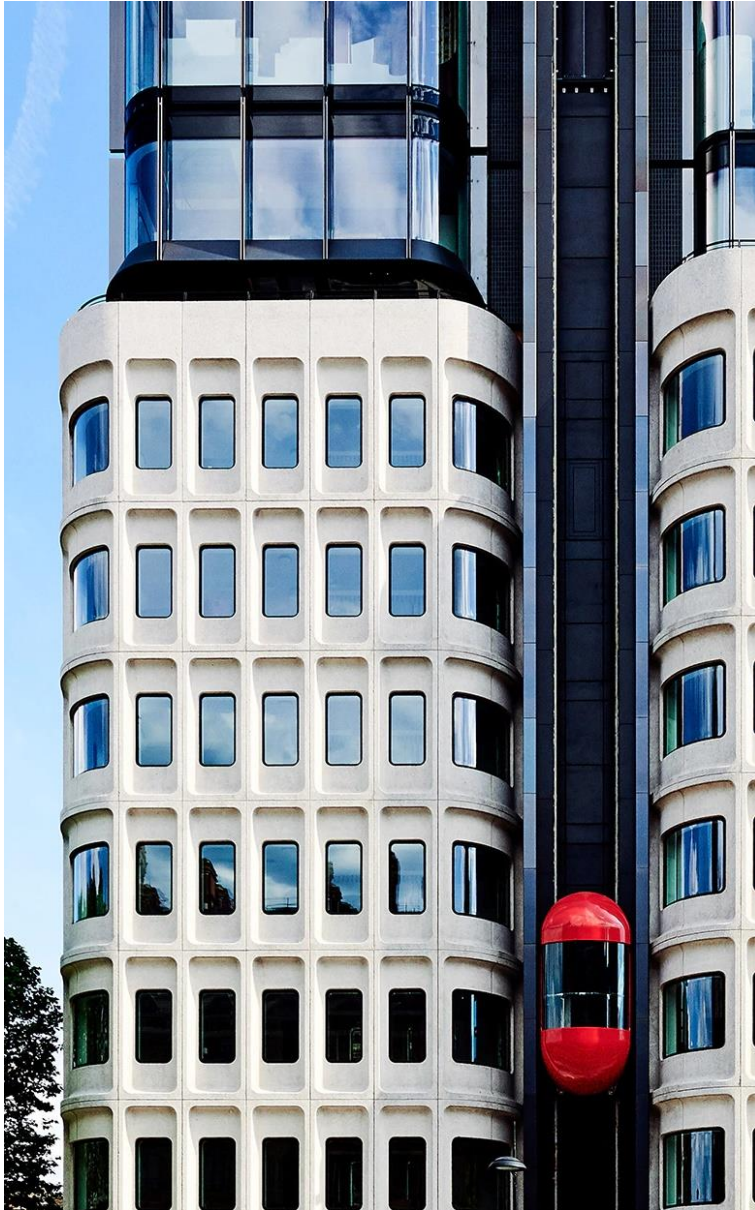
Tall i tabeller og grafer i denne rapporten er hovedsakelig helårlige og nominelle.

Vil du motta rapporten på mail hvert halvår?

Meld deg på vårt nyhetsbrev her!



Følg oss på LinkedIn



Bilde: The Standard, London. Winner of AHEAD Europe Hotel of the Year in 2020.

Etter snart ett år med stengte reiselivsbedrifter - hvordan blir gjenåpningen?

I halvårsrapporten for 2020 så skrev vi; « Vi ser enda ikke rekkevidden av krisen i reiselivsnæringen». Nå vet vi litt om utfallet hvor bl.a. belegget falt med 24 prosentpoeng i 2020 og at over 70 prosent av utenlandske overnattinger og 30 prosent av norske overnattinger ble borte i 2020. Vi må 30 år tilbake i tid for å finne færre overnattinger i Norge. NHO Reiseliv har i en analyse funnet ut at 62 milliarder i forbruk fra forretningsreisende og turister er borte i 2020. Halvparten av reiselivsbedriftene melder om 75 – 100 prosent nedgang i omsetningen

Reiselivet totalt er hardt rammet og store tapstall har bl.a. kommet i fly-, hotell- og restaurantbransjen. Konsekvensene for de største eierne og driverne av hotellene er svært dramatisk, hvor hotellkjedene melder om et fall i omsetningen på opptil 70 prosent i 2020. Omsetningsfallet vil få langsiktige konsekvenser og i følge NHO har 28 prosent av hotellene sagt opp ansatte og flere vil bli sagt opp i tiden fremover. Den forventede konkursbølgen er foreløpig uteblitt, men flere forventer en ketchup-effekt når støtteordningene reduseres og skatteetaten og andre igjen strammer grepet. Etterslepet kan være stort. I følge NAV er p.t. ca. 75.000 ansatte permittert og nærmere halvparten av disse står i fare for å bli oppsagt.

I Hotelias prognoser legges det inn at opphenting begynner etter påske, men med forholdsvis lave volumer i de første månedene. Dette er basert på at myndighetene letter i en del av restriksjonene når utsatte grupper er vaksinert og at smittetallene i Norge forhåpentligvis er lave. Kommer smitten under kontroll vil sommersesongen bli bedre og høsten kan få en brattere oppadgående kurve. Det er trolig individuelle yrkesreisende som først begynner å trappe opp reiseaktiviteten, i tillegg er det et stort oppdemmet behov fra det private ferie- og fritidsmarkedet som vil ut å reise og oppleve verden igjen. En større treghet vil oppleves i konferansemarkedet, spesielt for større møter og kongresser.

Hotellbransjen kommer til å være preget av Koronakrisen en tid fremover, men bransjen har alltid vært følsom for konjunkturerendringer og kriser. Selv om dette er en krise vi tidligere ikke har opplevd i moderne tid, tror vi at den lange erfaringen hotelldriverne har med å takle opp og nedturer, vil hjelpe bransjen raskere ut av krisen. Ser vi tilbake på 2020 er det mange bedrifter som har klart seg bra, og vi ønsker å heie frem de som tenker langsiktig, bygger sten på sten og har evne til omstilling. I denne utgaven av markedsrapporten har vi med en spesialartikkel fra Norwegian Hospitality Group som beskriver om en bevissthet i valg av strategi, operativt fokus og tålmodighet. På side 43 kan du lese om «Telemark - der historien møter fremtiden»

På vegne av reiselivsnæringen er vi forholdsvis optimistiske. Men vi skal ikke glemme at selv om mange har fått økonomisk støtte, er det svært mange som er påført store økonomiske tap. Vi tror at det er stort oppdemmet behov for både reiser og arrangement i både privat og i yrkessammenheng.



MAKRO, FLY & ANDRE VARIABLER

Oversikt over makrobildet i Norden og Norge og flystatistikk i Norge

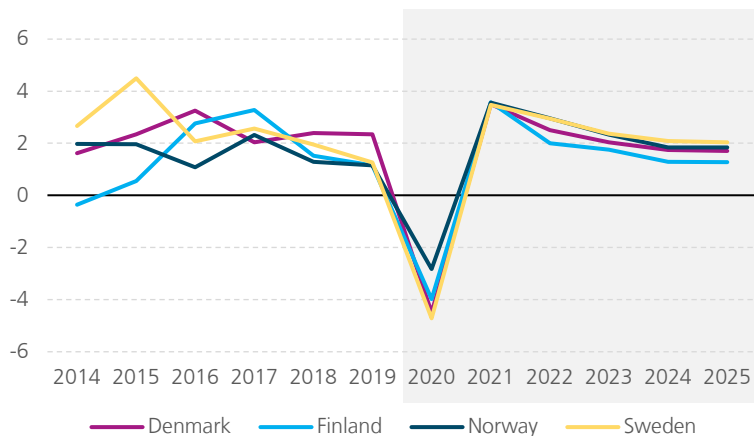
Makro - Norden

BNP

Det internasjonale pengefondet (IMF) forventer i 2020 en nedgang mellom 2,8 % - 4,7 % for de nordiske landene. I 2021 forventes en kraftig oppgang på ca. 3,5 %

* Estimert vekst i 2019 for Norge

BNP, % årlig endring

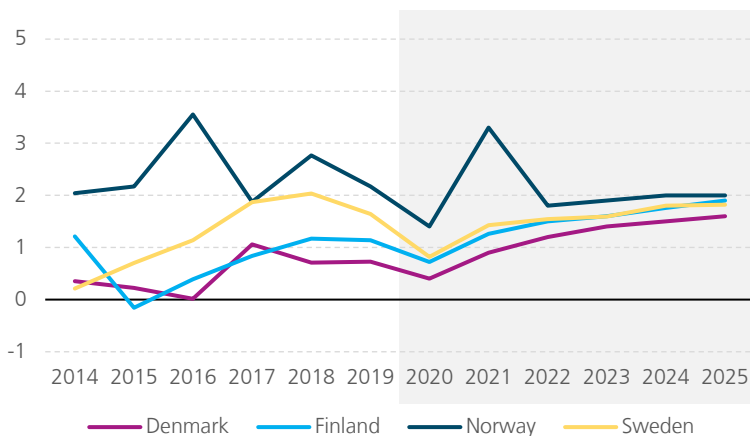


Kilde: IMF World Economic Outlook Database (October 2020)

KPI

I 2020 forventes en høyere vekst i konsumprisindeksen i Norge enn i de øvrige nordiske landene. I Norge forventer IMF en vekst på ca. 1,4 % i 2020, mens resten av Norden forventes å ligge mellom 0,4 % - 0,8 %. Det er også forventet at Norge vil få en betydelig høyere vekst i 2021 enn de andre landene, med 3,3 prosent vekst.

KPI, % årlig endring



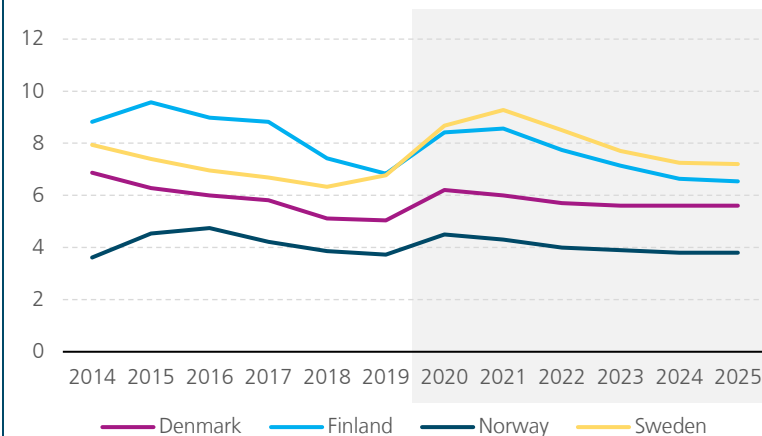
Kilde: IMF World Economic Outlook Database (October 2020)

LEDIGHET

IMF estimerer at Norge vil få det laveste nivået av ledighet av de nordiske landene. Tidligere estimerte IMF at 2020 ville gi Norge det høyeste nivået i ledighetsrate, trolig grunnet gode permitteringsregler, med dette estimatet er nå justert. Sverige ligger nå an til å få det høyeste nivået av de nordiske landene.

* Estimert vekst i 2019 for Norge

LEDIGHETSRATE, %

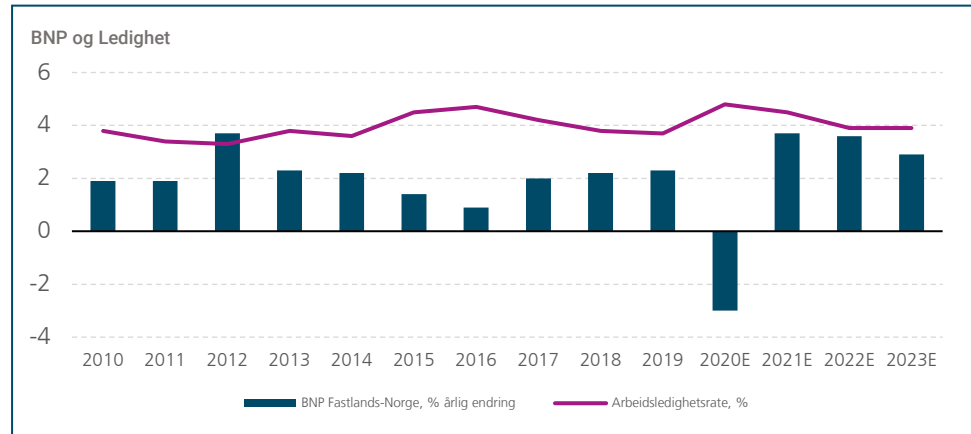


Kilde: IMF World Economic Outlook Database (October 2020)

Makro - Norge

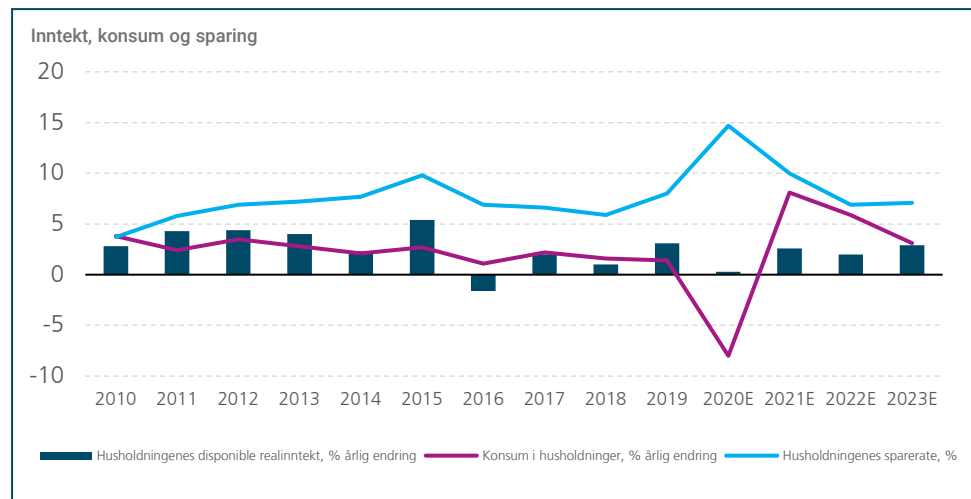
Etter et relativt lavt smittetrykk gjennom sommeren hadde aktiviteten i Norge begynt å ta seg markant opp. I 3. kvartal gikk BNP fastland opp 5,2 prosent, men var allikevel 1,5 prosent under nivået i februar. Etter sommeren økte smittetrykket igjen og strenge smittevernstiltak ble innført, som igjen har ført til et lavere aktivitetsnivå i økonomien. Som følge av dette har SSB lagt til grunn en nedgang i BNP i 2020 på ca. 3 prosent for året. SSB forventer at ettervirkningene av smitteverntiltakene vil være en god stund, og at norsk økonomi ikke er tilbake på et mer normalt nivå før 2022.

Som følge av viruset ble ledigheten i Norge høy i 2020. På det meste var det ca. 300.000 (uke 14) arbeidsledige (helt ledige) registrert hos NAV. Arbeidsledigheten har sunket vesentlig siden den gang, men var ved utgangen av året fremdeles på et høyt nivå (ca. 100.000) som er nesten det dobbelte av nivået i januar og februar. Legger man til delvis ledige og arbeidssøkere på tiltak var det ved utgangen av året registrert ca. 200.000 arbeidssøkere hos NAV.



BNP og arbeidsmarkedet

Bruttonasjonalproduktet for Fastlands-Norge er forventet å falle med ca. 3,0 prosent i 2020. I årene som kommer forventes dog en kraftig opphenting, og BNP veksten forventes p.t. å være hhv. 3,7 prosent, 3,6 prosent og 2,9 prosent i 2021, 2022 og 2023. Dette vil ta BNP til 2019 nivå allerede i 2021, men veksten i alle 3 årene vil ikke være nok til å hente inn tapet om man regner ut ifra den historiske normalutviklingen. Den endelige arbeidsledighetsraten for 2020 vil trolig være høy, men gå gradvis nedover i årene som kommer.



Husholdningenes økonomi

Smittevernstiltakene Norge innførte i mars førte til et umiddelbart fall i husholdningenes vare- og tjenestekonsum. I 2020 forventes en nedgang på ca. 8 prosent mot 2019, før en kraftig vekst i 2021. Fallet i 2020 skyldes hovedsakelig 2. og 4. kvartal ettersom det i sommer var positive tegn i smittesituasjonen og mindre restriksjoner. Veksten i den disponible inntekten er forventet å være lav i årene som kommer. Dette skyldes hovedsakelig fall i sysselsettingen, samt en høy konsumprisvekst. Spareraten til husholdningene er forventet å stige markant i 2020 (estimat 14,7 % mot 8 % i 2019). Prognosene tyder på en forholdsvis høy sparingerate også i 2021, før man kommer inn i en mer normalisert situasjon i samfunnet.

Flystatistikk - Norge

Antall besøkende på hotell og antall reisende med fly har svært høy korrelasjon, spesielt i området rundt Oslo Lufthavn Gardermoen. På grunn av nedstengingen av Norge og reiserestriksjonene som ble innført som følge av Covid-19, har flytrafikken nærmest stoppet opp f.o.m. mars 2020. Dette har naturligvis fått store konsekvenser for antall hotellovernattinger i 2020. I tabellen nedenfor vises endringen i flypassasjerer for 2020 mot 2019, samt korrelasjonen mellom antall gjestedøgn på hotell (totalt, nasjonale og internasjonale) og antall flypassasjerer (totalt, nasjonale flyvninger og internasjonale flyvninger).

Tabellen må leses med forsiktighet da det eksempelvis kan være gjester på hotell i Stavanger som har hatt en internasjonal flyvning til Oslo og innenriksfly til Stavanger. Som tabellen viser, er det Oslo + Ullensaker som har den høyeste korrelasjonen mellom antall gjestedøgn på hotell og antall flypassasjerer med hele 0,92 i korrelasjon. Kristiansand kommer «dårligst» ut, og kan mest sannsynlig forklares med mye nasjonal trafikk som ikke benytter seg av fly som transportmiddel.

I 2020 har det vært totalt 20.844.768 flypassasjerer med terminalpass (inkl. transit) i Norge (Avinor sine flyplasser), mot 54.738.165 i samme periode i fjor, en nedgang på 62 %. På bakgrunn av at gjestedøgn på hotell korrelerer høyt med flypassasjerer vil det være naturlig at antall gjestedøgn på norske hoteller er vesentlig lavere i 2020 enn i 2019. Ifølge Avinor håper man på at utviklingen skal forbedre seg ved inngangen til andre kvartal 2021, når vaksineringen har nådd et visst omfang og man kan slippe opp litt på reiserestriksjonene.

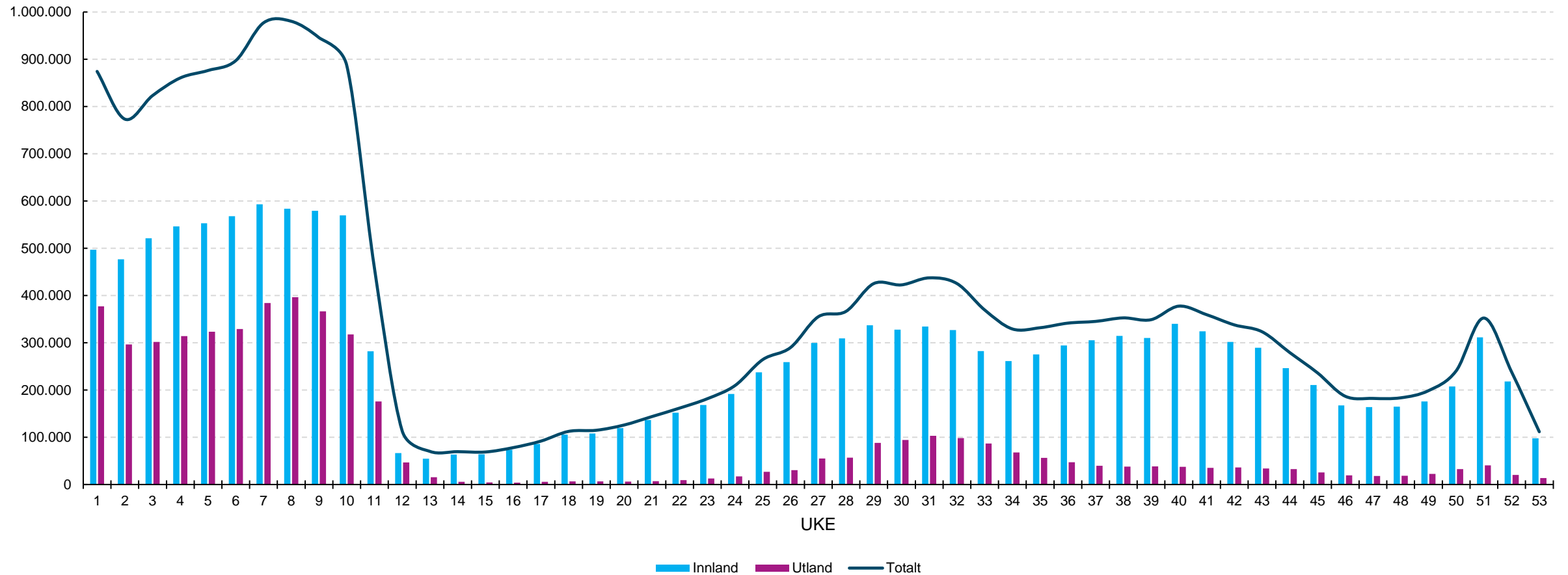
Sted:	Flyplass:	Endring PAX, innenlands	Endring PAX, utenlands	Korrelasjon mellom antall gjestedøgn og antall flypassasjerer		
				Tot gjestedøgn Tot flypas. ankomst	Nasj. gjestedøgn Nasj. Fly flypas. ankomst	Int. gjestedøgn Int. Fly flypas. ankomst
Norge	Alle	-52,1%	-77,9%	0,75	0,48	0,81
Oslo + Ullensaker	OSL Gardermoen	-55,5%	-77,6%	0,92	0,81	0,86
Bergen	Flesland	-47,4%	-79,8%	0,77	0,42	0,89
Trondheim	Værnes	-53,0%	-81,1%	0,74	0,52	0,88
Stavanger	Sola	-54,6%	-77,1%	0,70	0,35	0,77
Tromsø	Langnes	-43,9%	-61,1%	0,78	0,78	0,82
Kristiansand	Kjevik	-54,6%	-84,3%	0,21	-0,04	0,39
Bodø	Bodø	-46,7%	-79,1%	0,75	0,69	0,74

Beregninger for korrelasjon er gjort med månedlig data i perioden januar 2009 til desember 2019.

Endring i PAX er jan-des 2020 mot jan-des 2019.

Flystatistikk - Norge

Utvikling i antall passasjerer per uke i 2020





MARKEDSTALL NORGE

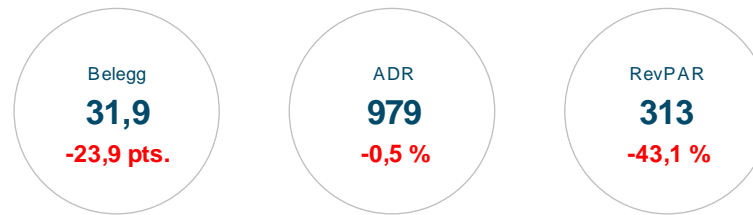
Statistikk over Norge og de åtte
største hotellkommunene

Norge

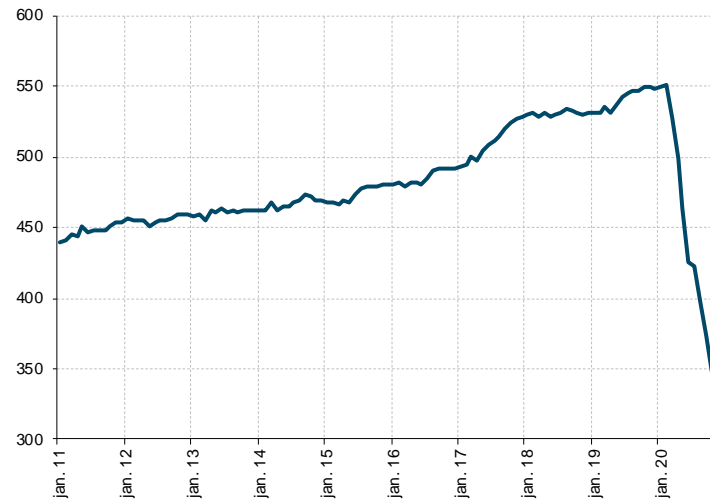
Pilene pekte oppover og forventningene for 2020 var store, og året begynte med sterke tall både for januar og februar. Siden kan vi alle historien og tallene for 2020 er klare; hotellnæringens største tilbakegang, trolig siden 2. verdenskrig er en realitet. Det er imidlertid store variasjoner mellom ulike destinasjoner og enkelte hoteller. Hotel Union Øye, som pryder forsiden på rapporten, har trolig hatt et av sine beste år noensinne. At Hotel Union Øye var en av fjorårets vinnere gjenspeiles også i statistikkene. Det er hoteller, utenfor de største byene, men som historisk har hatt et sterkt fokus på norske feriegjester, som er de store vinnerne. Denne målgruppen ble pga. reiserestriksjonene også betydelig større i 2020. I tillegg kjennetegnes målgruppen med høy kjøpekraft og stor betalingsvillighet, både på rom, mat, drikke og aktiviteter. I motsatt ende er det hoteller og destinasjoner med sterkt fokus på konferanse og/eller utenlandske gjester og uten mulighet til å snu seg rundt til å bli attraktive på andre markeder. I løpet av korona-året har det også dukket opp nye markeder; f.eks. «Korona-hotell» på oppdrag for kommuner og for enkelte bedrifter. Dette kan også være årsaken til at enkelte destinasjoner har gått ned i snittpris pga. salg av store volumer i motsetning til mer individuell trafikk i et normal år.

Forventninger:

Forventninger for 2021 er i stor grad koblet til tempo i vaksinerings både i Norge og internasjonalt, samt når og hvilke lettelsener som gis. Det er mye som tyder på at hele EU/EØS området blir tilnærmet likt ferdig med sine vaksineringsprogrammer og at disse landene også vil åpne for reise seg imellom. Reiser utenfor EU/EØS området kan man trolig ikke forvente før i 2022. Dette vil først og fremst ramme feriedestinasjoner med stort innslag av amerikanske og asiatiske gjester. På konferanse- og spesielt på feriemarkedet er det trolig et underliggende oppdemmet behov som kan bidra til at deler av disse markedene kan innhente seg forholdsvis raskt. Yrkesmarkedet kan ha en noe større treghet i seg, dette både i forhold til de næringene som har fått en mer krevende økonomi, samt at økt bruk av teknologi kan reduseres antall reiser noe. Hvordan flymarkedet etter krisen vil se ut, er imidlertid kanskje den største usikkerhetsfaktoren. Norsk reiseliv er svært avhengig av god tilgang på nasjonalt og internasjonale direkte ruter.



12-måneders rullerende RevPAR - Norge



Bilde: Fleischer's Hotel, Voss,
Foto: Marius Rua.

Oversiktstabell - Norge

Norge	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	17.964	12.542	-5.422	-30,2 %
Internasjonale*	7.060	2.014	-5.046	-71,5 %
Konferanse*	2.804	1.059	-1.745	-62,2 %
Yrke*	9.029	5.325	-3.704	-41,0 %
Ferie*	13.192	8.173	-5.019	-38,0 %
Gjestedøgn*	25.024	14.556	-10.468	-41,8 %
Solgte rom*	16.632	9.647	-6.986	-42,0 %
Romkap.*	29.802	30.221	418	1,4 %
Losji**	16.358	9.444	-6.914	-42,3 %
Belegg	55,8 %	31,9 %	-23,9 %	-42,8 %
ADR***	984	979	-4	-0,5 %
RevPAR***	549	313	-236	-43,1 %

* Tall i tusen.

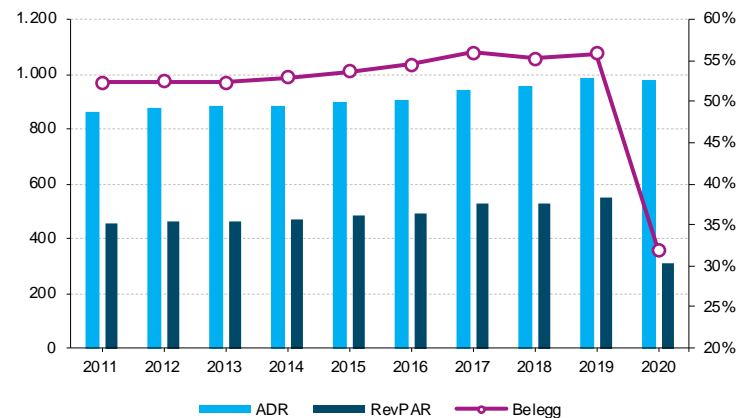
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

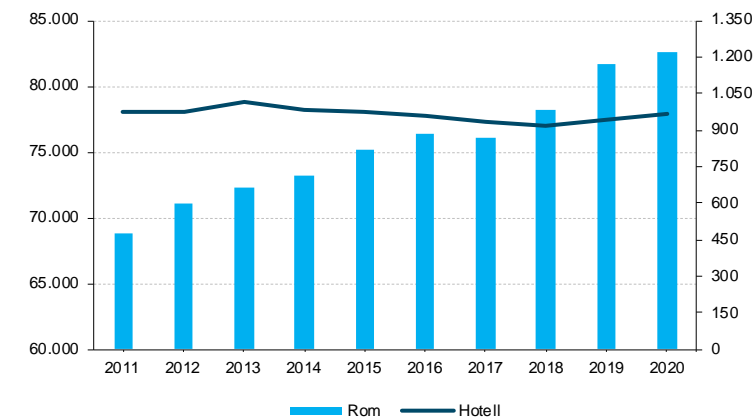
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

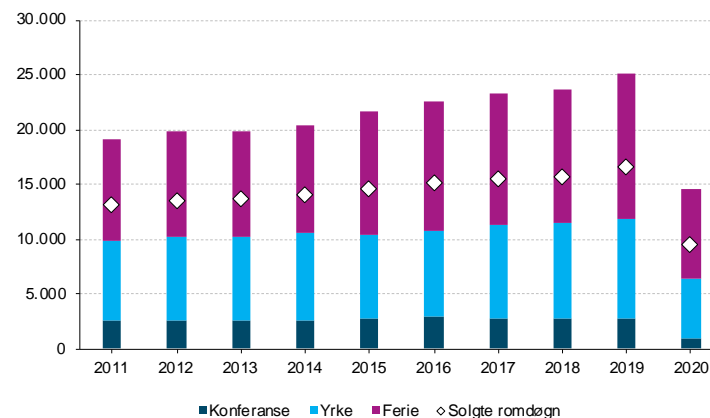
Nøkkel tall - Norge



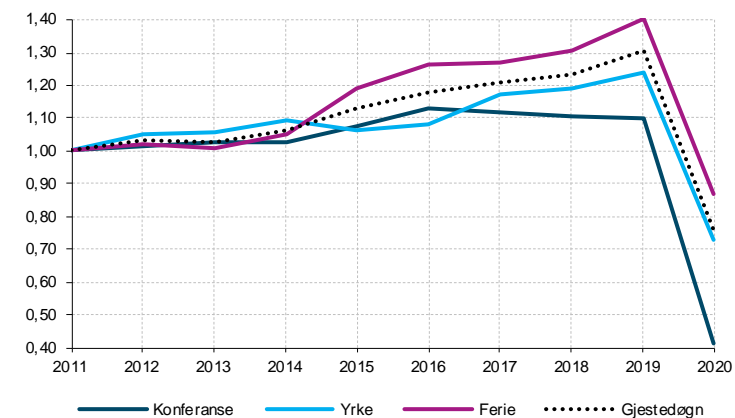
Kapasitet - Norge



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Norge

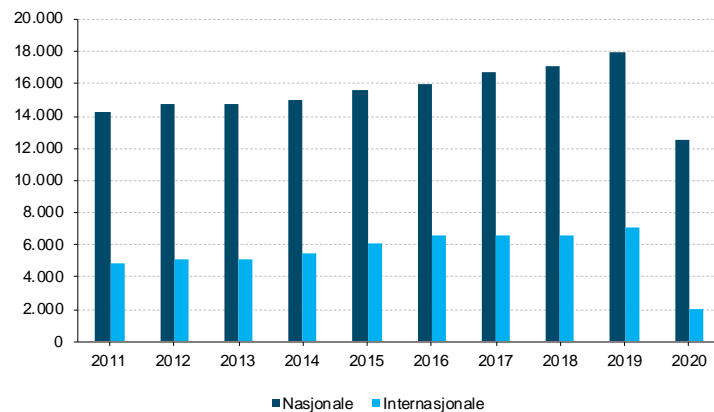


Relativ utvikling per segment - Norge

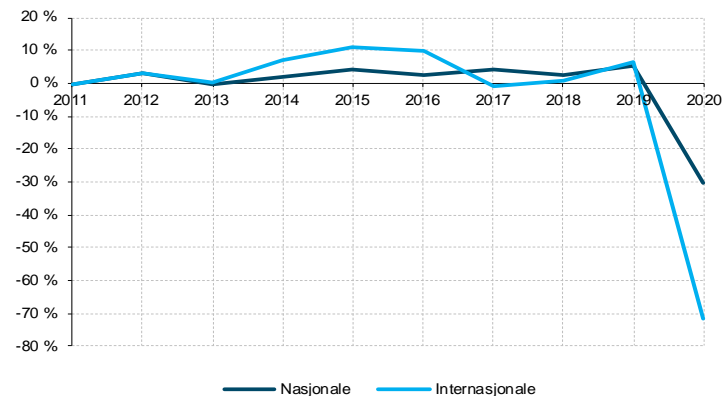


Nasjonale og internasjonale besøkende

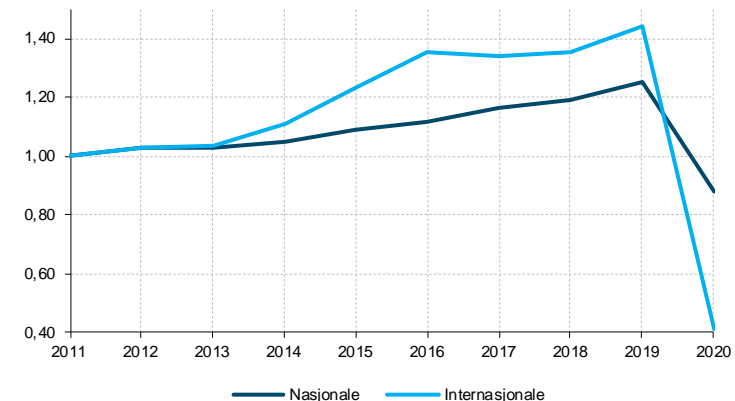
Nasjonale og internasjonale besøkende i Norge (i tusen)



Endring i antall nasjonale og internasjonale besøkende



Relativ utvikling i antall nasjonale og internasjonale besøkende



Kilde: Statistikknett / SSB

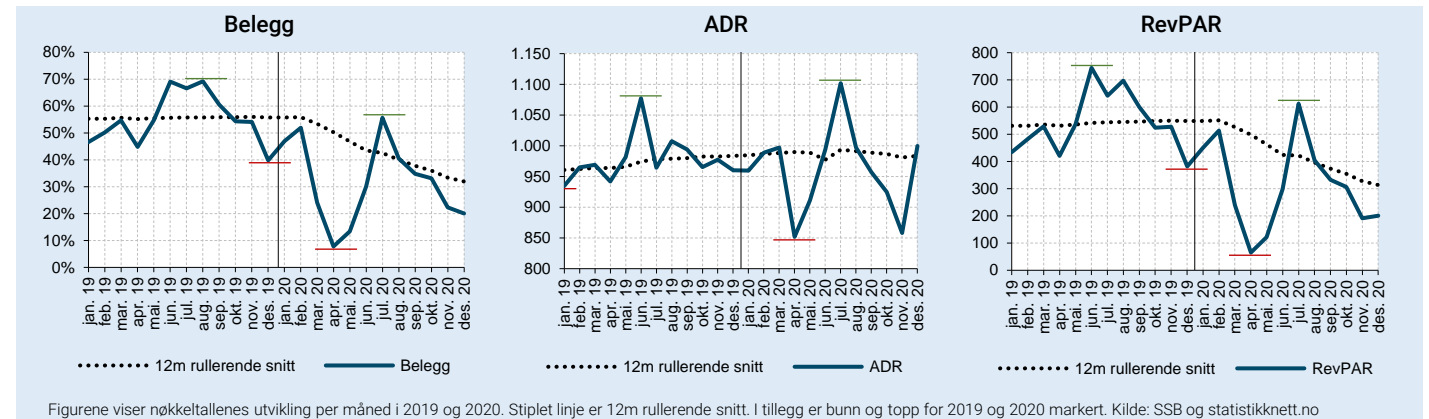
Månedlig endring i nøkkeltall

I 2020 var det kun januar og februar som ikke ble nevneverdig påvirket av Covid-19, og månedene hadde en økning i RevPAR mot samme periode i 2019. Fra midten av mars ble det innført reiserestriksjoner og nedstenging av samfunnet, og måneden fikk en nedgang i solgte romdøgn på 50 % fra februar og 55 % mot mars i 2019. Nedgangen fortsatte i månedene frem mot sommeren, med april som den verste måneden. Sommeren i Norge ble bedre enn først forventet. I juli var solgte romdøgn kun ned 16 % på landsbasis, og gjestedøgnene kun ned 9 %. Nasjonale gjestedøgn økte i juli med 35 % som følge av reiserestriksjonene. Siste halvdel av 2020 ble preget av nye nedstenginger og restriksjoner, og følgelig store fall i hotelltrafikken.

Figur 1 viser nøkkeltallenes utvikling per måned gjennom 2019 og 2020. Belegget endte på 31,9 % for året, ned 24 prosentpoeng fra 2019. April var måneden med lavest belegg i landet; 7,8 %. Laveste belegg i 2019 var i desember (39,9 %). Gjennomsnittsprisen (ADR) i 2020 har vært svært volatil. ADR endte på 984 kroner 2020, en økning på 0,03 % fra samme periode i fjor. I april, mai og november 2020 var ADR på svært lave nivåer, men var i sommer tatt seg opp på et høyt nivå. Dette medfører at 12m (12 måneders rullerende) snitt har økt noe, men ligger på et relativt stabilt nivå. Etter rekordhøy RevPAR i juni 2019, har RevPAR nå falt til rekordlave nivåer. Bunnpunktet ble nådd i april 2020 (NOK 66). 12m snitt har falt kraftig i 2020.

Figur 2 viser en oversikt over utviklingen i RevPAR per måned mot året før for de største hotellkommunene og Norge. Oslo er hardest rammet i alle måneder etter covid-restriksjonene (mars-juni), med unntak av april hvor Trondheim kom dårligst ut. Kristiansand har klart seg best i snitt etter nedstengingen av landet. I toppmåneden juli, hadde Stavanger, Kr.sand, Bodø og Trondheim en økning i RevPAR mot samme måned i 2019.

Figur 1:



Figur 2:

	Norge	Oslo	Bergen	Stavanger	Tromsø	Kristiansand	Bodø	Ullensaker	Trondheim
Januar	3,6 %	-8,6 %	0,8 %	8,0 %	15,8 %	8,6 %	-20,6 %	9,1 %	39,0 %
Februar	6,3 %	-2,1 %	6,9 %	4,4 %	10,5 %	14,1 %	-3,6 %	-7,6 %	28,8 %
Mars	-54,7 %	-64,1 %	-51,5 %	-52,7 %	-50,6 %	-45,3 %	-48,0 %	-49,5 %	-55,8 %
April	-84,3 %	-89,6 %	-81,9 %	-71,8 %	-89,3 %	-87,2 %	-87,4 %	-85,5 %	-91,3 %
Mai	-77,3 %	-89,5 %	-82,4 %	-73,1 %	-73,7 %	-53,8 %	-80,2 %	-82,0 %	-79,8 %
Juni	-59,9 %	-82,5 %	-76,8 %	-51,7 %	-68,2 %	-27,3 %	-58,0 %	-74,6 %	-57,9 %
Juli	-4,5 %	-51,9 %	-35,0 %	11,8 %	-22,6 %	31,9 %	10,4 %	-63,8 %	33,7 %
August	-42,0 %	-70,4 %	-63,2 %	-44,1 %	-40,2 %	-6,5 %	-32,1 %	-69,9 %	-46,0 %
September	-44,6 %	-71,9 %	-70,1 %	-53,4 %	-44,8 %	-17,5 %	-43,4 %	-75,8 %	-38,8 %
Oktober	-41,6 %	-73,1 %	-58,5 %	-36,4 %	-53,4 %	-22,7 %	-44,9 %	-73,4 %	-43,1 %
November	-63,8 %	-82,5 %	-73,5 %	-63,6 %	-78,1 %	-57,4 %	-66,1 %	-80,1 %	-70,9 %
Desember	-47,5 %	-79,2 %	-55,3 %	-38,9 %	-81,6 %	-38,6 %	-54,0 %	-63,5 %	-52,8 %

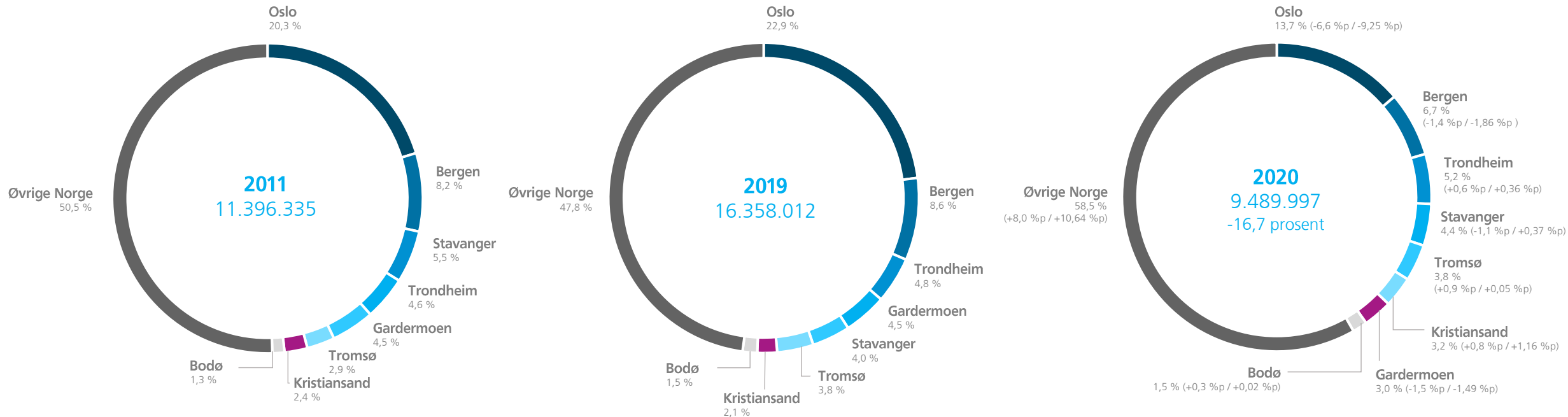
Tabellen viser endringen i inntekt per tilgjengelige rom (RevPAR) per måned mot tilsvarende måned året før. Kilde: SSB, statistikknett.no

Utvikling i de største hotellkommunene

I de siste økonomiske nedturene i Norge har de største byene tapt markedsandeler, noe som også er tilfellet i denne krisen. I forhold til 2019 har spesielt Oslo tapt store markedsandeler, tilbake hele 9,25 prosentpoeng. Den store vinneren (kun sett i forhold markedsandel) er «Øvrige Norge». I denne gruppen er det mange mindre byer som har klart seg forholdsvis bra bl.a. pga. et forholdsvis normalt marked innenfor offshore, verft etc. Av de største byene er Kristiansand den store vinneren og har økt sin markedsandel med 1,16 %-poeng. Størst %-vis tilbakegang i 2020, i forhold til solgte romdøgn hadde, ikke overraskende, Gardermoen (Ullensaker).

- Oslo tapte 9,25 prosentpoeng mot 2019 og 6,6 prosentpoeng mot markedsandelen 10 år tilbake (2011).
- Bergen tapte 1,86 prosentpoeng mot 2019 og 1,4 prosentpoeng mot 2011.
- Trondheim har økt sin markedsandel mot både 2019 og 2011 og har i 2020 en markedsandel på ca. 5,2 prosent.
- Stavanger har gått forbi Gardermoen og har en markedsandel på 4,4 prosent. Sammenlignet med 2011 har kommunen en nedgang på ca. 1,1 prosentpoeng.
- Tromsø har også godt forbi Gardermoen og økt sin markedsandel med 0,05 prosentpoeng det siste året. På 10 år har Tromsø økt markedsandelen med nesten 1 prosentpoeng.

- Gardermoen har tapt ca. 1,5 prosentpoeng mot fjoråret og mot 10 år tilbake. Markedsandelen lå i 2020 på ca. 3 prosent.
- Kristiansand har økt sin markedsandel med 1,15 prosentpoeng mot 2019.
- Bodø hadde i 2020 en markedsandel på 1,5 prosent, en svak økning på 0,02 prosentpoeng mot 2019.
- Det er de øvrige kommunene i Norge som er de store vinnerne i 2020. Øvrige Norge har økt sin markedsandel med hele 10,64 prosentpoeng mot 2019, og hadde en markedsandel på 58,5 prosent ved årsslutt. På 10 år er økningen nå 8 prosentpoeng. Økningen skyldes trolig sommerturismen og at nordmenn ville/måtte ta ferien i eget land.

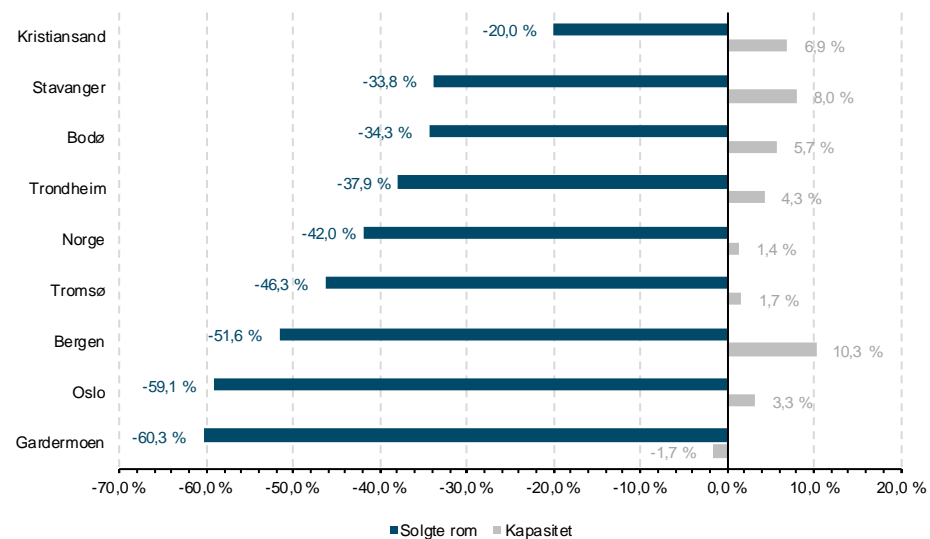


Prosent uten parentes viser markedsandelen for angitt år. Første prosenttall i parentes viser økning i prosentpoeng for 10-års perioden 2011 – 2020. Siste prosenttall i parentes viser økning i prosentpoeng siste år.

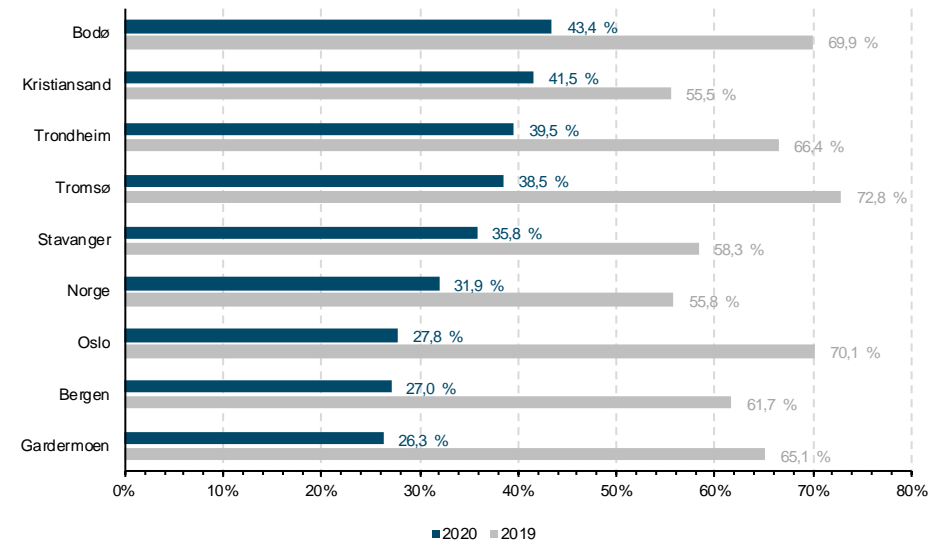
Losjtomsetning i figur er oppgitt NOK tusen.

Utvikling i kapasitet* og solgte romdøgn

Endring i romkapasitet og solgte romdøgn, 2020 vs. 2019



Belegg, 2020 vs. 2019



*Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19. Hotelia har beregnet kapasitet basert på historiske tall, intern informasjon og erfaring.

Oslo

Oslo ble en av de store taperne i 2020. Byens markedsandel i forhold til losjioinsetning falt fra 22,9 % i 2019 til 13,7 % i 2020.

- I forhold til losjioinsetning er Oslo den av de største hotellbyene med størst tilbakegang (ned 59,1%). Gardermoen har større %-vis nedgang i solgte romdøgn, men pga. et betydelig større fall i gj.snittspris går Oslo mest ned i totalt losjioinsetning.
- Den sterke prisnedgangen (ned 15,3 %) kan trolig skyldes at de store kjedene har mange hotell i Oslo og dermed hatt mulighet til å stenge flere hotell, men allikevel ha et tilbud til sine gjester. I lavprissegmentet har aktørene få hotell og mindre mulighet til å stenge et hotell om man ønsker å tilby sine gjester et alternativ. Dette har trolig bidratt til at andelen av lavpris-hotellrom er blitt større i total-markedet i 2020. Flere hoteller har også solgt seg inn på deler av extended-stay markedet, spesielt har man fokusert mot studenter. Det har trolig også vært noe mer priskonkurranse i Oslomarkedet enn de øvrige byene.
- Sammenligner vi Oslo med Stockholm, har Oslo klart seg noe bedre enn Stockholm, til tross for tilsynelatende mildere restriksjoner i Sverige. Årsaken er trolig at Stockholm normalt har en større andel utenlandske gjester enn Oslo. Det er størst forskjell i gj.snittsprisene. Prisene i Stockholm falt med hele 24,7 %.

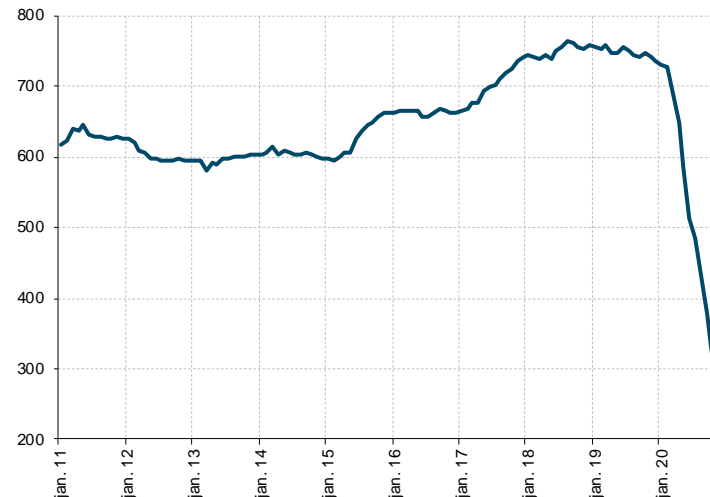
Forventinger til 2021 og videre fremover

Oslo vil ha en stor %-vis økning når markedene begynner å komme tilbake, men innhenting i Oslo kan ta noe lenger tid enn for andre destinasjoner grunnet noe senere opphenting fra internasjonale markeder, som Oslo har en større andel av enn de fleste større hotellbyene i Norge.

- I Hotelias pipeline for Oslo er det på ett år skjedd store forandringer. Flere prosjekter er droppet fullstendig og andre er lagt på is. Prosjekter som var igangsatt før krisen blir selvfølgelig realisert, men flere har utsatt ferdigstillingen. Det er også indikasjoner på at enkelte hoteller er på vei helt ut av markedet. Det kommer trolig nærmere 400 nye hotellrom inn i markedet i 2021. I tillegg er det et forholdsvis stort etterslep fra 2020 som totalt sett bidrar til at kapasiteten i Oslo forventes å økes med ca. 2,5 % i forhold til 2020 (basert på Hotelias korrigerede 2020 kapasitet).



12-måneders rullende RevPAR - Oslo



Bilde: Karl Johan Hotel, Oslo.
Foto: Karl Johan Hotel.

Oversiktstabell - Oslo

Oslo	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	3.477	1.696	-1.780	-51,2 %
Internasjonale*	1.864	442	-1.422	-76,3 %
Konferanse*	403	122	-282	-69,8 %
Yrke*	2.069	859	-1.210	-58,5 %
Ferie*	2.868	1.158	-1.710	-59,6 %
Gjestedøgn*	5.341	2.138	-3.202	-60,0 %
Solgte rom*	3.576	1.462	-2.114	-59,1 %
Romkap.*	5.100	5.265	166	3,3 %
Losji**	3.752	1.299	-2.453	-65,4 %
Belegg	70,1 %	27,8 %	-42,4 %	-60,4 %
ADR***	1.049	889	-161	-15,3 %
RevPAR***	736	247	-489	-66,5 %

* Tall i tusen.

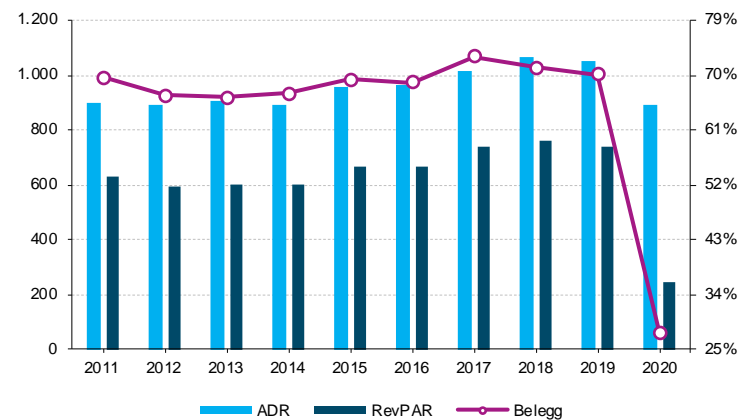
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

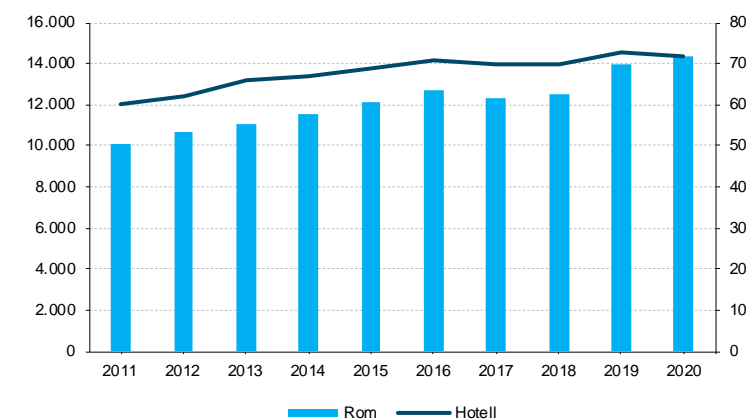
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

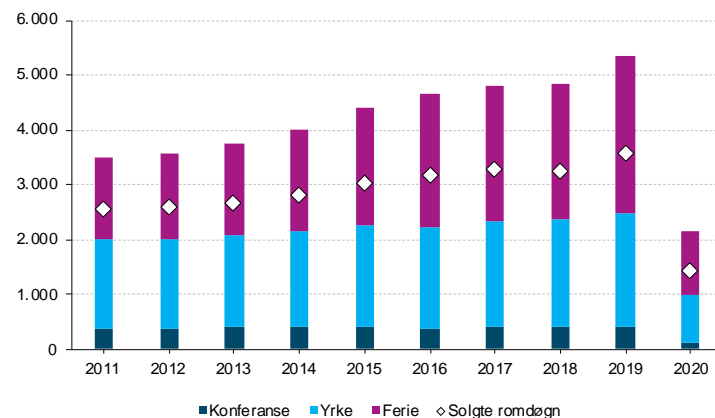
Nøkkel tall - Oslo



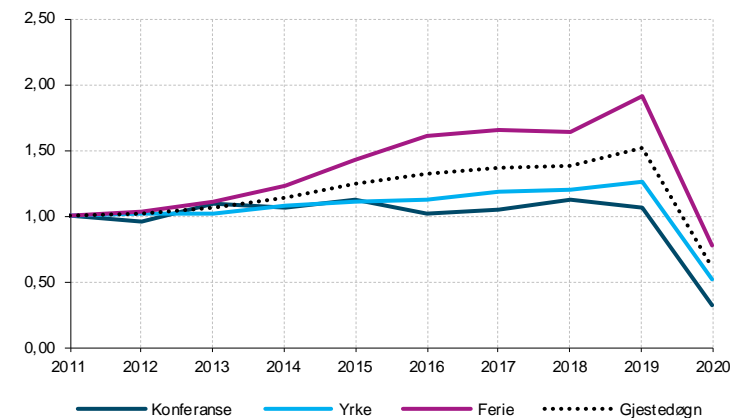
Kapasitet - Oslo



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Oslo



Relativ utvikling per segment - Oslo



Gardermoen

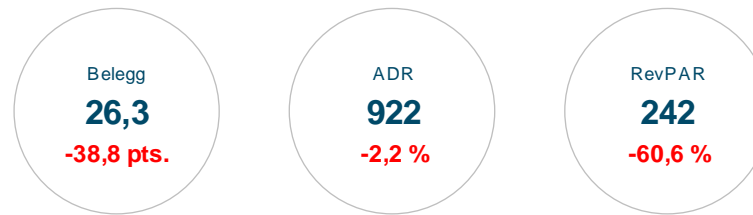
Av de største hotellkommunene ble Gardermoen (Ullensaker) den største taperen i %-vis nedgang i forhold til solgte romdøgn. Kommunen har fra 2019 gått fra å være Norges 4. største hotellkommune til Norges 7. største.

- Kapasiteten har de siste årene (2018 og 2019) økt en del. Det er usikkerhet rundt utviklingen i 2020, men trolig har noen mindre overnattingsbedrifter gått ut av markedet.
- Gardermoen har en større andel konferansegjester (26,2 % i 2019) i sin markedsmix enn de øvrige store hotellkommunene. Det er derfor naturlig at kommunen har størst tilbakegang totalt når det er konferanse-segmentet som har hatt størst tilbakegang totalt i Norge.

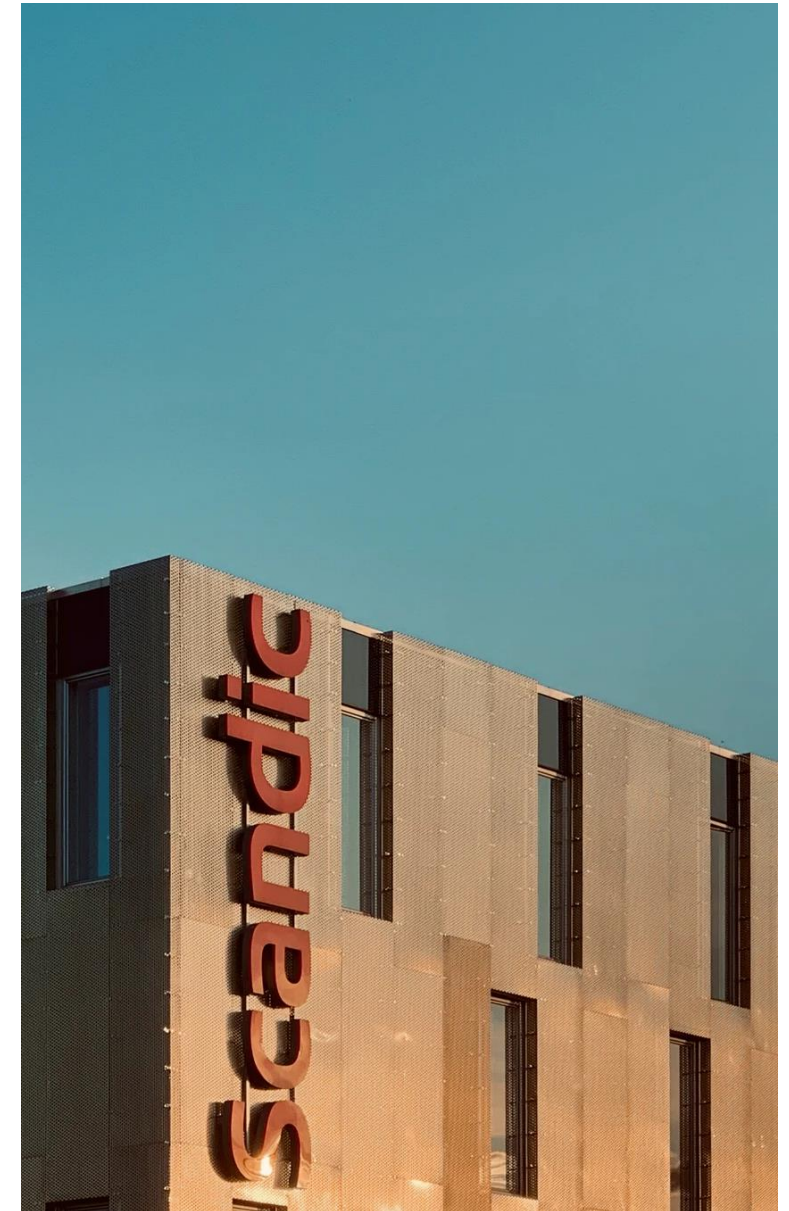
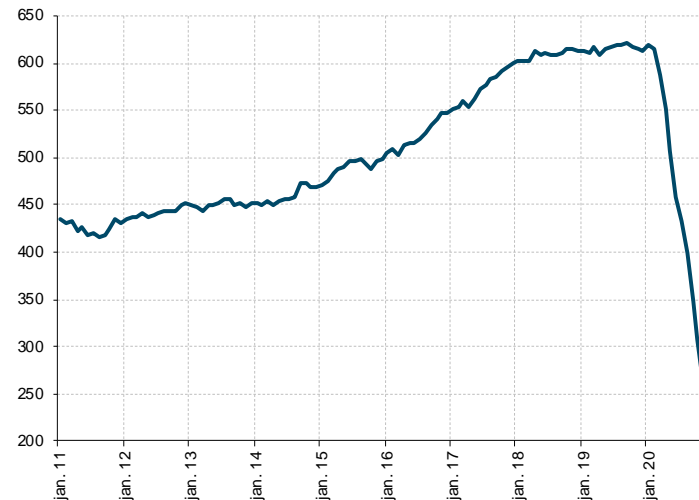
Forventinger til 2021 og videre fremover

Innhenting for Gardermoen kan trolig bli noe mer krevende enn for de øvrige større hotellkommunene, selv om de prosentvise økningene vil være store pga. den store tilbakegangen i 2020.

- Det er stor usikkerhet i hvordan flytrafikken vil være etter pandemien, men det vil trolig ta lang tid før trafikken innhenter seg til 2019 nivå. I en periode kan man trolig forvente færre direkte ruter, spesielt på det internasjonale markedet. Dette vil først og fremst ramme Gardermoen på yrkes- og feriemarkedet. En del crew og «technical stop» trafikk vil bli borte. På feriemarkedet vil man trolig tape til Oslo, som vil ha ledig kapasitet.
- En del av konferansemarkedet vil trolig være tilbake høsten 2021, og 2022 kan kanskje bli forholdsvis normalt. Det er imidlertid økt kapasitet (Miklagard åpner 31. mai med 507 rom) som vil bidra til enda større konkurranse i regionen. Vi tror at Miklagard vil ha utfordringer i å ta markedsandeler fra flyplasshotellene. De vil derfor i større grad konkurrere om det generelle konferansemarkedet, samt velværemarkedet i regionen.
- På sikt tror vi at flere nye prosjekter er satt på vent og noen er trolig droppet helt.



12-måneders rullende RevPAR - Gardermoen



Bilde: Scandic Oslo Airport.
Foto: Kim S. Andersen.

Oversiktstabell - Gardermoen

Gardermoen	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale* [⊖]	850	341	-509	-59,9 %
Internasjonale* [⊖]	194	59	-135	-69,6 %
Konferanse* [⊖]	273	105	-168	-61,7 %
Yrke* [⊖]	481	205	-276	-57,4 %
Ferie* [⊖]	289	90	-199	-68,8 %
Gjestedøgn* [⊖]	1.043	400	-644	-61,7 %
Solgte rom*	779	309	-470	-60,3 %
Romkap.*	1.197	1.177	-20	-1,7 %
Losji**	735	285	-450	-61,2 %
Belegg	65,1 %	26,3 %	-38,8 %	-59,7 %
ADR***	943	922	-21	-2,2 %
RevPAR***	614	242	-372	-60,6 %

* Tall i tusen.

** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

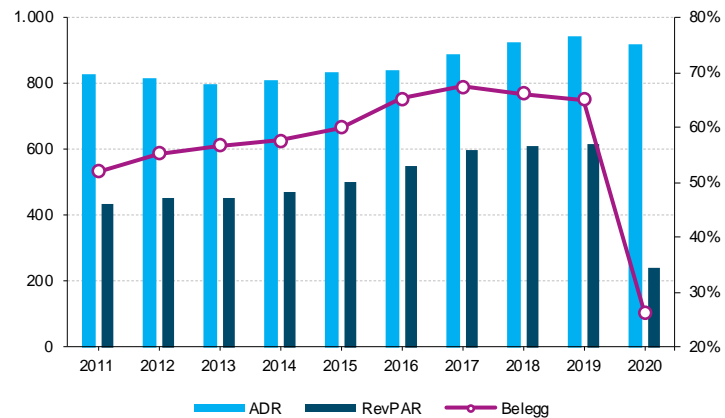
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

⊖ På grunn av nye fylke/kommuneinndelinger fra 2020 i kombinasjon av nedgangen i markedet grunnet Covid-19, er det fra april-juni 2020 ikke tilgjengelig data for gjestedøgn i kommunen. Hotelia har derfor estimert disse månedene etter beste evne.

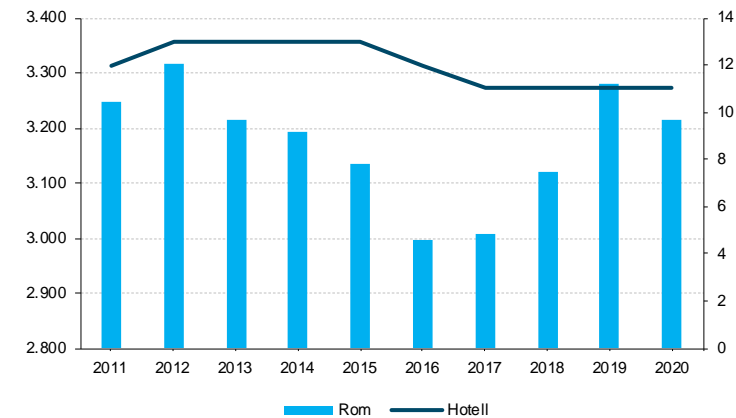
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

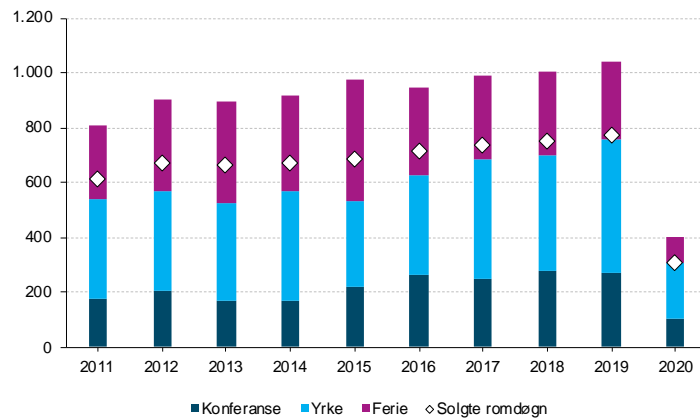
Nøkkel tall - Gardermoen



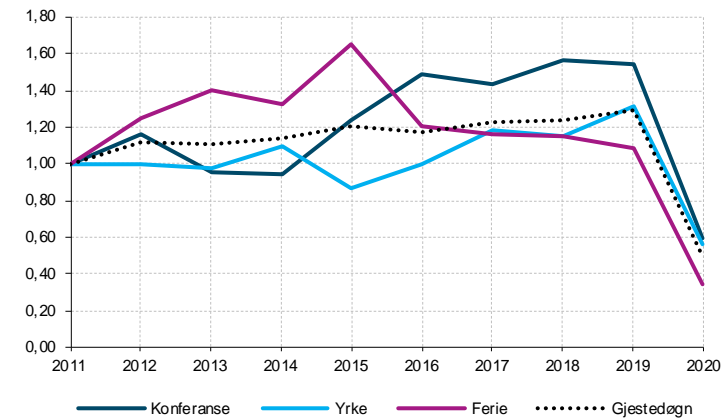
Kapasitet - Gardermoen



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Gardermoen



Relativ utvikling per segment - Gardermoen



Bergen

Bergen er en turistby og rammes hardt når over 80 prosent av utenlandske overnattinger blir borte. Normalt utgjør internasjonale gjestedøgn nærmere 40 prosent av trafikken. Det betyr at «stengte grenser» er spesielt sårbart for byen.

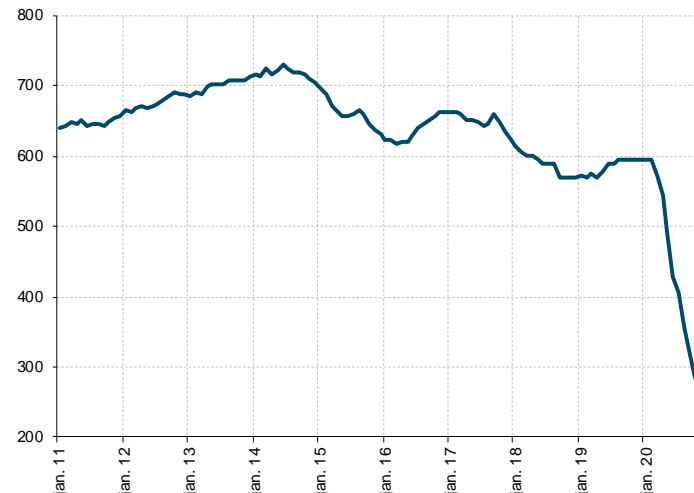
- Bergen taper marknadsandel på 1,86 prosent ift. de øvrige byene vi følger.
- Hotellkapasitet har økt kraftig de siste årene og gjør situasjon enda mer krevende.
- Tilbakegangen i yrkestrafikken er noe mindre enn andre større byer, noe som mest sannsynlig skyldes at oljenæringen «går som normalt».
- Til tross for massivt fall i belegget, «justeres» prisene med en nedgang på kun 6 prosent. For hotellene hjelper det ikke å rabattere prisene, mens spesielle avtalepriser i oljebransjen og offentlige avtaler til f.eks. «koronahotell» presser prisen noe ned.

Forventinger til 2021 og videre fremover

- Hotellkapasiteten fortsetter å øke i Bergen. I 2021 åpner Moxy med 199 rom, og Skostredet med 50 rom.
- Bergen er avhengig av den internasjonale turisttrafikken, som trolig i liten grad vil komme tilbake i sesongen 2021. Noen turister fra EU-land kan forventes.
- Norske turister vil prege sommeren i Bergen også i 2021.
- Høsten vil forsterke seg med økning i yrkestrafikken og private weekendreiser. Møte- og spesielt konferansemarkedet kommer senere i gang.
- Opphellingen fortsetter i 2022 med en større andel utenlandstrafikk og en større andel yrkestrafikk. Større konferanse med lengre planleggingstid vil komme tilbake.
- Først i 2023/2024 forventer vi at belegget igjen nærmer seg nivået i 2019 med beleggprosent over 60 %.



12-måneders rullerende RevPAR - Bergen



Bilde: Bergen Brygge, Bergen.

Oversiktstabell - Bergen

Bergen	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	1.415	885	-530	-37,5 %
Internasjonale*	814	151	-663	-81,4 %
Konferanse*	142	43	-99	-69,4 %
Yrke*	784	402	-381	-48,6 %
Ferie*	1.304	590	-713	-54,7 %
Gjestedøgn*	2.230	1.036	-1.193	-53,5 %
Solgte rom*	1.455	705	-751	-51,6 %
Romkap.*	2.361	2.605	244	10,3 %
Losji**	1.405	639	-767	-54,6 %
Belegg	61,7 %	27,0 %	-34,6 %	-56,1 %
ADR***	965	906	-59	-6,1 %
RevPAR***	595	245	-350	-58,8 %

* Tall i tusen.

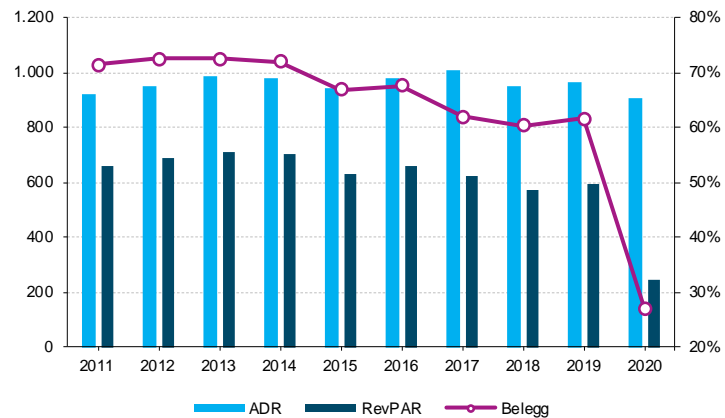
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

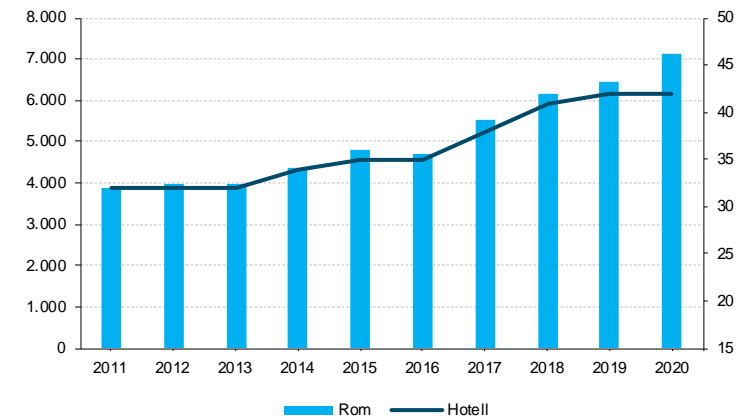
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

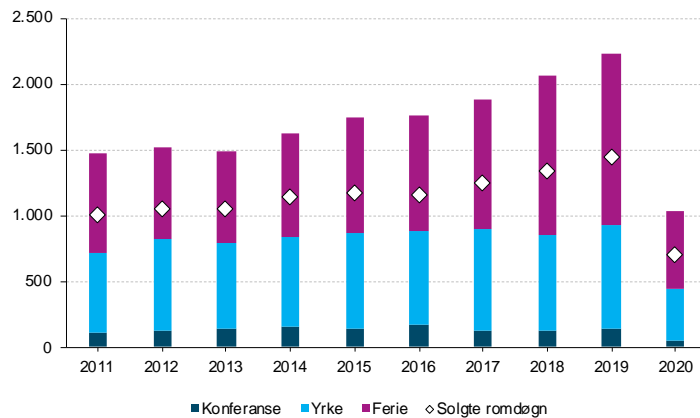
Nøkkel tall - Bergen



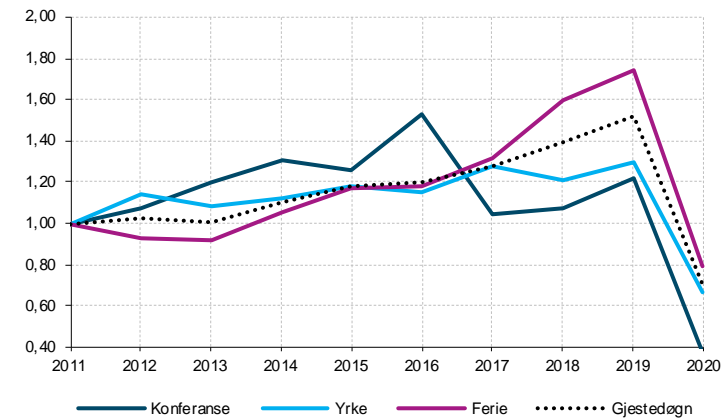
Kapasitet - Bergen



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Bergen



Relativ utvikling per segment - Bergen



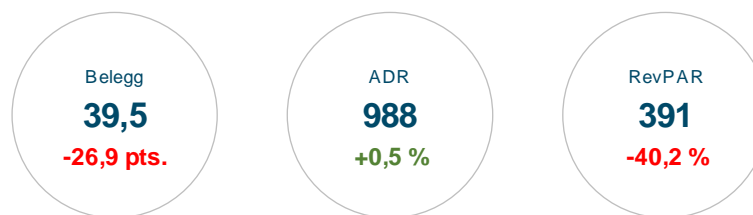
Trondheim

Trondheim opplever noe mindre fall i belegget enn f.eks. Oslo og Bergen. Ferie- og fritidsmarkedet holder seg og «redder» litt av belegget. Normalt utgjør feriesegmentet rundt 40 prosent av totale gjestedøgn, i 2020 var andelen 62 prosent.

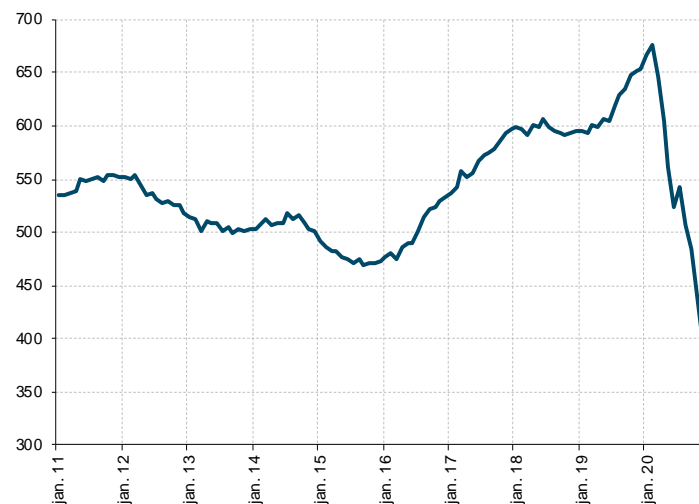
- Hotellkapasiteten øker også noe mindre enn de fleste andre byene.
- Prisøkning som er opparbeidet de to siste årene, klarer Trondheim å beholde i 2020. Britannia er, som vi har skrevet om tidligere, en av årsakene til dette.
- Ferie- og fritidsmarkedet har minst tilbakegang og sikrer at prisen holder seg og at antall gjestedøgn faller betydelig mindre enn i både Bergen og Oslo.

Forventinger til 2021 og videre fremover

- Ingen større nye hotellprosjekt kommer inn i markedet de nærmeste årene.
- Mindre fall i belegget enn andre byer og uendret kapasitet gjør at Trondheim kan komme raskere tilbake til et normalt beleggsnivå. Spesielt kommer ferie- og yrkestrafikken raskere tilbake.
- Allerede i 2022 forventer vi at Trondheim igjen vil være over 60 prosent i belegg drevet av ferietrafikk og yrkesreisende fra stat og kommune.



12-måneders rullerende RevPAR - Trondheim



Bilde: Clarion Hotel & Congress Trondheim, Trondheim.

Oversiktstabell - Trondheim

Trondheim	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale* [⊖]	1.001	699	-302	-30,2 %
Internasjonale* [⊖]	169	60	-109	-64,4 %
Konferanse* [⊖]	120	35	-85	-70,8 %
Yrke* [⊖]	554	253	-300	-54,2 %
Ferie* [⊖]	497	471	-26	-5,2 %
Gjestedøgn* [⊖]	1.170	759	-411	-35,1 %
Solgte rom*	803	498	-305	-37,9 %
Romkap.*	1.209	1.261	52	4,3 %
Losji**	790	492	-298	-37,7 %
Belegg	66,4 %	39,5 %	-26,9 %	-40,5 %
ADR***	983	988	4	0,5 %
RevPAR***	653	391	-263	-40,2 %

* Tall i tusen.

** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

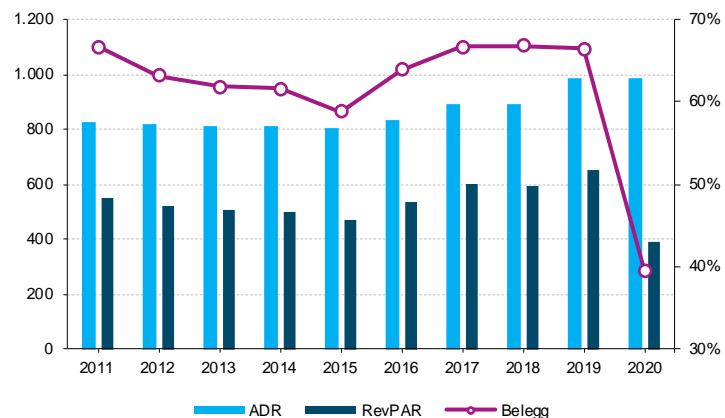
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

⊖ På grunn av nye fylke/kommuneinndelinger fra 2020 i kombinasjon av nedgangen i markedet grunnet Covid-19, er det i mars-april & september-november 2020 ikke tilgjengelig data for gjestedøgn i kommunen. Hotelia har derfor estimert disse månedene etter beste evne.

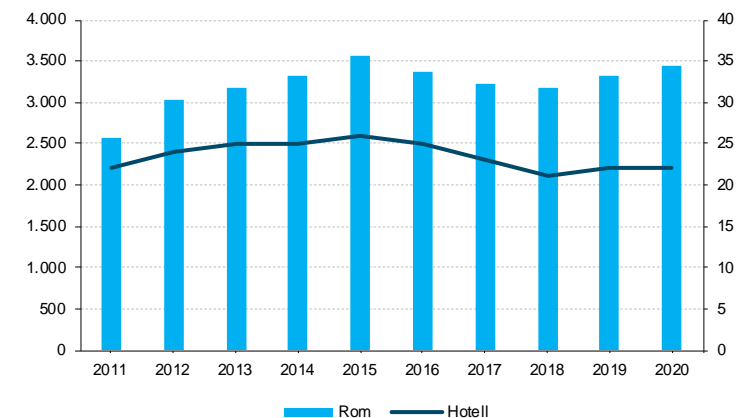
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

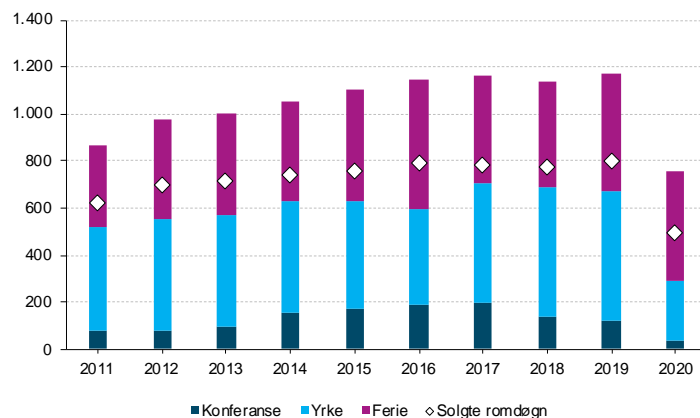
Nøkkel tall - Trondheim



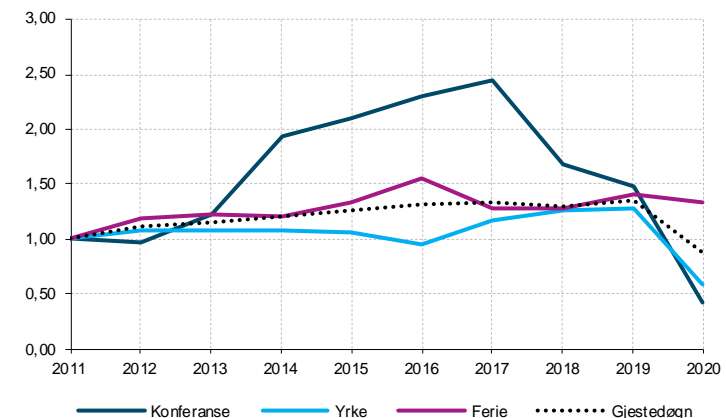
Kapasitet - Trondheim



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Trondheim



Relativ utvikling per segment - Trondheim



Stavanger

Oljenæringen går tilnærmet «normalt» og fallet i gjestedøgn er noe mindre i Stavanger enn f.eks. i Oslo, Bergen og Trondheim.

- Hotellkapasiteten øker med 8 prosent, som en følge av at Victoria Hotel er tilbake etter å ha vært stengt for totalrenovering.
- Yrkestrafikken i Stavanger går minst tilbake på -37,5 prosent (Oslo, -58,5% Trondheim -54% og Bergen -48,5%).
- Ferie- og fritidssegmentet hadde en god vekst i Stavanger fra 2018 til 2019 (som kommentert i rapporten for 2019, er det noe usikkerhet til disse tallene). Tilbakegangen på 20 prosent i 2020 er mindre enn for turistbyene Oslo og Bergen.

Forventinger om 2021 og videre fremover

- Stavanger har etter 2014, med en kombinasjon av oljekrisen og mye ny hotellkapasitet, slitt med svakt belegg og dårlig lønnsomhet.
- Stavanger sin betydning som oljeby gjør at vi tror at den oljerelaterte yrkestrafikken vil forsterke seg utover høsten 2021. Åpner den internasjonale trafikken i løpet av året vil det hjelpe for yrkestrafikken.
- Ferietrafikken har vært Stavanger sin svakhet historisk, men bevist satsning de siste årene har gitt resultater og kan bidra spesielt for det norske markedet i 2021.
- De nærmeste årene vil Stavanger få lite ny kapasitet. Flere prosjekter er usikre og det vil mest sannsynlig ta tid før nye hoteller igjen blir etablert. Det kan bidra til å stabilisere utviklingen og bidra til en raskere opphenting.
- Vi forventer at Stavanger vil nærme seg 50 prosent i belegg i 2022.



12-måneders rullerende RevPAR - Stavanger



Bilde: Hotel Victoria, Stavanger.
Foto: Hotel Victoria.

Oversiktstabell - Stavanger

Stavanger	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	712	583	-129	-18,1 %
Internasjonale*	268	90	-178	-66,6 %
Konferanse*	71	30	-41	-58,2 %
Yrke*	468	294	-174	-37,2 %
Ferie*	441	349	-92	-20,8 %
Gjestedøgn*	980	672	-307	-31,4 %
Solgte rom*	717	475	-242	-33,8 %
Romkap.*	1.229	1.327	98	8,0 %
Losji**	651	413	-238	-36,6 %
Belegg	58,3 %	35,8 %	-22,5 %	-38,7 %
ADR***	909	870	-39	-4,2 %
RevPAR***	530	311	-219	-41,3 %

* Tall i tusen.

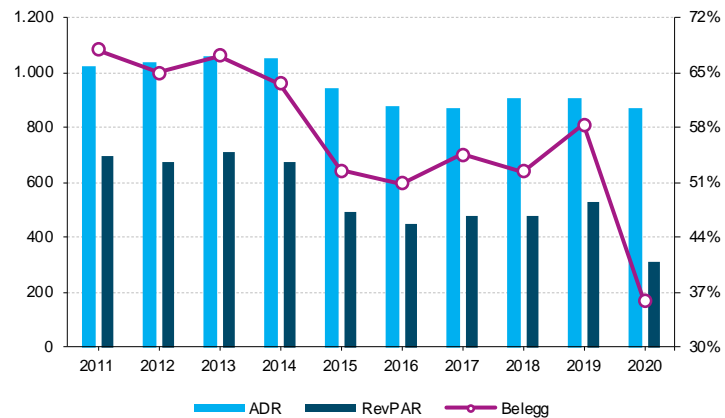
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

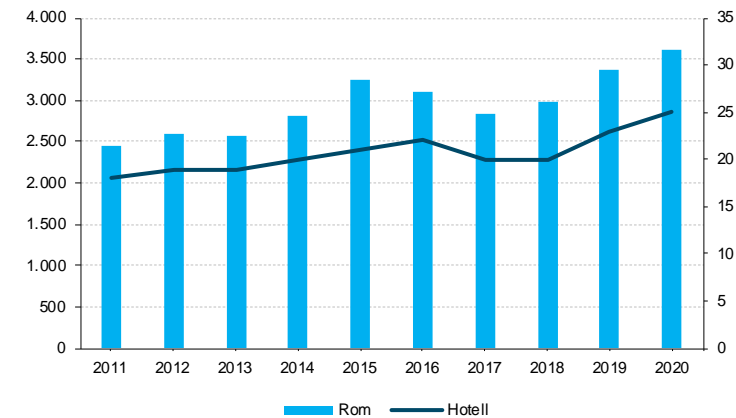
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

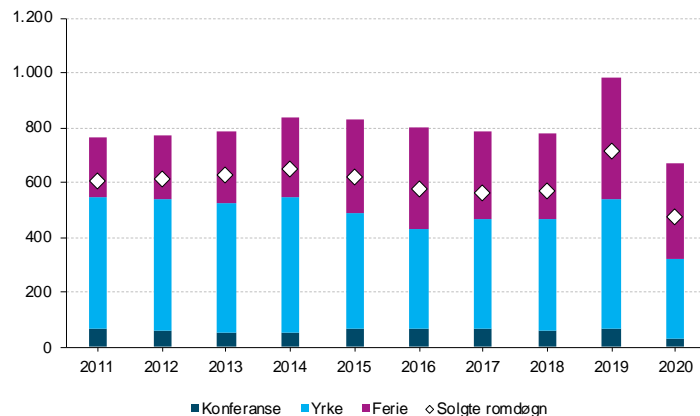
Nøkkel tall - Stavanger



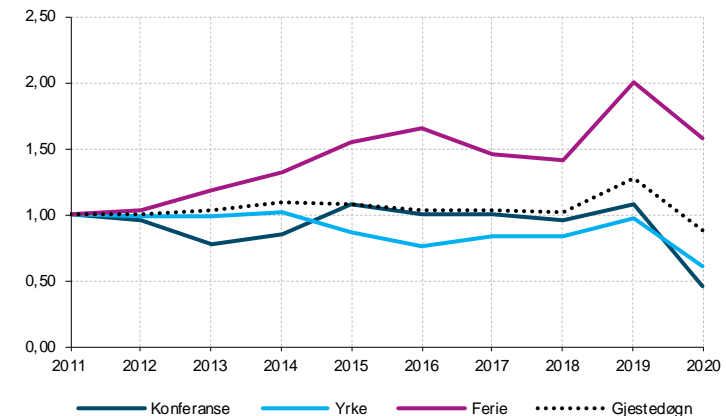
Kapasitet - Stavanger



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Stavanger



Relativ utvikling per segment - Stavanger



Tromsø

Tromsø fikk med seg to gode «Nordlysmåneder» før Norge «stengte» i mars. Konsekvensene av korona rammer utenlandske gjestedøgn hardt. Fra februar til mars gikk belegget fra 90 prosent til 34 prosent.

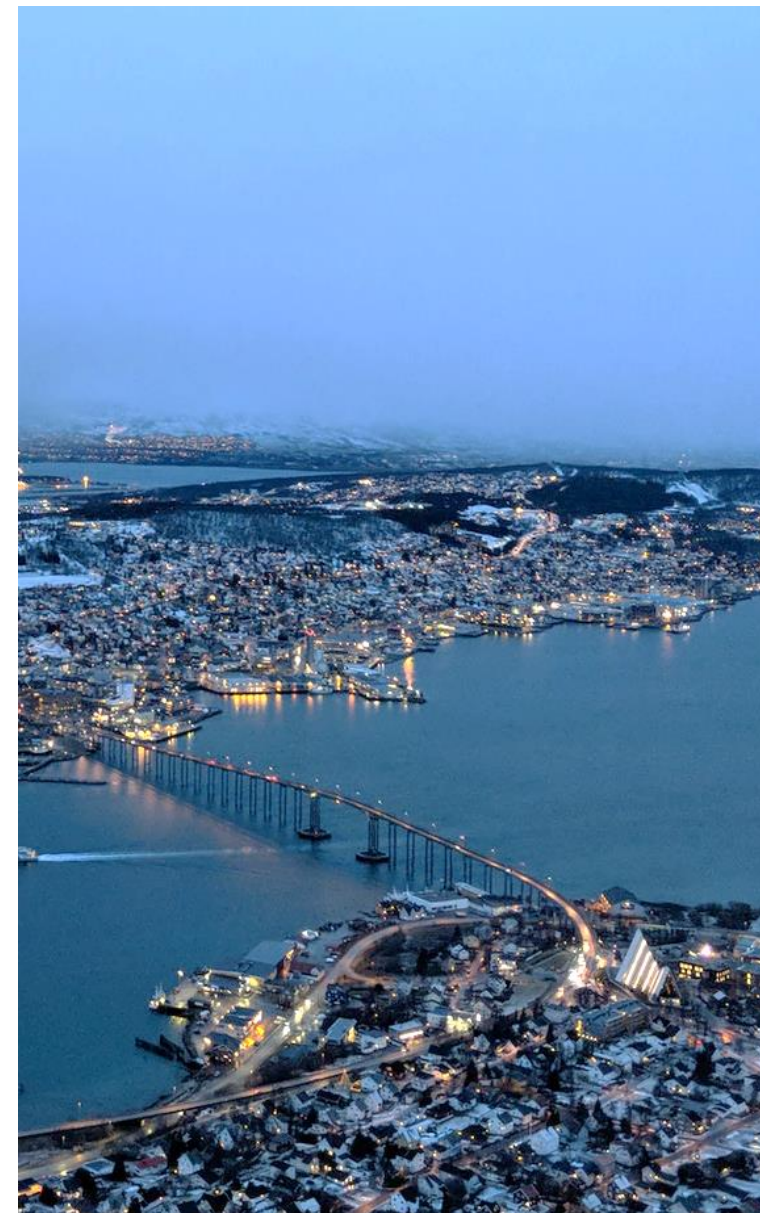
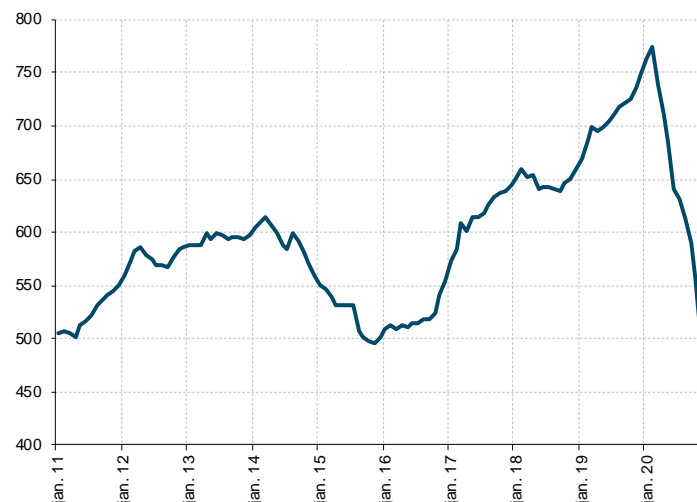
- Hotellkapasiteten endret seg ikke vesentlig mellom årene 2019 og 2020.
- Antall gjestedøgn i januar og februar før nedstengingen utgjør totalt 39 prosent av alle gjestedøgn i hele 2020.
- Prisene øker som følge av en god januar og februar, og at rimeligere volumkunder er ute av markedet resten av året. Den kraftige prisøkningen er også et resultat av at januar og februar, med svært høye priser, også står for ca. 50 % av all losjiosetning i 2020.

Forventinger om 2021 og videre fremover

- Det er flere hotellprosjekt i Tromsø som nå er på hold. Vi antar at flere prosjekt blir forskjøvet noe frem i tid. Det betyr at vi kan forvente en relativt høy kapasitetsøkning i perioden 2024 til 2026.
- Rundt 40 prosent av alle gjestedøgn i Tromsø er internasjonale og mye av dette er «Nordlysmarkedet» som er i spill. Dette markedet kommer ikke fullt tilbake før pandemien er over og den internasjonale reisetrafikken har normalisert seg. Mye av dette er fra det asiatiske markedet som trolig kommer senere i gang enn det europeiske markedet.
- Nasjonale yrkesreisende og konferanser vil trolig bli noe redusert, blant annet grunnet større grad av digitale møter pga. lange avstander og høye reisekostnader. Regionale møter og reisende vil komme raskere tilbake.
- «Nordlysturismen» har hatt en enorm etterspørsel, og vi tror den kan bidra sterkt igjen f.o.m. 2022.
- Kommer den internasjonale nordlystrafikken godt i gang igjen i 2022, forventer vi en bratt kurve og et belegg nærmere 60 prosent.



12-måneders rullerende RevPAR - Tromsø



Bilde: Tromsø.

Oversiktstabell - Tromsø

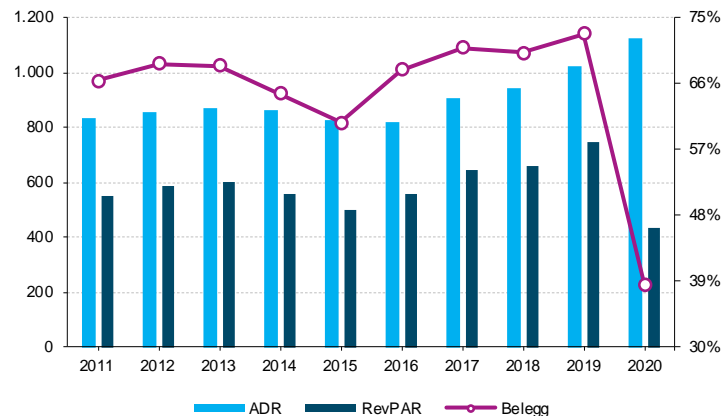
Tromsø	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	556	340	-216	-38,8 %
Internasjonale*	369	169	-200	-54,1 %
Konferanse*	105	35	-70	-66,7 %
Yrke*	272	134	-138	-50,6 %
Ferie*	549	341	-208	-37,9 %
Gjestedøgn*	925	510	-416	-44,9 %
Solgte rom*	603	324	-279	-46,3 %
Romkap.*	828	842	14	1,7 %
Losji**	619	364	-255	-41,2 %
Belegg	72,8 %	38,5 %	-34,3 %	-47,2 %
ADR***	1.026	1.123	97	9,4 %
RevPAR***	747	432	-315	-42,2 %

* Tall i tusen.
 ** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
 *** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

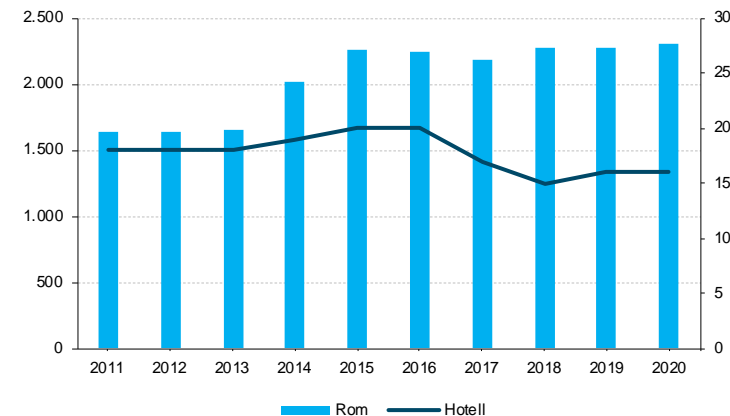
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

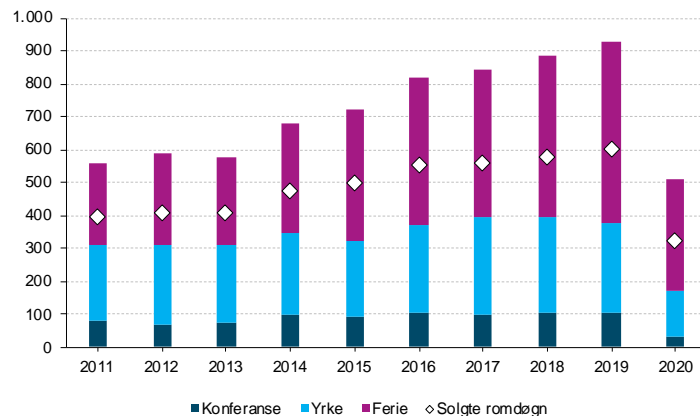
Nøkkel tall - Tromsø



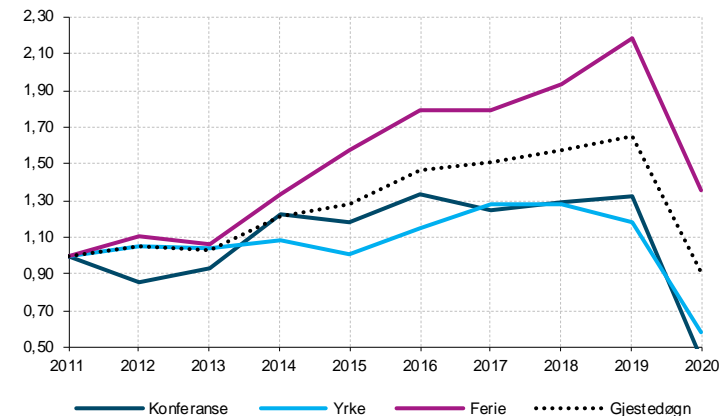
Kapasitet - Tromsø



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Tromsø



Relativ utvikling per segment - Tromsø



Kristiansand

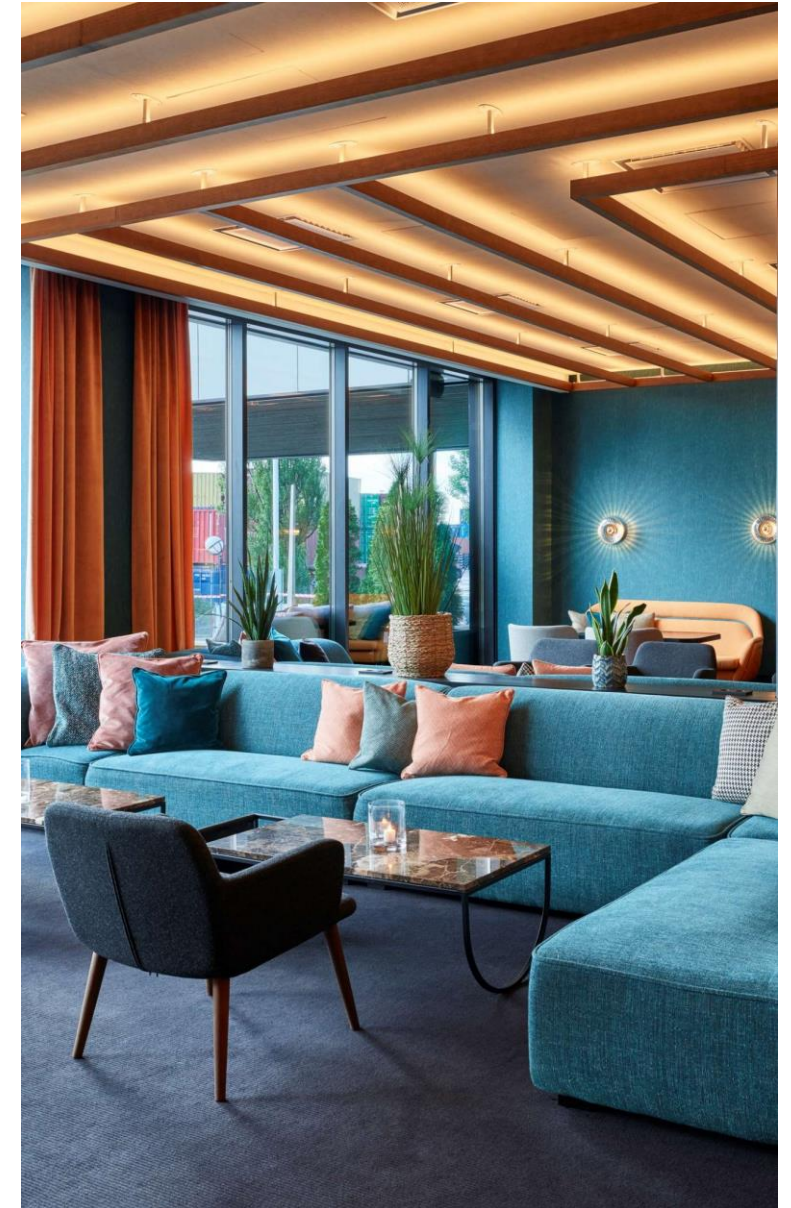
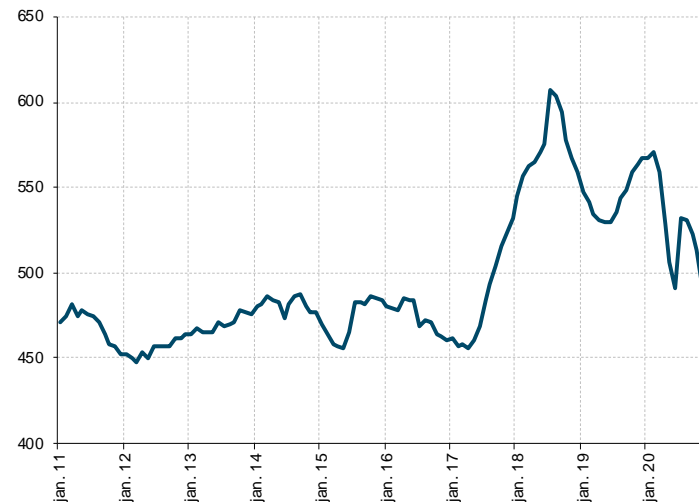
Kristiansand ble ikke overaskende en av vinnerne i 2020. Dette har sammenheng med et sterkt ferieprodukt, først og fremst rettet mot norske gjester i sommersesongen. I et normalår (2019) genererer månedene juni-august hele 49 % av all losjiovmsetning i kommunen. I 2020 er denne andelen økt til 62 %. Disse tre viktige sommermånedene har også svært høye priser, noe som bidrar til at prisøkningen blir «unaturlig» høy året sett under ett. Fra å ligge nest sist i RevPAR av de 8 største hotellkommunene i 2019, ble Kristiansand byen med høyest RevPAR i 2020. Også i forhold til endring av markedsandel (losjiovmsetning) er Kristiansand den store vinneren i 2020 (opp 1,16 %).

Forventninger til 2021 og videre fremover

- I forhold til de øvrige større byene har tallene fra Kristiansand hele høsten vært mer positiv både på yrkes- og feriemarkedet. Det er mye som tyder på at dette vil fortsette videre inn i 2021.
- Mye tyder også på at sommeren 2021 også kan bli svært bra.
- P.t. er Yess Hotel (konkurs) 67 rom ute av markedet. Hotellet kommer trolig tilbake i markedet. Ingen nye offentlig kjente prosjekter i pipeline, men finnes enkelte planer.



12-måneders rullerende RevPAR - Kristiansand



Bilde: Radisson Blu Caledonien Hotel, Kristiansand.

Oversiktstabell - Kristiansand

Kristiansand	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	521	510	-11	-2,2 %
Internasjonale*	51	26	-25	-48,8 %
Konferanse*	39	23	-16	-41,8 %
Yrke*	214	161	-53	-24,7 %
Ferie*	319	352	33	10,3 %
Gjestedøgn*	572	536	-36	-6,3 %
Solgte rom*	328	263	-66	-20,0 %
Romkap.*	592	633	41	6,9 %
Losji**	336	305	-31	-9,2 %
Belegg	55,5 %	41,5 %	-13,9 %	-25,1 %
ADR***	1.023	1.161	138	13,5 %
RevPAR***	568	482	-85	-15,1 %

* Tall i tusen.

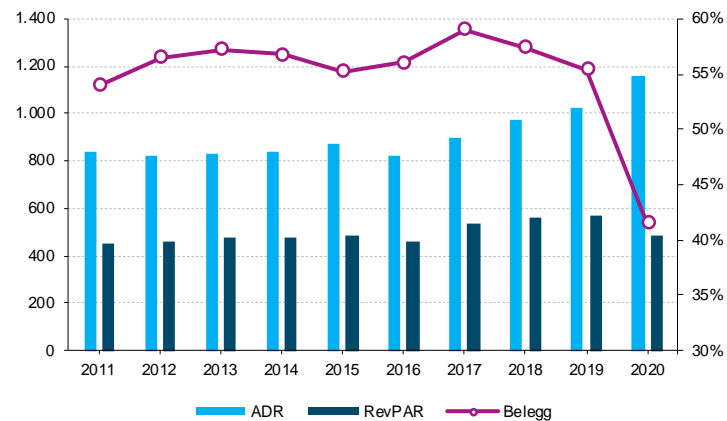
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

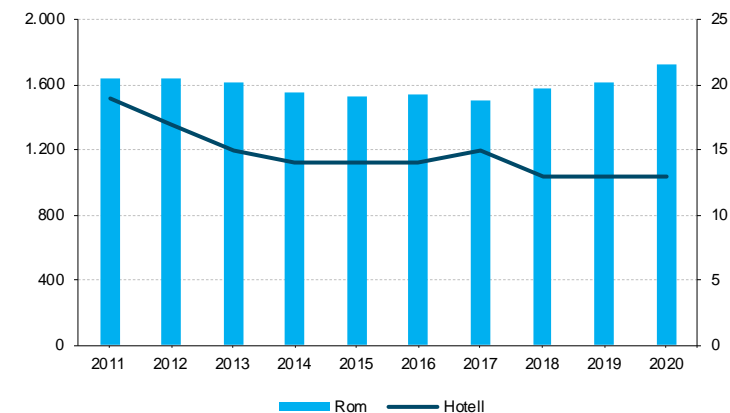
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

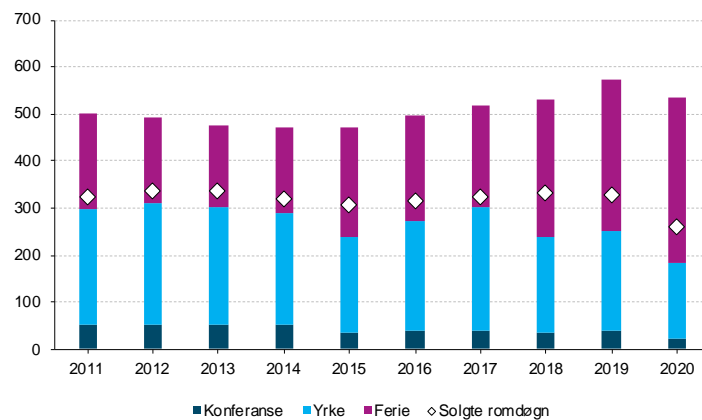
Nøkkel tall - Kristiansand



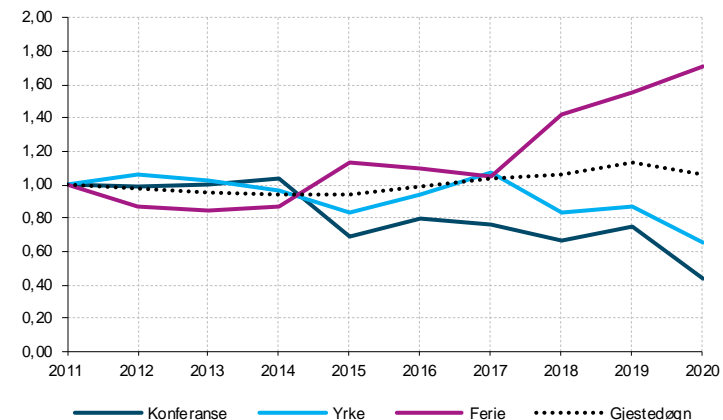
Kapasitet - Kristiansand



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Kristiansand



Relativ utvikling per segment - Kristiansand



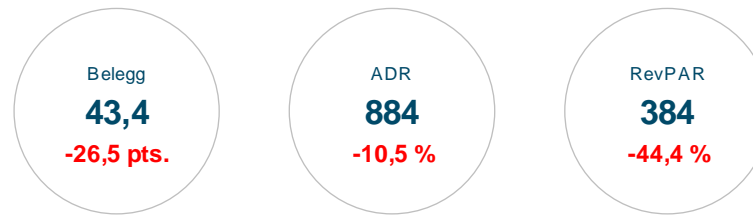
Bodø

Bodø har tapt mindre gjestedøgn fra yrke og fritid enn andre byer. Årsaken er at yrkestrafikken «internt» i Nord-Norge har holdt seg bedre pga. lokalt lave smittetall. Ferietrafikken er holdt oppe av nordmenn og Bodø som en «gateway» til Lofoten.

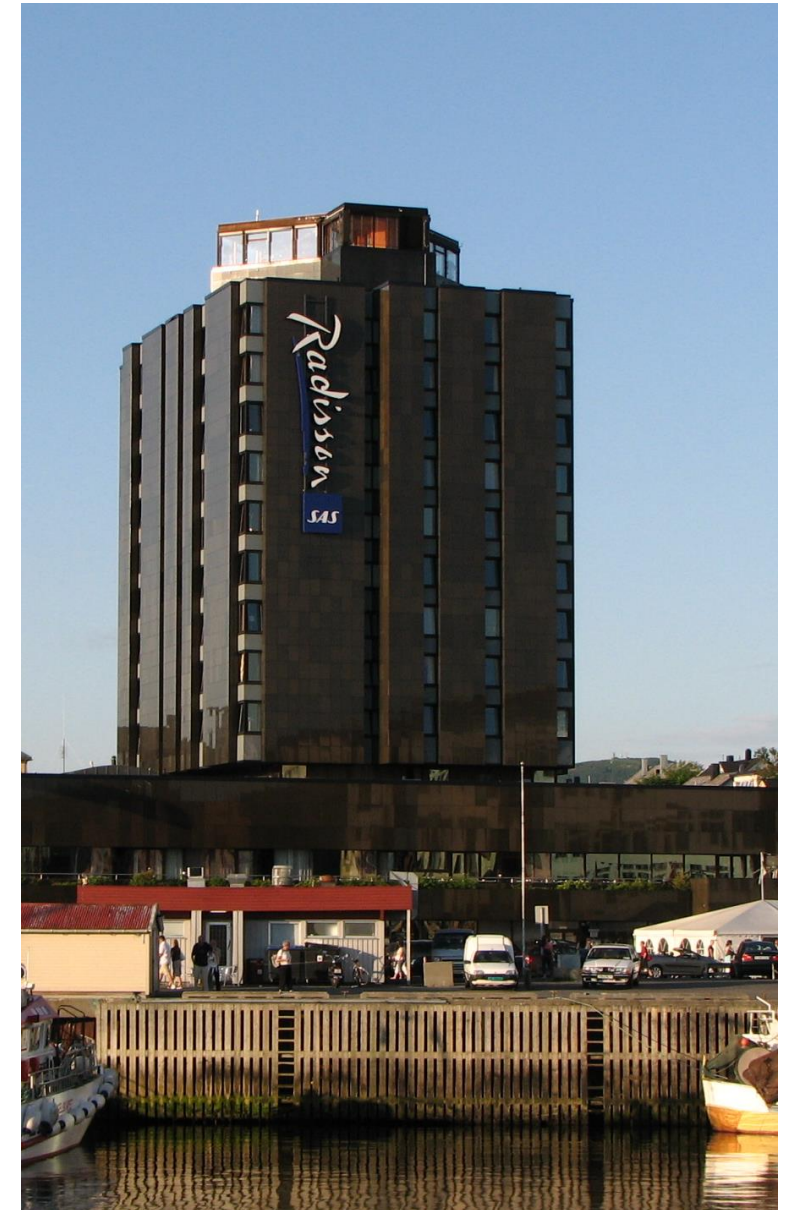
- Hotellkapasiteten øker med 5,7 prosent, som skyldes hotellrom som har vært ute for oppussing er tilbake i markedet.
- Gjennomsnittlig rompris faller mer i Bodø enn andre byer. Årsaken er mest sannsynlig tapet av godt betalte internasjonale gjester i et relativt lite marked.

Forventinger om 2021 og fremover

- Etter flere år med liten kapasitetsøkning er det nå flere prosjekter på gang i Bodø. I 2021 åpner både Quality Hotel Ramsalt og Comfort Hotel Bodø med til sammen over 400 rom.
- Den kraftige økning i kapasitet gjør at det vil ta lenger tid før Bodø er tilbake på et tilfredsstillende beleggsnivå. Men, det skjer mye i Bodø så prognosene er usikre. Bodø står foran et gigantisk by- og flyplass prosjekt som kommer til å skape stor aktivitet. Flyplassen skal flyttes og det åpner seg muligheter for ny byutvikling.
- Våre prognoser viser at belegget vil gå ytterligere ned i 2021 før det snur og går svakt opp fra og med 2022.



12-måneders rullerende RevPAR - Bodø



Bilde: Radisson Blu Hotel Bodø, Bodø.
Foto: Lars Røed Hansen

Oversiktstabell - Bodø

Bodø	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	285	222	-63	-22,1 %
Internasjonale*	55	14	-41	-74,1 %
Konferanse*	54	20	-34	-62,9 %
Yrke*	153	105	-48	-31,3 %
Ferie*	133	111	-22	-16,7 %
Gjestedøgn*	340	236	-104	-30,6 %
Solgte rom*	252	166	-87	-34,3 %
Romkap.*	361	381	21	5,7 %
Losji**	249	146	-103	-41,2 %
Belegg	69,9 %	43,4 %	-26,5 %	-37,8 %
ADR***	988	884	-104	-10,5 %
RevPAR***	690	384	-306	-44,4 %

* Tall i tusen.

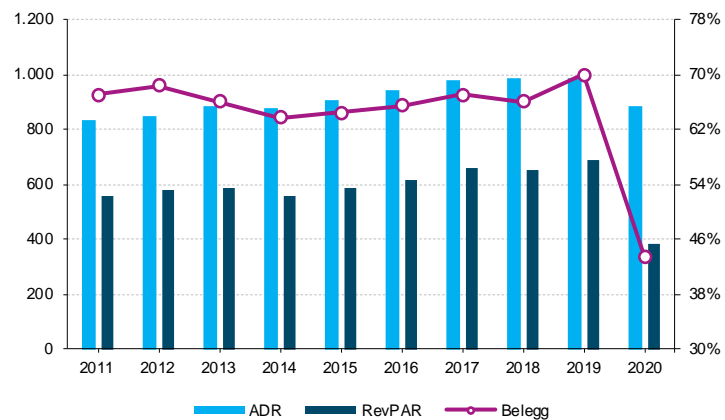
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

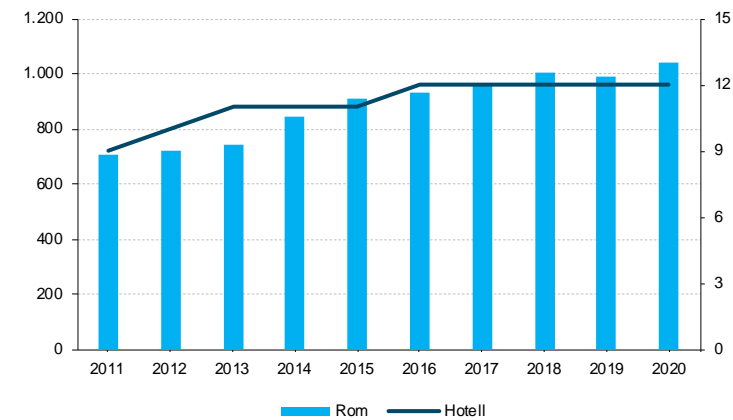
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

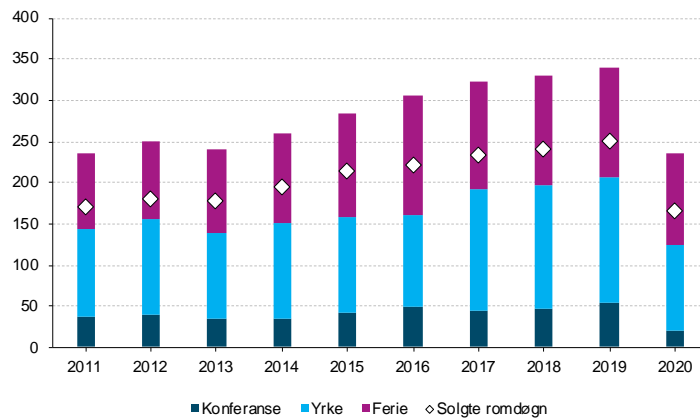
Nøkkel tall - Bodø



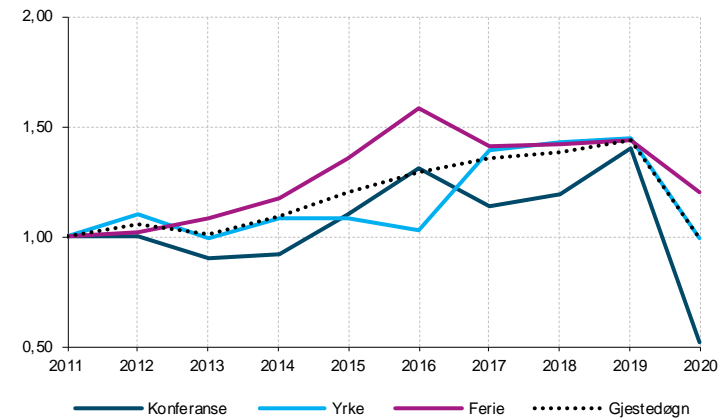
Kapasitet - Bodø



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Bodø

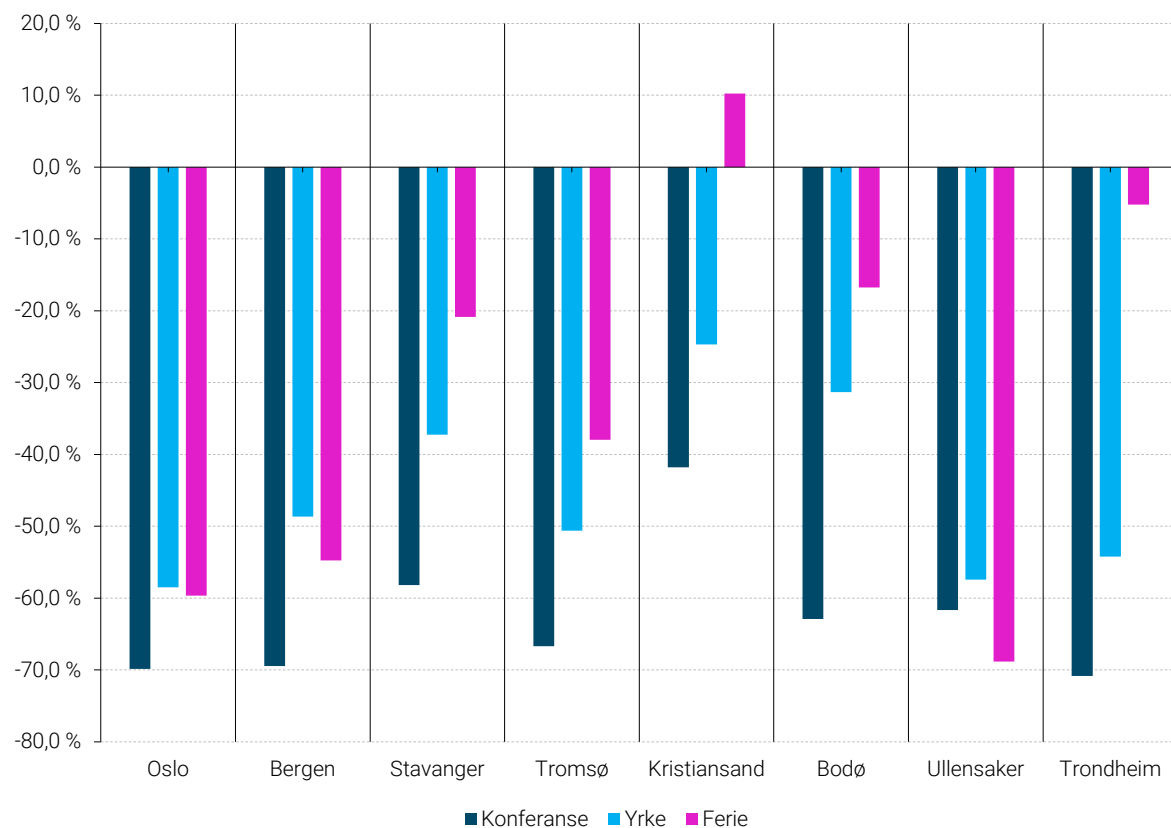


Relativ utvikling per segment - Bodø



Endring i gjestedøgn per destinasjon

Endring 2020 vs. 2019



Konferanse

	Oslo	Bergen	Stavanger	Tromsø	Kristiansand	Bodø	Ullensaker	Trondheim
Januar	19,3 %	31,6 %	14,8 %	-10,2 %	71,3 %	19,5 %	-3,8 %	11,7 %
Februar	18,3 %	-7,7 %	-27,5 %	14,0 %	22,7 %	7,3 %	-13,2 %	-4,9 %
Mars	-82,2 %	-74,6 %	-60,6 %	-52,3 %	-59,7 %	-60,6 %	-40,7 %	-84,4 %*
April	-94,1 %	-97,6 %	-96,7 %	-98,8 %	-44,1 %	-99,2 %	-97,7 %*	-99,2 %*
Mai	-95,5 %	-97,3 %	-96,5 %	-94,7 %	-88,6 %	-95,0 %	-97,0 %*	-98,7 %*
Juni	-88,4 %	-91,4 %	-87,4 %	-75,0 %	-80,3 %	-92,3 %	-93,5 %*	-93,9 %*
Juli	-91,3 %	-69,9 %	-55,4 %	-71,0 %	-76,1 %	-76,3 %	-71,5 %	-84,0 %
August	-79,1 %	-42,1 %	-56,3 %	-78,9 %	89,0 %	-24,1 %	-61,2 %	-68,9 %
September	-72,0 %	-74,6 %	-26,6 %	-58,1 %	-34,8 %	-71,4 %	-75,0 %*	-68,3 %*
Oktober	-80,5 %	-70,4 %	-34,4 %	-70,9 %	-50,0 %	-55,5 %	-68,7 %	-75,4 %*
November	-91,3 %	-90,5 %	-86,3 %	-94,1 %	-68,8 %	-69,9 %	-90,4 %	-91,5 %*
Desember	-89,9 %	-74,4 %	-43,1 %	-91,4 %	-80,2 %	-72,6 %	-40,3 %	-78,7 %
Året	-69,8 %	-69,4 %	-58,2 %	-66,7 %	-41,8 %	-62,9 %	-61,7 %	-70,8 %

Yrke

	Oslo	Bergen	Stavanger	Tromsø	Kristiansand	Bodø	Ullensaker	Trondheim
Januar	-1,3 %	3,4 %	4,6 %	-20,2 %	12,8 %	3,6 %	14,5 %	18,8 %
Februar	1,6 %	10,3 %	6,6 %	5,6 %	23,8 %	14,3 %	9,7 %	11,0 %
Mars	-56,6 %	-42,3 %	-49,0 %	-59,5 %	-34,6 %	-44,2 %	-46,2 %	-62,1 %*
April	-83,6 %	-73,1 %	-67,2 %	-78,6 %	-86,9 %	-76,8 %	-80,3 %*	-90,8 %*
Mai	-83,7 %	-71,6 %	-65,7 %	-63,7 %	-39,4 %	-67,0 %	-68,7 %*	-74,3 %*
Juni	-70,2 %	-61,0 %	-40,2 %	-57,0 %	-22,9 %	-28,2 %	-58,2 %*	-56,5 %*
Juli	-48,8 %	-34,4 %	-9,2 %	-45,0 %	12,7 %	16,3 %	-75,0 %*	-22,4 %
August	-64,0 %	-57,7 %	-61,4 %	-57,7 %	-57,4 %	-32,6 %	-72,9 %*	-63,1 %
September	-62,8 %	-58,1 %	-56,1 %	-62,0 %	-20,2 %	-18,8 %	-71,3 %*	-74,0 %*
Oktober	-66,6 %	-53,9 %	-27,9 %	-63,0 %	-5,5 %	-26,7 %	-70,7 %*	-74,8 %*
November	-74,0 %	-62,0 %	-40,7 %	-63,3 %	-48,1 %	-52,1 %	-72,0 %*	-85,2 %*
Desember	-74,6 %	-40,4 %	-13,8 %	-60,8 %	-35,6 %	-66,9 %	-72,8 %*	-53,5 %
Året	-58,5 %	-48,6 %	-37,2 %	-50,6 %	-24,7 %	-31,3 %	-57,4 %	-54,2 %

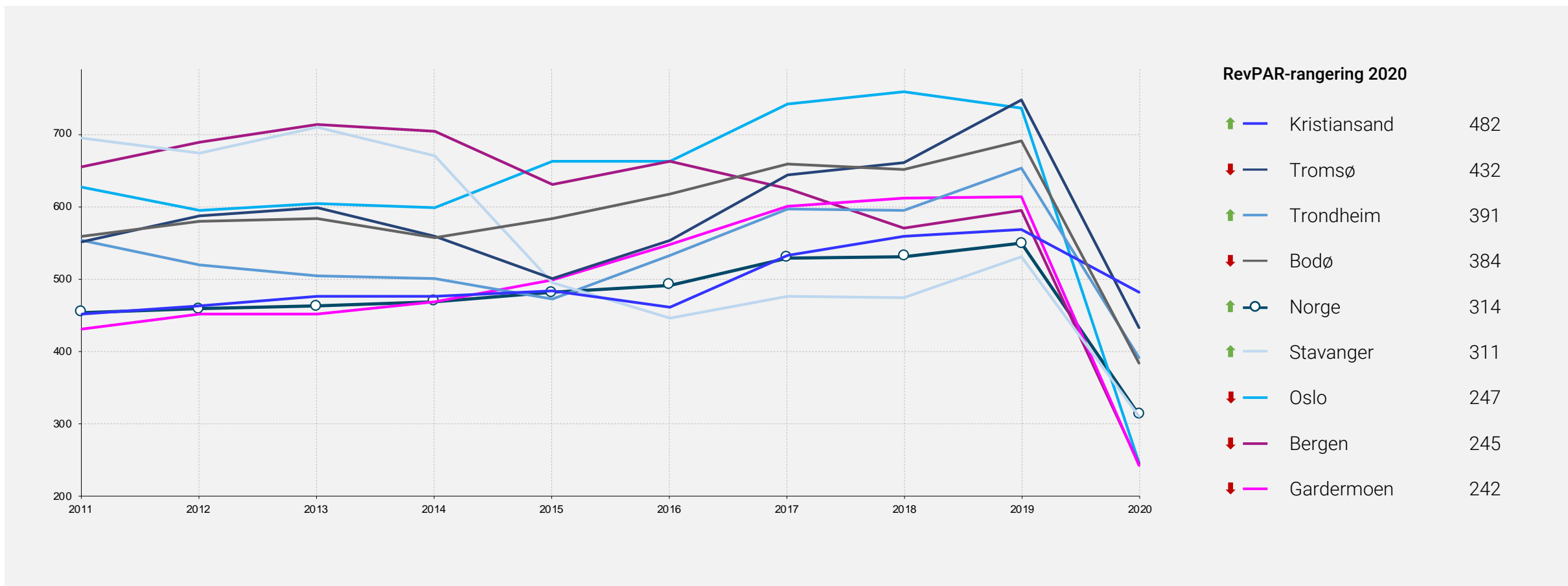
Ferie

	Oslo	Bergen	Stavanger	Tromsø	Kristiansand	Bodø	Ullensaker	Trondheim
Januar	16,9 %	16,6 %	84,3 %	17,0 %	17,5 %	9,3 %	-12,5 %	58,7 %
Februar	23,8 %	19,4 %	84,5 %	5,2 %	45,1 %	20,6 %	-8,3 %	62,4 %
Mars	-68,7 %	-65,6 %	-59,2 %	-59,0 %	-57,4 %	-49,4 %	-51,4 %	-58,4 %*
April	-93,9 %	-95,0 %	-68,6 %	-97,0 %	-93,5 %	-85,5 %	-94,1 %*	-93,1 %*
Mai	-89,2 %	-89,4 %	-69,1 %	-80,7 %	-46,1 %	-71,7 %	-89,0 %*	-73,8 %
Juni	-73,1 %	-75,0 %	-46,3 %	-61,3 %	5,0 %	-37,3 %	-87,2 %*	-22,6 %
Juli	-44,0 %	-16,3 %	18,7 %	-11,9 %	28,1 %	15,1 %	-70,1 %	49,0 %
August	-63,2 %	-54,7 %	-22,3 %	-29,2 %	53,7 %	-20,2 %	-81,7 %	18,2 %
September	-65,5 %	-72,6 %	-35,3 %	-28,5 %	46,1 %	-6,8 %	-82,6 %	12,4 %*
Oktober	-65,2 %	-53,5 %	5,5 %	-32,5 %	23,9 %	11,9 %	-81,6 %	23,0 %*
November	-78,7 %	-81,1 %	-60,0 %	-71,5 %	-43,8 %	-57,8 %	-25,2 %	-38,3 %*
Desember	-76,2 %	-69,8 %	-29,7 %	-76,5 %	-9,9 %	-15,4 %	-50,2 %	-56,0 %
Året	-59,6 %	-54,7 %	-20,8 %	-37,9 %	10,3 %	-16,7 %	-68,8 %	-5,2 %

Endringene vises mot tilsvarende måned/periode i fjor. Farge indikerer hvilken destinasjon som hadde høyest/lavest endring i måneden/perioden. Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

* Tall er estimert grunnet manglende datagrunnlag.

Utvikling i RevPAR



Kilde: Statistikknett / SSB



MARKEDSTALL SVERIGE

Statistikk over Sverige, Stockholm,
Göteborg og Malmö

Sverige

Sverige	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	29.652	19.341	-10.311	-34,8 %
Internasjonale*	9.853	3.153	-6.700	-68,0 %
Konferanse*	2.196	730	-1.466	-66,8 %
Yrke*	11.112	6.171	-4.941	-44,5 %
Ferie*	12.165	7.395	-4.771	-39,2 %
Gjestedøgn*	39.505	22.494	-17.011	-43,1 %
Solgte rom*	25.473	14.295	-11.177	-43,9 %
Romkap.*	43.717	41.946	-1.771	-4,1 %
Losji**	26.449	12.903	-13.546	-51,2 %
Belegg	58,3 %	34,1 %	-24,2 %	-41,5 %
ADR***	1.038	903	-136	-13,1 %
RevPAR***	605	308	-297	-49,2 %

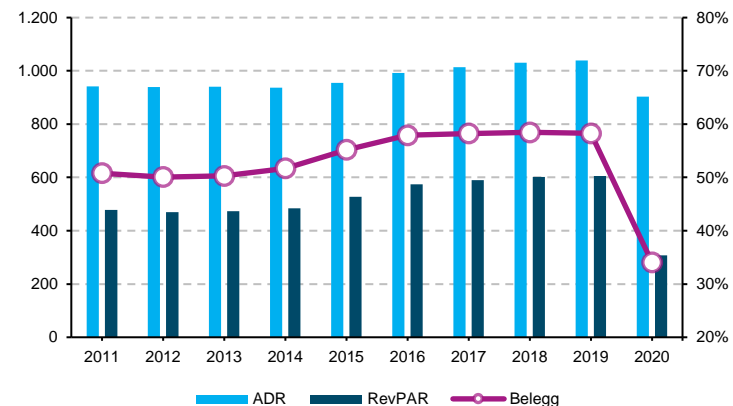
* Tall i tusen.
 ** Losjomsetningen er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
 *** ADR og RevPAR er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Hele tall.

Tall for nasjonalitet viser gjestedøgn / Tall for segmenter viser romdøgn

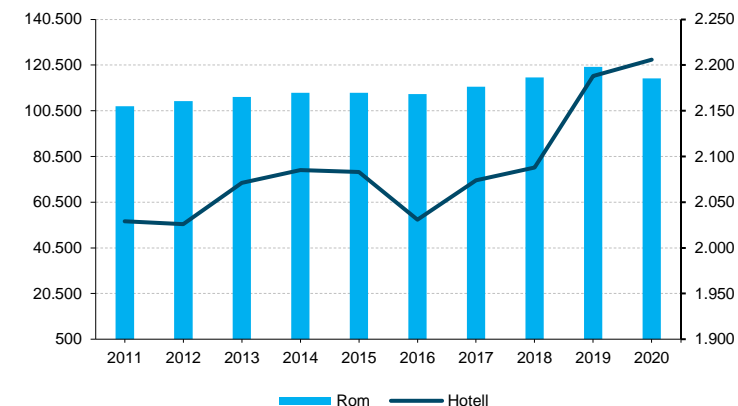
Romkapasitet gjelder kun for åpne hoteller.

Kilde: SCB og Hotelia.

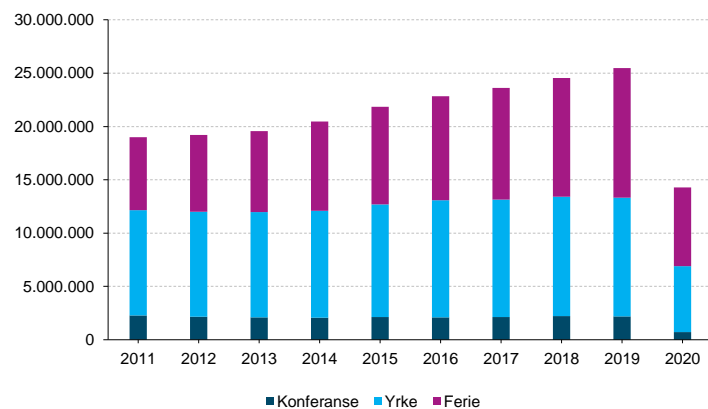
Nøkkel tall - Sverige



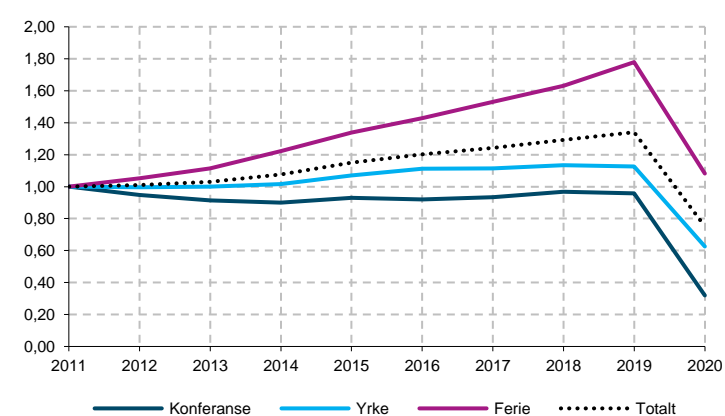
Kapasitet - Sverige



Solgte romdøgn per segment - Sverige



Relativ utvikling per segment - Sverige



Stockholm

Stockholm	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	5.616	2.556	-3.060	-54,5 %
Internasjonale*	3.824	963	-2.861	-74,8 %
Konferanse*	289	83	-206	-71,4 %
Yrke*	2.677	1.000	-1.677	-62,7 %
Ferie*	3.112	1.254	-1.858	-59,7 %
Gjestedøgn*	9.440	3.519	-5.920	-62,7 %
Solgte rom*	6.078	2.336	-3.742	-61,6 %
Romkap.*	8.466	7.633	-833	-9,8 %
Losji**	7.508	2.173	-5.335	-71,1 %
Belegg	71,8 %	30,6 %	-41,2 %	-57,4 %
ADR***	1.235	930	-305	-24,7 %
RevPAR***	887	285	-602	-67,9 %

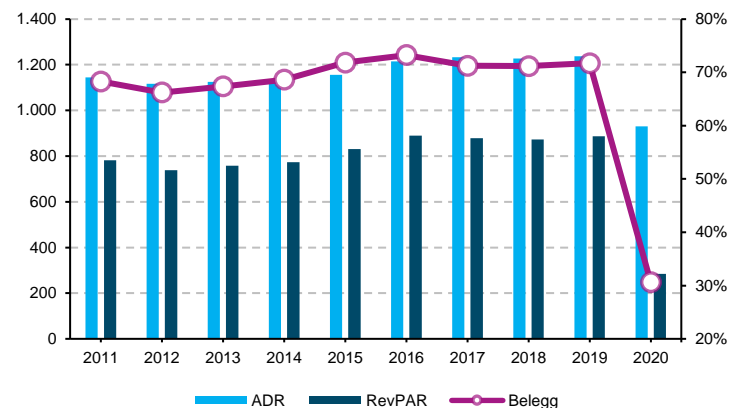
* Tall i tusen.
 ** Losjomsetningen er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
 *** ADR og RevPAR er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Hele tall.

Tall for nasjonalitet viser gjestedøgn / Tall for segmenter viser romdøgn

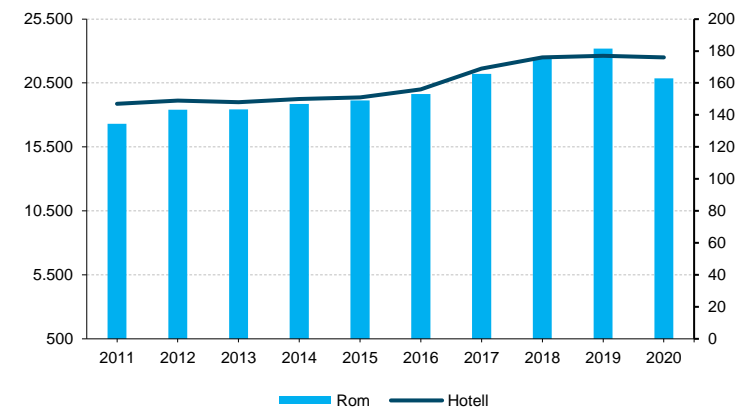
Romkapasitet gjelder kun for åpne hoteller.

Kilde: SCB og Hotelia.

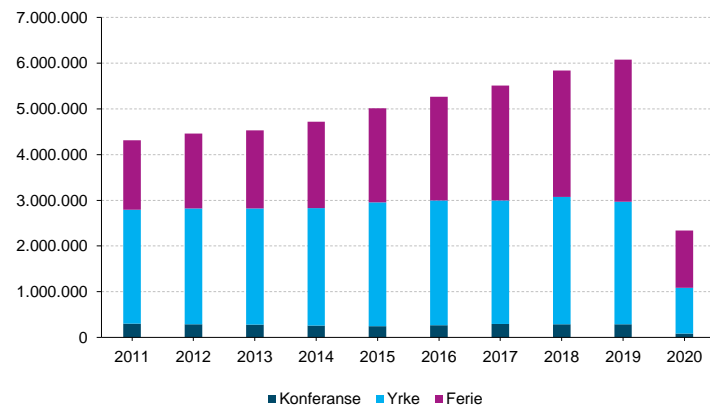
Nøkkel tall - Stockholm



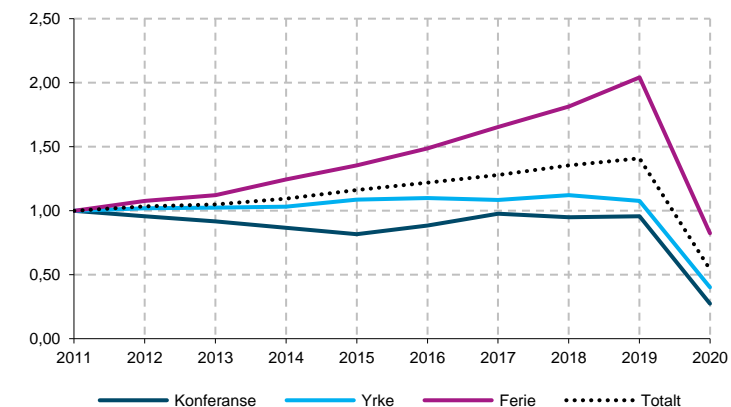
Kapasitet - Stockholm



Solgte romdøgn per segment - Stockholm



Relativ utvikling per segment - Stockholm



Göteborg

Göteborg	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	2.749	1.495	-1.254	-45,6 %
Internasjonale*	1.152	290	-862	-74,8 %
Konferanse*	175	49	-125	-71,9 %
Yrke*	1.111	447	-664	-59,7 %
Ferie*	1.149	609	-541	-47,0 %
Gjestedøgn*	3.901	1.785	-2.116	-54,2 %
Solgte rom*	2.435	1.105	-1.330	-54,6 %
Romkap.*	3.363	3.081	-282	-8,4 %
Losji**	2.706	992	-1.713	-63,3 %
Belegg	72,4 %	35,9 %	-36,5 %	-50,5 %
ADR***	1.111	898	-213	-19,2 %
RevPAR***	805	322	-483	-60,0 %

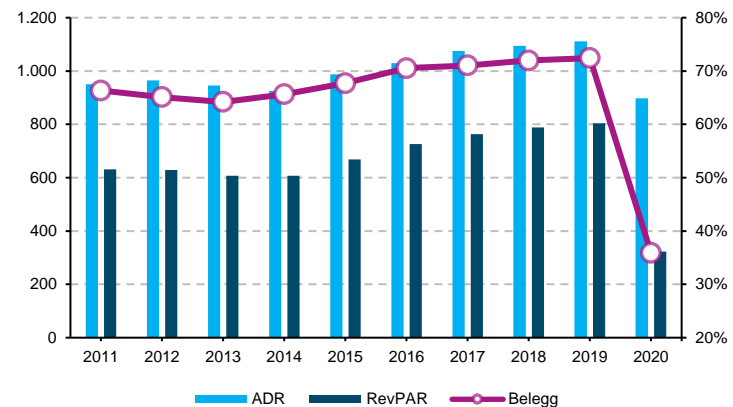
* Tall i tusen.
 ** Losjomsetningen er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
 *** ADR og RevPAR er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Hele tall.

Tall for nasjonalitet viser gjestedøgn / Tall for segmenter viser romdøgn

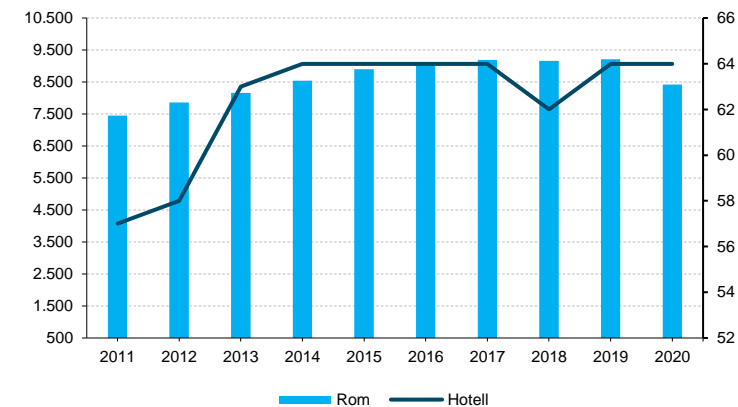
Romkapasitet gjelder kun for åpne hoteller.

Kilde: SCB og Hotelia.

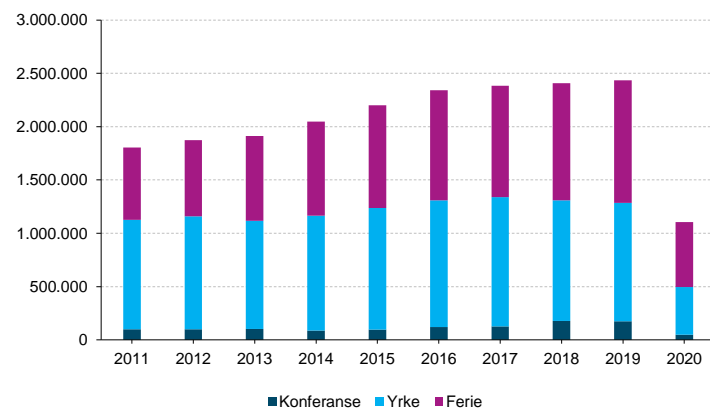
Nøkkel tall – Göteborg



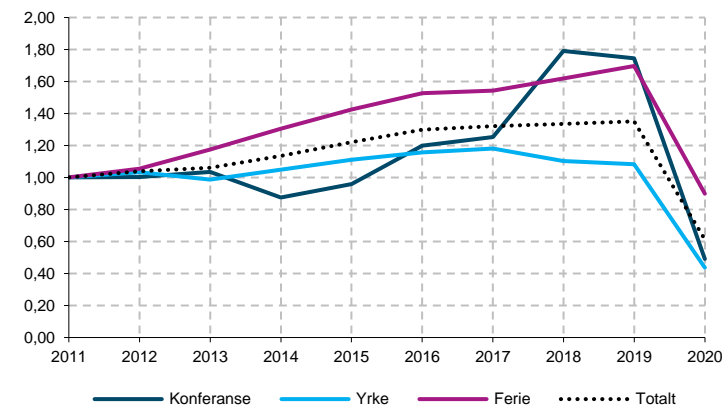
Kapasitet - Göteborg



Solgte romdøgn per segment - Göteborg



Relativ utvikling per segment - Göteborg



Malmö

Malmö	2019	2020	Endr.	Pros.
Nasjonale*	1.387	785	-601	-43,4 %
Internasjonale*	599	196	-403	-67,2 %
Konferanse*	84	23	-61	-72,3 %
Yrke*	599	297	-301	-50,4 %
Ferie*	593	313	-281	-47,3 %
Gjestedøgn*	1.986	982	-1.004	-50,6 %
Solgte rom*	1.276	633	-643	-50,4 %
Romkap.*	1.846	1.772	-74	-4,0 %
Losji**	1.090	493	-597	-54,8 %
Belegg	69,1 %	35,7 %	-33,4 %	-48,3 %
ADR***	854	779	-75	-8,8 %
RevPAR***	590	278	-312	-52,9 %

* Tall i tusen.

** Losjomsetningen er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

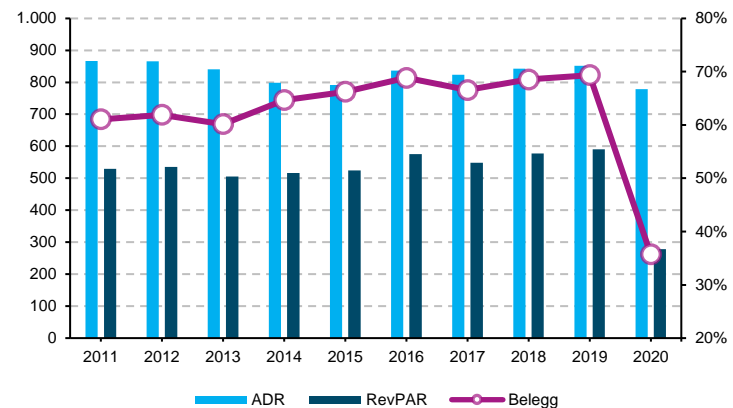
*** ADR og RevPAR er oppgitt i svenske kroner og er nominelle. Hele tall.

Tall for nasjonalitet viser gjestedøgn / Tall for segmenter viser romdøgn

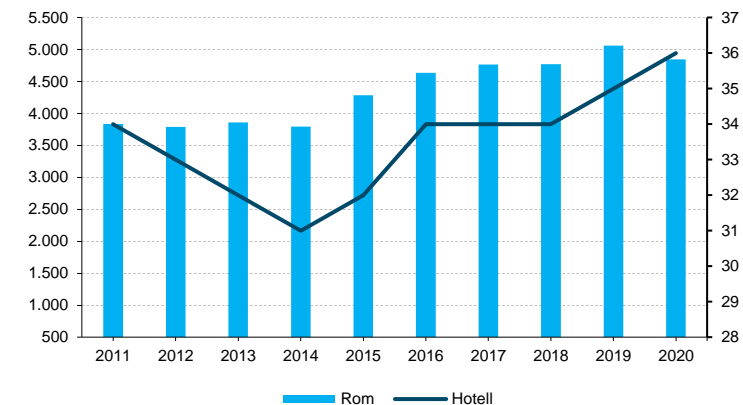
Romkapasitet gjelder kun for åpne hoteller.

Kilde: SCB og Hotelia.

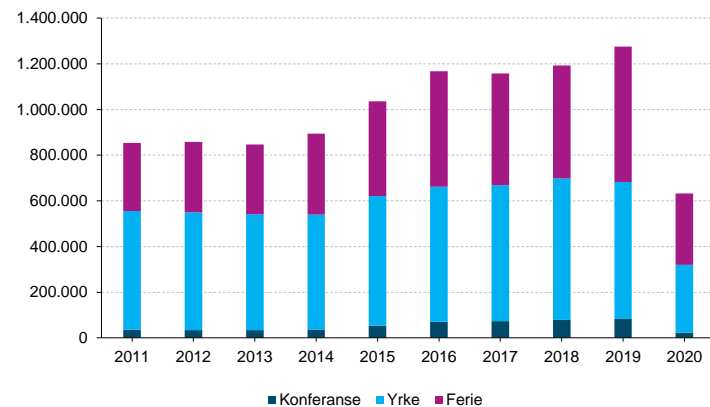
Nøkkel tall - Malmö



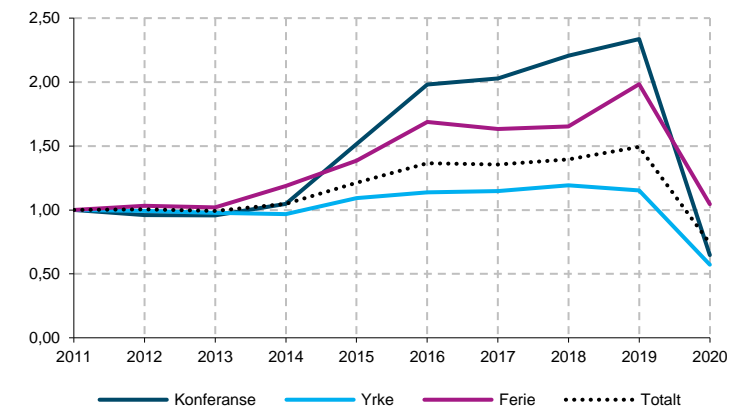
Kapasitet - Malmö



Solgte romdøgn per segment - Malmö



Relativ utvikling per segment - Malmö



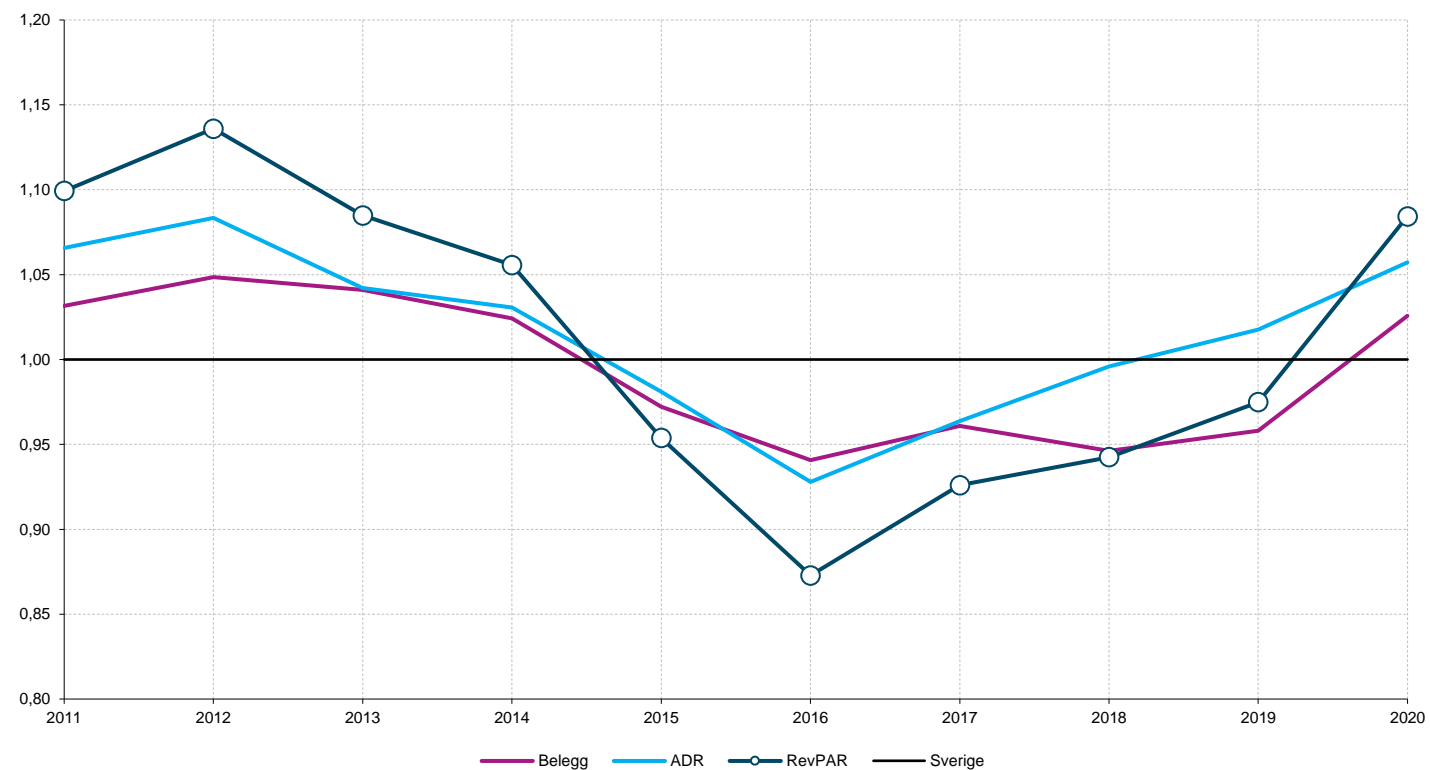
Norge vs. Sverige

2020	Norge	Δ-Pros.	Sverige	Δ-Pros.
Nasjonale*	12.542	-30,2 %	19.341	-34,8 %
Internasjonale*	2.014	-71,5 %	3.153	-68,0 %
Gjestedøgn*	14.556	-41,8 %	22.494	-43,1 %
Solgte romdøgn*	9.647	-42,0 %	14.295	-43,9 %
Romkap.****	27.598	-7,4 %	41.946	-4,1 %
Losjiosetning**	9.444	-42,3 %	12.903	-51,2 %
Belegg	35,0 %	-20,9 %	34,1 %	-24,2 %
ADR***	979	-0,5 %	903	-13,1 %
RevPAR***	342	-37,7 %	308	-49,2 %

* Tall i tusen.
 ** Losjiosetningen er nominelle. Tall i millioner. NOK for Norge og SEK for Sverige.
 *** ADR og RevPAR er nominelle. Hele tall. NOK for Norge og SEK for Sverige.
 **** Romkapasitet for både Norge og Sverige vises kun for åpne hoteller.

Tall for nasjonalitet viser gjestedøgn.
 Endring for belegg vises i prosentpoeng.

Markedspenetrasjon Norge vs. Sverige



I grafen for markedspenetrasjon er ADR og RevPAR for Sverige regnet om til norske kroner slik at tallene er direkte sammenlignbare.



Telemark – der historien møter fremtiden

Av Ole Gorseth Augestad

Telemark – der historien møter fremtiden

2020 endte opp som et «annus horribilis» for hotell- og reiselivsbransjen internasjonalt. Mer enn et norsk oljefond i tapt omsetning mot 2019, millioner av ansatte i fare og tusener av bedrifter som går tapt. Også i Norge har det, til tross for flere runder med statlige tiltak, vært ille. Men vi finner også solskinnshistorier – som i Norwegian Hospitality Group.

Man kan ankomme Dalen i Telemark på flere måter. Fra øst, med bil over Kongsberg og Seljord eller med båt opp Telemarkskanalen. Fra nord (egentlig fra Vestlandet) over Haukeli eller fra sørvest over Suleskardet. Hver av dem har sitt særpreg, og man må egentlig se på et kart over Norge for å forstå at stedet Dalen egentlig var et naturlig knutepunkt, på veien mellom øst og vest.

I det du slår igjen bildøra, tar du steget 125 år inn i fortiden. Dalen Hotel sto ferdig i 1894, og det ble da en del av en bølge av luksushoteller som åpnet for å møte et reiseønske hos kongelige, rike og berømte. Waldorf Astoria (New York), Savoy (London), Badrutt's Palace (St. Moritz) og Ritz (Paris). Og altså Dalen Hotel i Telemark. Morgedal sies å være skisportens vugge; vi kan gjerne også flørte med tanken på den moderne turismens vugge bare noen mil unna.

Norwegian Hospitality Group og Thor Morten Halvorsen overtok hotellet i 2007 og har med støtte fra Innovasjon Norge totalrenovert det, utvidet fra 41 til 49 rom og tatt det tilbake til fordums storhet. Med noen tekniske modifikasjoner, det skal sies, men det ekte har man gått langt for å beholde. Balansen mellom det originale og ekte og kravene til komfort fra et nytt årtusen virker å være godt ivaretatt. Og midt i prosessen, i 2009, ble man stilt overfor en ny utfordring da en av kanalbåtene på Telemarkskanalen, M/S Henrik Ibsen, ble tatt ut av trafikk på grunn av dårlig tilstand. Dermed skiftet båten også eier og et nytt, storstilt renoveringsprosjekt var i gang. Hvis vi spør eneeier og hotellentusiast Thor Morten Halvorsen i dag om hvor motivasjonen kom fra, vil han antagelig svare at dette er en investering gjort med hjertet, og ikke med kalkulatoren. Men trolig vil han også snakke begeistret videre om hvordan virksomheten i Telemark i dag er diamanten i konsernet.

Det klassiske hotellproduktet som skal møte forventninger fra 2021, og restaurantmat på gourmetnivå som skal balanseres med et vinutvalg som kan få en entusiast til å himle med øynene – og dette skal gjøres på et lite sted med kort sesong og utfordringer hva angår personal med fagkompetanse. Alt annet enn enkelt, men du så moro når man har lidenskapen som drivkraft.



Hva har egentlig skjedd de siste årene? Tallene er ganske imponerende når vi slår sammen virksomhetene Dalen Hotel og Telemarkskanalen (M/S Henrik Ibsen og cafédrift langs kanalen).

2014: NHGs virksomhet i Telemark omsatte netto for totalt MNOK 16,5.

2020: NHGs virksomhet i Telemark omsatte netto for totalt MNOK 43,0.

2014: Mat og drikke utgjorde 46 % av total omsetning for NHGs virksomhet i Telemark.

2020: Mat og drikke utgjorde 52 % av total omsetning for NHGs virksomhet i Telemark.

2014: Dalen Hotel oppnådde for perioden mai – september en TReVPAR* på 1.805,-

2020: Dalen Hotel oppnådde for perioden mai – september en TReVPAR* på 3.466,-

Vi forsøker å få noen forklaringer på hvordan denne bratte utviklingen har kommet i stand og snakker med administrerende direktør i Norwegian Hospitality Group, Erling M. Kristensen, som gjør seg noen betraktninger.

- Vi identifiserte tidlig at «Telemarksoperasjonen» vår var en slags eventyrfortelling, et norsk Disneyeventyr og et alvorlig forsøk på å gjøre det umulige mulig. Å klare å skape en hotellvirksomhet i eliteklassen med en restaurant på skyhøyt nivå i lille Dalen, er alt annet enn selvsagt, og mange hadde forsøkt før oss.
- Vi la en strategi som handlet om å forsøke å kommunisere mot et høyprissegment både i norsk og internasjonalt marked, og selv om vi nok har hatt våre tvil underveis, var vi ganske sikre på at opplevelsen var god nok til å gi god verdi for pengene.
- Gjennom overtagelsen av M/S Henrik Ibsen og etter hvert både Lastein Bryggjekafé og Lunde Slusekro, fikk vi gradvis større eierskap til hele operasjonen. På mange måter kan ikke den ene delen fungere fullt ut med mindre den andre delen virker like godt. Hotellet er den store attraksjonen i enden av Telemarkskanalen, og de kompletterer hverandre.
- Etableringen av et eget reisebyrå på nett, Norwegian Travel Group, og egen bookingmotor har vært en nøkkel. Vi har laget en løsning hvor man selv kan bestille et stort utvalg av enkeltprodukter og pakker, og det har styrket både våre egne virksomheter i Telemark og andre aktører, private og offentlige. En såkalt vinn-vinn i praksis. Eierskap til hele verdikjeden er viktig!

NHGs virksomheter i Telemark så, sorte tall på bunnen av regnskapet for første gang i 2019, og i 2020 har man tjent penger. Vi vet at mange i bransjen «tok ut litt ekstra» på Norgesferien 2020. Var det også sånn for NHG?

- Egentlig ikke, sier Kristensen. Vi har fulgt samme strategi hele veien og lå an til en solid økning. Så skjedde noen ulike ting ganske fort: 1) Vi fikk utsatt åpningen med en måned grunnet lockdown. 2) Alle gruppebookinger ble kansellert, og dermed forsvant alle de laveste prisene ut av systemene våre. 3) Den ledige kapasiteten ble rask solgt, og da til vesentlig høyere priser. På mange måter ble situasjonen en slags katalysator som virkeliggjorde en strategi for revenue management som vi allerede hadde jobbet med over tid.

Diversifisering og solid håndverk

Det er også spennende å observere at NHG ikke bare har parert koronaen solid i Telemark. Son Spa, hvor NHG er både eier og driver, måtte stenge i 2,5 måneder fra medio mars -20. Etter det var responsen fra markedet upåklagelig, og hotellet endte opp med historiens beste sommersesong og økte faktisk med 15 % for perioden juni – august mot fjorår. Farris Bad (NHG er huseier) leverte også solid. Og i et mer forretningsrettet marked har Thon Hotel Linne og Thon Hotel Vette vært sterkt involvert i den «store dugnaden» ved å samhandle med firmaaktører som har holdt virksomheten i gang. Thon Hotel Linne, midt i Goruddalen, har faktisk vært en vinner i et kriserammet Oslo-marked med om lag 40 % belegg på året. Så skal det sies at ingen vinner overalt, og som eier og driver av Strömstad Spa (like sør for grensen til Sverige), har NHG også lidd tap. Men også dette hotellet hadde en forholdsvis bra sommer, når alt kommer til alt.

Kanskje vel så viktig, man har jobbet solid på kostnadssiden. Med et totalt omsetningsfall i 2020 (hele NHGs portefølje) på omkring 30 % synker netto omsetning pr. arbeidet time (RevPOLU) bare med drøyt 7 %. Med varekostnader og øvrige driftskostnader under kontroll gir det en så bra parering som man har lov til å forvente. Hvor mye av tapet som kompenseres av staten, er fortsatt ikke klart, men det vil naturligvis også bidra til et sluttresultat som ligger godt innenfor det akseptable.

Hvor er hemmeligheten? Ifølge de glade herrer Halvorsen og Kristensen ligger det i tre ting:

- 1) Lidenskapen må være drivkraften. Elsk det kompliserte!
- 2) Tro på de riktige menneskene og den riktige kompetansen.
- 3) Vær best på systemer og analyse.



* *TRevPAR = Total Revenue Per Available Room*

Hvor RevPAR kun tar for seg losjiovernetning per tilgjengelige rom, tar TRevPAR med den totale omsetning som fordels på tilgjengelige rom.

Forfatter:



Ole Gorseth Augestad

Director of Business Performance
Norwegian Hospitality Group

04.02.2021

Utsikter

- Vi forventer at den norske hotellnæringen også i 2021 vil bli sterkt preget av koronasituasjonen. Den største usikkerheten er selve usikkerheten. Situasjonen endrer seg kontinuerlig, som gjør det vanskelig å planlegge både for reisende og hotellnæringen. Imidlertid ser fremtidsutsiktene p.t. noe lysere ut, enn for kort tid tilbake. Flere vaksiner blir godkjent og leveransevolumer og datoer justeres i riktig retning, Prognoser tyder på at det meste av vaksineringen i Norge kan være gjennomført i løpet av juli.
- I Hotelias prognoser legges det inn at opphellingen begynner etter påske, men med forholdsvis lave volumer i de første månedene. Dette er basert på at myndighetene letter i en del av restriksjonene når utsatte grupper er vaksinert og at smittetallene i Norge forhåpentligvis er lave. Det er trolig individuelle yrkesreisende som først begynner å trappe opp reiseaktiviteten. Pga. av reiserestriksjonene tror vi at den innenlandske trafikken begynner å ta seg opp først, dette pga. av en lav planleggingshorisont. I forhold til utenlandsk yrkestrafikk er det svenske markedet det største/viktigste. Hvilken strategi myndigheten vil ha for å lette på reiserestriksjonene over landegrensene er vanskelig å spå, men vi har gjort noen refleksjoner i neste punkt. Det vil trolig ta flere år før internasjonal yrkestrafikk er tilbake på 2019 nivå. Mange bedrifter, spesielt i land med forholdsvis «slunkne» statskasser, vil trolig bruke lang tid før man har kommet seg over krisen.
- Sommeren 2020 ble forholdsvis god for hoteller/destinasjoner som historisk blir vurdert som attraktive for nordmenn. Destinasjoner med mye utenlandsk ferietrafikk ble taperne. Det er mye som tyder på at dette kan bli et resultatet etter årets sommer også. Men også her er det stor usikkerhet. Flere land planlegger å innføre vaksinepass. Innfører EU et felles pass og felles regler for reise mellom landene, er det ikke utenkelig

at Norge/EØS vil følge EU sitt opplegg. Dette kan bidra til at grensene blir åpnet noe raskere og at utenlandsk ferietrafikk kan starte. Dette kan/vil medføre at nordmenn vil reise mindre i Norge enn i 2020, men forhåpentligvis vil vi få besøk av flere utenlandske gjester. Trafikk til/fra land utenfor EU/EØS området vil trolig komme i gang en del senere. Dette kan bidra til at også sesongen 2021/22 blir krevende for nordlysturismen.

- Deler av konferansemarkedet vil trolig starte opp igjen tidlig høst 2021. I begynnelsen vil mindre møter uten for lang planleggingstid komme først i gang. De store kongressene, med lang planleggingstid, vil trolig ikke komme i gang før januar 2022. Det er mye som tyder på at de siste restriksjonene som fjernes er regulering av store konserter og andre store ansamlinger av mennesker. Dette kan ramme de største kongressene og bidra til å skape ytterligere usikkerhet i planleggingsfasen av disse arrangementene. Det er et svært begrenset antall store internasjonale kongresser i Norge. Det er svært lang planleggingshorisont på mange av disse arr. og dette segmentet vil være den delen av markedet som er tilbake sist i en forholdsvis normal situasjon.
- Hva de langsiktig konsekvensene av koronapandemien er svært vanskelig å spå. Historien viser at vi glemmer svært fort, men denne krisen har trolig forsert innføring av ny teknologi. Dette kan bidra til noe redusert volum i yrkestrafikken pga. økt bruk av videolinkmøter. Korte dagreiser med fly uten overnatting er kanskje den type møter som vil bli mest rammet. Pandemien har imidlertid også fått frem et større behov for å møtes ansikt til ansikt. Vi har derfor liten tro på konferansemarkedet på lang sikt vil bli påvirket. Man kan imidlertid se en kombinasjon av mulighet til å delta på kongresser både fysisk eller via

videolink. Dette vil stille krav til konferansestedenes fasiliteter innenfor produksjon av bilder fra konferansene.

- Støtteordningene til hotellnæringen har vært vesentlig for at næringen, så langt, har kommet seg igjennom krisen uten mange konkurser. Det er forslag om å forlenge ordningene ut juni. Dette vil forhåpentligvis bidra til at de fleste hotellene vil være i stand til å ta i mot gjester igjen, når trafikk volumene begynner å ta seg opp igjen.
- I det store bildet for reiselivet, tror vi at mange restauranter vil ha utfordringer i å komme seg over «kneika». Dette er en bransje med få store aktører og ofte lite egenkapital. De som kommer seg igjennom krisen og har konkurransedyktige produkt vil trolig få en svært god høst da det er et oppdemmet behov for å gå ut og mange personer som har fått oppsparte midler under krisen. Dette vil trolig også gjelde store deler av kultursektoren.
- Det er også store utfordringer hos flyselskapene. I forhold til norsk reiseliv er vi mest bekymret for at SAS vil nedprioritere Oslo som HUB og styre mer av trafikken via Stockholm og København. At Norwegian har vedtatt å avvike sin langdistansesatsing, bidrar trolig til at det tar lenger tid før at Norge får direkte ruter f.eks. til USA, samt at tilbudet trolig blir betydelig dårligere enn før krisen. Man ser også konturene av at flere flyselskaper vrir produksjonen fra yrkes- til feriedestinasjoner.
- På vegne av reiselivsnæringen er vi forholdsvis optimistiske. Men vi skal ikke glemme at selv om mange har fått økonomisk støtte, er det svært mange som er påført store økonomiske tap. Vi tror at det er stort oppdemmet behov for både reiser og arrangement i både privat og i yrkessammenheng.



Transaksjoner

Hotelia overvåker det norske hotelleiendomsmarkedet kontinuerlig. I tillegg har vi et generelt årvåkent blikk på alle de større aktørene både på drift og hotelleiendom i Skandinavia. Nedenfor er det trukket frem noen utvalgte større og mindre transaksjoner som er gjennomført etter at arbeidet med forrige Hotelia-rapport ble avsluttet 31.08.20 og frem til 15.02.2021.

Transaksjonsmarkedet for hotelleiendom er ikke uventet også preget av Covid-19 situasjonen. Det er gjennomført svært få transaksjoner det siste halvåret. Av transaksjonene som er gjennomført er det lite som tyder på at hotelleiendomsprisene har falt. Dette kan indikere at markedet priser inn en tilnærmet normal kontantstrøm i det lange bildet.

Det har vært enkelte konkurser på operatørsiden, blant annet Sem Gjestegård og Comfort Hotel Stavanger, samt Maribel-systemet.

- Flying Elephant (Asmund Haare) har solgt Grims Grenka i Oslo til Realkapital Hotell AS.
- Olav Thon Gruppen har kjøpt Scandic Ålesund. Familien Sætremyr var selger av eiendommen. Hotellet er for tiden under oppussing og åpner som Thon Hotel Ålesund. Hotelia var for øvrig selgers rådgiver i prosessen.
- Glastad-familien har kjøpt Sola Strand Hotel fra Ellen & Axel Lunds stiftelse. Kjøpesummen var på trolig i størrelsesorden MNOK 160 – 170.
- Strawberry Hospitality har solgt Skt. Petri i København til verdens største hotellfond; Starwood Capital. Ifølge Dagens Næringsliv var salgssummen i overkant av NOK 1,5 milliarder.

- Grand Hotel Bellevue i Åndalsnes er kjøpt som et «Joint Venture» mellom Classic Norway Hotels og Romsdalen AS.
- Aker har gjennom sitt heleide eiendomsselskap FP eiendom overtatt samtlige aksjer i Haut Nordic (Lily Hospitality Group). Transaksjonen består trolig av driftsselskap og noe eiendom (bl.a. Miklagard som åpner i mai).
- Afa Fastigheter har solgt Elite Plaza Hotell i Göteborg for MSEK 402 til Platzer.
- Balder (eier flere hotelleiendommer i Sverige og Tyskland) har kjøpt 50 % av aksjene i Anthon B Nilsen Eiendom.
- Host Hotelleiendom Norge (Asmund Haare) og Daimyo har solgt First Hotel Millenium i Oslo til Fram Eiendom (Torstein Tvenge) og Union Eiendomskapital. Transaksjonen var trolig i størrelsesorden MNOK 260-230.
- Icelandair har solgt seg helt ut av sitt tidligere heleide selskap Icelandair Hotels. Malayiske Berjaya Hotel & Resort eier dermed 100 % av selskapet.
- Frogner House og Bjørvika Apartments skal i flg. en pressemelding ha kjøpt det svenske selskapet Sky Hotel Apartment

Som for øvrige eiendomsclasser er det for tiden svært mange interessenter som ønsker å erverve hotell- og annen overnattingseiendom. Hotelia har bl.a. fått rekke henvendelser fra klienter som ønsker flere hotelleiendommer i porteføljen.



Buzz

- En analyse fra NHO Reiseliv viser at turismeforbruket i Norge falt med 62 milliarder kroner fra 2019 til 2020.
- Accor Hotels fortsetter sin sterke satsing på «life style» segmentet. Selskapet har nå kjøpt 2/3 av Ennismore (Eieren av Hoxton Hotels).
- Eksklusive Hyatt Hotels blir nå fullverdig representert i Scandinavia. Asmunds Haares; Hotel Reisen i Stockholm går inn i kjeden og hotellet vil inngå som et «independent hotel» under brandet «The Unbound Collection». I tillegg har kjeden nylig signert avtale med svenske Story Hotels med 3 hoteller (2 i Stockholm og 1 i Malmö). Disse vil være «independent»-hoteller under «joie de vivre» brandet.
- Radisson Hotel Group tar sikte på å doble sitt tilbud av Serviced-Apartments innen 2025. I dag har gruppen ca. 45 eiendommer med over 5.400 enheter innen Serviced-Apartments i drift eller under utvikling.
- Radisson Hotel Group har lansert Radisson Individuals; Et «brand» som vil gi individuelle hotell og små kjeder tilgang til Radisson's plattform.
- Grand Hotel by Scandic i Oslo ble i november kåret til Norges beste hotell uansett kategori og Norges beste forretningshotell av World Travel Awards.
- Kystriksveien fra Steinkjer til Bodø blir kalt en av verden vakreste turistveier. Veien er bl.a. inne på National Geographic's liste over verdens 101 vakreste veistrekninger. Veien rustes nå opp for å bli mer attraktiv for elbiler og 12 nye ladestasjoner etableres i Nordland fylke.
- Antall flypassasjerer på europeiske flyplasser falt fra 2019 til 2020 med nær 1,7 milliarder.
- Det amerikanske fornøylespark selskapet Six Flags planlegger å bygge verdens «råeste» berg og dalbane i et nytt anlegg utenfor Riyadh. Banen skal ha en toppfart på over 250 km i timen, en lengde på 4 km og et største fall på 160 meter. Anlegget vil være en del av Qiddiya som vil bli verden største turistdestinasjonen med et totalt utbyggingsareal på hele 334 km² (Oslo kommunes totale landareal er på 454 km²).
- London Heathrow mistet i 2020 plassen som Europas største flyplass. Ny nr. 1 ble Istanbuls nye hovedflyplass. Gardermoen var eneste nordiske flyplass inne på topp 20 lista.
- Mer fly: Boeing fikk i 2020 et underskudd på ikke mindre enn NOK 102 milliarder.
- Og enda mere fly: Amerikanske United Airlines planlegger å kjøpe 200 mindre elektriske fly som skal benyttes som flytaxier.
- Flere internasjonale hotellselskap tar steget inn mot korttidsleie av hus og leiligheter. Accor, Marriott og Four Seasons har alle opprettet egne konseptretninger som fokuserer på utleie i dette overnattingssegmentet.
- Det britiske investeringsselskapet Reuben Brothers fortsetter å ekspandere innfor hotellsektoren. Selskapet har nå kjøpt Baglioni Hotel Luna i Venezia og inngått et strategisk partnerskap med Baglioni Hotels & Resort for en større internasjonal ekspansjon.

English Summary

Norway

After 2019, all indicators were positive regarding 2020. The year begun with strong numbers in both January and February, but due to the coronavirus, the Norwegian Hotel Industry had its biggest fallback since WW2. There are some differences between cities, and especially looking at specific hotels. E.g., Hotel Union Øye has had one of its best years in 2020. This is also represented in the statistics, where we see evidence that hotels located outside the major cities and focuses primarily on the leisure market has generally performed better than others during 2020.

Oslo

The capitol of Norway was one of the big losers of 2020 from a national point of view. Oslo's market share of room revenue fell from 22,9 % to 13,7 %. The price decline of 15,3 % in 2020 can possibly be explained by low-price providers have held open, while high-end providers have held closed, effectively giving low-price hotels a larger market share. When the market starts to open up again, Oslo is likely to see large percentage changes, but it might take longer to see previous levels as Oslo is highly dependent on international markets, which will likely open last.

Bergen

Bergen is one of Norway's most popular cities for both national guests and international guests. Over 40 percent of Bergen's guest nights comes from international visitors. Consequently, a lockdown of Norway has had large effects on the hotel industry in Bergen. However, Bergen is also driven by activities in the oil-industry, and we see that the business traffic has declined less in Bergen than other cities. This might also explain lower prices, as there are agreements related to accommodations for oil-sector workers, as well as state contracts regarding corona isolation hotels.

Outlook

Norway started its Vaccination Programme in the last week of 2020, and on February 15th, 2021, more than 300.000 had been given the first dosage of vaccine. According to the health authorities, if the delivery of vaccines goes to plan, most Norwegian adults will be fully vaccinated by end of summer 2021. Most European countries have the same goal as they are part of the same coalition for vaccination against the corona virus. This means that, hopefully, Europe can lift travel restrictions in many of its countries as more people get vaccinated, and the number of covid-cases goes down. Avinor (the owner/operator of most Norwegian airports) expects air travel to slowly increase from the second quarter of 2021, and that the air traffic will be back to previous levels in 2024/2025. In the summer of 2020, reported cases of Covid-19 were very low in Norway, and we could travel unrestricted within the country. This resulted in people wanting to spend their vacation experiencing Norway, as we could still not travel abroad, and there was a large increase in nature-based travel activity. We believe that the summer of 2021 will also have a large number of national guests, and that travel outside the main cities will be the most popular. As mentioned in the half-year report, a survey performed by NAF on national guests during the summer of 2020 showed that half of its respondents is likely to travel within Norway also in 2021. The number of business travelers will likely increase as restrictions are lifted but might not reach previous levels right away as more people have learned to adapt a more digital approach. The same goes for meetings. Conferences will likely start to take place in the end of the year but is highly dependent on how the situation regarding Covid develops.

Gardermoen (Ullensaker)

Ullensaker was the biggest loser measured in percentage change in sold room nights in 2020. The municipality is highly dependent on the flight traffic to OSL and conferences. With restrictions on both travel and large gatherings like conferences, the market in Ullensaker was close to nothing in 2020. There are large uncertainties regarding when Ullensaker will be back to normal, but hopefully, restrictions on conferences will be lifted in the first half of 2021.

Trondheim

The fall in occupancy was slightly less for Trondheim, compared to Oslo and Bergen, mostly helped by the activity in the leisure segment. Normally the leisure segment accounts for 40 percent of the guest nights, but in 2020 the percentage increased to 62 percent. This also helps driving prices up, as guests on vacations generally pay more than business/conference guests. Trondheim has no new capacity in its pipeline and is expected to reach previous levels of KPI's sooner than others.

Stavanger

Stavanger is the "Oil-Capitol" of Norway, hence the market is highly sensitive to changes in oil related activities. During 2020, the oil-industry has functioned close to normal, resulting in less of a fall in guest nights in Stavanger than other cities. Guest nights in the business segment fell by 37,5 percent, where it fell by apx. 60, 55 and 50 percent in Oslo, Trondheim and Bergen. The business segment will likely strengthen during 2021, whereas the leisure segment is likely to experience more competition in "nature-based" activities and possibly struggle to reach the levels of 2019.

Tromsø

In 2020, Tromsø had two months of "Northern Light Tourism". However, due to most of the guest nights originating from international guests, the travel restrictions had a huge impact on the local hotel market. 2021 is not likely to be much better than 2020 due to not having the first months of tourism, and much less international activity until the travel restrictions are lifted. The market for "Northern Light Tourism" is still very much sought after, and we believe this market will be back in 2022.

Kristiansand

Kristiansand has, unsurprisingly, managed best as a municipality during 2020. Kristiansand is mainly a summer-location, and the summer of 2020 had few restrictions compared to the rest of the year. The occupancy rate fell by "only" 13,9 points, which was the least of the municipalities in our report. As it stands, the summer of 2021 might also have less restrictions, and Kristiansand will likely be set for another positive summer.

Bodø

In 2020, Bodø had the second smallest reduction in guest nights within the business segment, only beaten by Kristiansand. The conference segment was hit hard due to restrictions, falling almost 63 percent from the level of 2019. For guest nights within leisure, Bodø had the third best development, "only" loosing 17 percent of its guest nights. During 2022-2026, there will be construction of a new airport in Bodø, resulting in more activity. In 2024, Bodø is also the European Culture Capitol, which is expected to increase the room sales. However, Bodø has a lot of new capacity coming in the next years, and the occupancy rate is expected to be low for a period.



Våre tjenester

Analyse og rådgivning

Hotelia tilbyr eiendomsselskap og individuelle hotelleiere rådgivning innenfor drift, etablering, forvaltning og investeringer. Vi holder vår markeds kunnskap og databaser jevnlig oppdatert. Våre anbefalinger baserer seg på grundige markedsanalyser og solid hotellerfaring.

Operatørsøk

Våre medarbeidere har et omfattende nasjonalt og internasjonalt nettverk av hotelleiere, kjeder og operatører. Søk etter hoteldriver er alltid basert på bransjekunnskap og inngående kjennskap til leieobjektets økonomiske situasjon og markedsposisjon.

Forvaltning

Omsetningsbaserte leiekontrakter krever god og jevnlig oppfølging av leiekontrakten og operatøren. Dette både i forhold til «market performance», kvalitet, fremtidsutsikter og oppgraderinger. Vi tilbyr faglig oppfølging og råd vedrørende kommersiell forvaltning.

Verdivurdering

Hotelia er spesialist på verdivurdering av hotell og hotelleiendommer. Vi gjennomfører grundige markedsbaserte vurderinger for gårdeiere og operatører. Hotelia har utviklet en avansert verdivurderingsmodell. Modellen er modulbasert og benyttes i de fleste oppdrag Hotelia utfører.

Transaksjon

Hotelia har næringsmeglingsbevilling og vi bistår våre klienter i hele kjøps- og salgsprosessen. Vi kartlegger og avdekker kritiske forbedringspunkter som øker hotellets lønnsomhet og verdi. Vår tilnærming i salgsprosessen er å identifisere hva som skaper mest verdi for eier.

Våre medarbeidere



Geir Lundkvist
// Partner

Geir Lundkvist har utdanning fra Norsk Hotellhøgskole og Markedshøgskolen. Han har mer enn 30 års erfaring fra hotellbransjen, med operativ drift av hotell, som en del av Scandics konsernledelse i Norden og som sjef for Scandic i Norge. Har et stort nettverk i hotell- og eiendomsbransjen Nøkkelpetanse: Kjedeledelse, operativ kjededrift, økonomi og driftsanalyse, hotellutvikling, leietakersøk og næringsmegling.

geir.lundkvist@hotelia.no | +47 928 87 708



Anders Vatne
// Partner

Anders Vatne er utdannet siviløkonom fra Handelshøgskolen BI samt Høgskolekandidat fra Norsk Hotellhøgskole. Han begynte sin hotellkarriere på Park Hotel i Sandefjord og har over 30 års erfaring fra hotell, eiendom og reiseliv, blant annet innen Thon Hotels. Frem til 2010 var Vatne administrerende direktør i Norgani Hotels, Nordens største hotelleiendomsselskap med 74 eiendommer i 4 nordiske land. Nøkkelpetanse: ledelse, leietakersøk, næringsmegling, salg & markedsføring, distribusjonssystemer og konsulentarbeid.

anders.vatne@hotelia.no | +47 926 97 700



Lars Ulrik S. Danielsen
// Analytiker

Lars Ulrik Danielsen er utdannet siviløkonom ved Handelshøgskolen BI og jobber som analytiker i Hotelia. Han har spesialisert seg innen finans, med fokus på risikohåndtering, verdivurdering og statistisk analyse. Lars Ulrik har ved siden av analyse også hovedansvaret for modellering i Excel VBA. I tillegg interesserer han seg for reiseliv og eiendom.

lars.danielsen@hotelia.no | +47 905 32 768



Kristoffer Aasebø
// Advokat

Kristoffer Aasebø har juridisk embetseksamen fra Universitetet i Oslo og er faglig ansvarlig i Hotelia AS. Aasebø har sitt daglige virke i advokatfirmaet Bull & Co. I Bull & Co bistår Aasebø i hovedsak med rådgivning innen fast eiendom, transaksjoner, forvaltningsrett, restrukturering, kontraktsrett, plan- og bygningsrett og konkurs. Har vært sentral i en rekke transaksjoner som har involvert større eiendommer og eiendomsselskaper.

kaa@bull.no | +47 995 23 554

