



Radisson Blu Plaza Hotel, Oslo

NORSK HOTELLBRANSJE

MARKEDSRAPPORT
2020 1. HALVÅR





Foto: Tobias Bjørkli.

Innhold

Om rapporten	3
Leder	4
Makro og flystatistikk	5
Markedsstatistikk Norge	9
Norge	13
Oslo	16
Gardermoen	18
Bergen	20
Trondheim	22
Stavanger	24
Tromsø	26
Kristiansand	28
Bodø	30
Hotellaktører i Norge	33
Utvikling, trender og utsikter	37
Transaksjoner	42
Buzz	43
English Summary	44
Våre tjenester	45
Våre medarbeidere	46



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: Vågan, Norway.
Foto: Tobias Bjørkli.

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 Corona-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 hoteleiendomsmarkedet. Rapporten avsluttes med noen tanker om bransjens utsikter for andre halvår av 2020.

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 hotell drivere 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 halvårslige og nominelle.

Meld deg på vårt nyhetsbrev her!



Følg oss på LinkedIn



.Foto: Tobias Bjørkli.

Vi ser enda ikke rekkevidden av krisen i reiselivsnæringen

Etter nærmere 40 år som ledere i hotell- og reiselivsnæringen har vi aldri opplevd å være i nærheten av den krisen vi opplever akkurat nå. I vår helårsrapport for 2019 skrev vi om næringens sårbarhet og den høye risikoen aktører i flere byer tar, ved å satse ensidig på ett segment, som lett kan kollapse. Vi skrev videre «Makrobildet er noe usikkert og det ligger et noe udefinert slør med usikkerhet i forhold til «Flyskam», Coronaviruset og en økt konkurranse fra bl.a. Airbnb.» Ikke kunne vi da forestille oss at 12. mars stengte myndighetene ned Norge på grunn av Covid-19, med de enorme konsekvensene vi nå i ettertid kan konstatere.

Etter en forholdsvis god hotellsommer hvor distriktshotellene i attraktive ferieområder er vinnere, er nå bransjen tilbake til hverdagen. Situasjon er svært uoversiktlig, men det er helt klart at krisen ikke er over og høsten kommer til å bli svært krevende. Næringen trenger flere tiltak og støtteordninger, for å sikre arbeidsplasser og for å unngå konkurser. Næringsminister Iselin Nybø har hisset opp hele hotellnæringen og bedt næringen slutte å kalle situasjon for en krise, men heller finne ut hvordan næringen kan omstille seg til en ny «normal». De massive reaksjonene som har kommet støtter vi fullt ut, men vi bør ha flere tanker i hodet samtidig og næringsministeren har muligens et poeng.

Vi må se fremover, ettersom de nærmeste månedene vil være annerledes, og preget av det tilbakeslaget næringen nå har fått. Det vil ta tid og næringen kan ikke forvente at de sterkeste støtteordningene kommer til å vedvare over en lengere periode. Næringen er personalintensiv og konjunkturfølsom, og har vært igjennom flere kriser med kostnadskutt og effektivisering de siste 20 årene. For mange er det mindre å kutte og effektivisere, og vi ser at det er et større omstillingsarbeidet som må til. Hotellbransjen kommer ikke til å unngå nedbemanning, kostnadskutt, konseptendringer, nedskalering av

kapasitet, konvertering av eiendom til andre formål, eierskifte og konkurser. Dette krever handling både av hotelldrivere og hotelleiere. Hotellkjedene har gått i dialog med hotelleierne for å finne midlertidige løsninger for minimumsleien og betalingsordninger. Det er mulig at denne dialogen vil legge grunnlaget for nye leiemodeller som sikrer både utleier og leietaker på en bedre måte. Vi har drøftet dette i en egen artikkel senere i dokumentet.

På den positive siden har veksten de siste årene vært drevet av ferietrafikken (nasjonal og internasjonal). Årsaken er at Norge har et attraktivt reiselivsprodukt, sterkt knyttet til naturbaserte opplevelser. I tillegg har den lave kronkursen bidratt sterkt til økning i det internasjonale markedet.

Norge har en gjennomgående god hotellstandard med mange nye spennende hotellprodukt, som har åpnet de siste 10 årene. Håpet er at verden så raskt som mulig vender tilbake til normalen, og vi igjen kan åpne og invitere våre gjester tilbake. Det offentlige Norge er hotellenes største kunde og det hviler et spesielt ansvar på stat og kommune, som må starte opp sin reise- og møte virksomheten igjen så raskt som mulig.



MAKRO OG FLYSTATISTIKK

Oversikt over makrobildet i Norden og Norge og flystatistikk i Norge

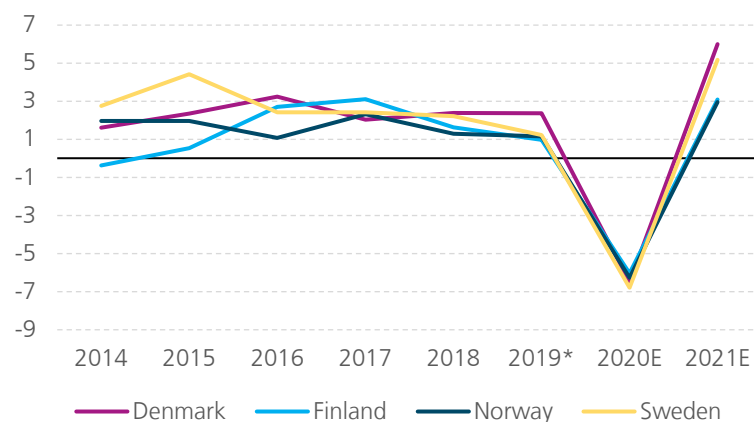
Makro - Norden

BNP

Det internasjonale pengefondet (IMF) forventer i 2020 en nedgang mellom 6,0 % - 6,8 % for de nordiske landene. I 2021 forventes en kraftig oppgang mellom 3,0 % - 6,0 %.

* Estimert vekst i 2019 for Norge og Finland

BNP, % årlig endring

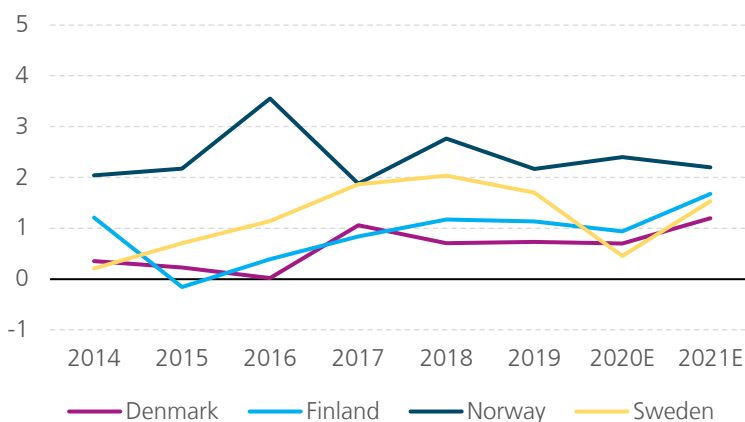


Kilde: IMF World Economic Outlook Database (April 2020)

KPI

I 2020 forventes en betydelig høyere vekst i konsumprisindeksen i Norge enn i de øvrige nordiske landene. I Norge forventer IMF en vekst på ca. 2,4 % i 2020, mens resten av Norden forventes å ligge mellom 0,5 % - 0,9 %.

KPI, % årlig endring



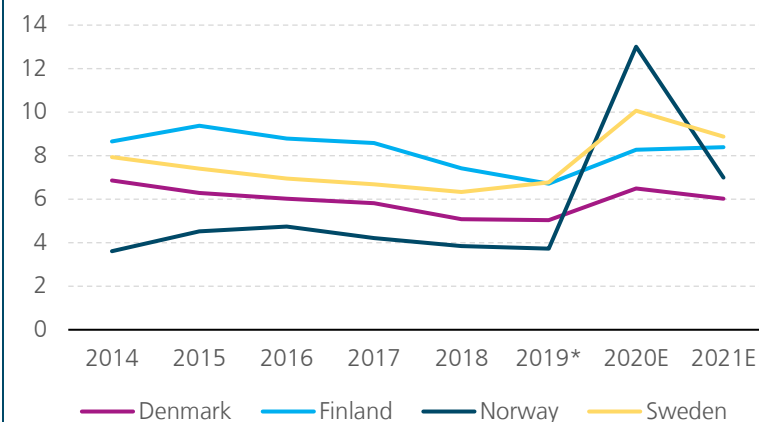
Kilde: IMF World Economic Outlook Database (April 2020)

LEDIGHET

IMF estimerer at Norge vil få det høyeste nivået av ledighet av de nordiske landene. Dette på tross av at Norge har hatt det laveste nivået historisk. Det høye nivået av permitteringer er hovedgrunnen til at Norges ledighetsrate vil øke kraftig mot f. eks. Danmark sin ordning hvor staten har betalt for at ansatte skal være i jobb.

* Estimert vekst i 2019 for Norge og Finland

LEDIGHETSRATE, %



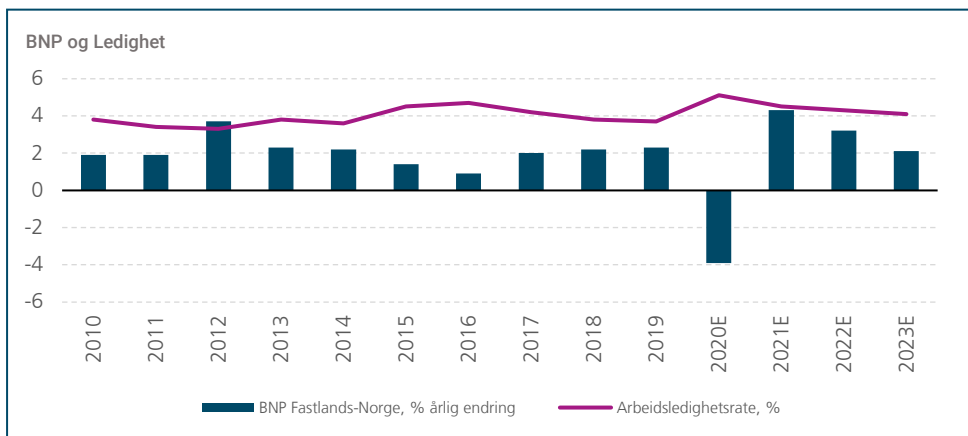
Kilde: IMF World Economic Outlook Database (April 2020)

Makro - Norge

Covid-19 har på kort tid endret utsiktene for norsk økonomi fullstendig. I slutten av 2019 lå det an til en konjunkturyttral situasjon i årene fremover, men pandemien har medført at vi nå er i en lavkonjunktur som trolig vil vare i flere år fremover. Norge har derimot en ekspansiv finanspolitikk, og en innhenting kan skje forholdsvis raskt som følge av et større finansielt handlingsrom. BNP falt med 2,2 prosent i 1. kvartal 2020, og i andre kvartal var fallet 6,3 prosent. For 2020 totalt forventes et fall på 3,9 prosent. Regner man med veksten som var forventet før Covid-19 (2,4 prosent) vil det reelle fallet/tapet være ca. 6,6 prosent.

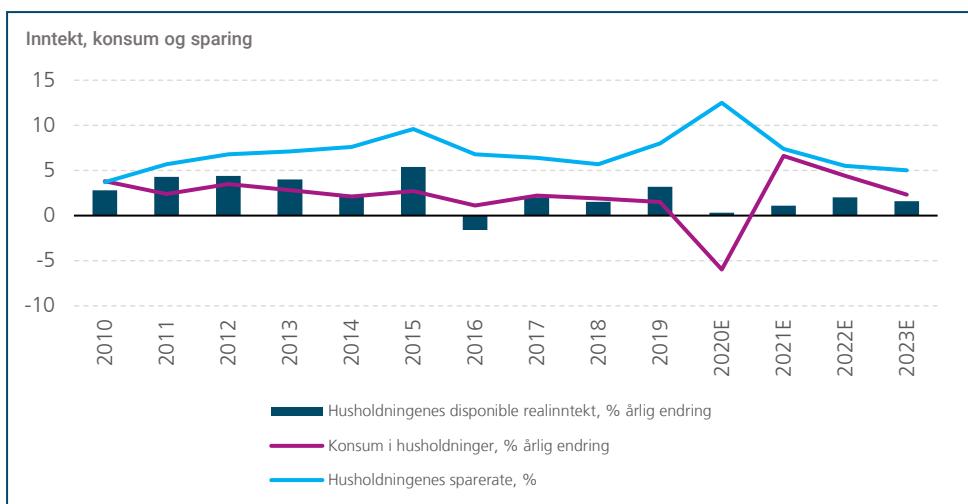
Ledigheten i Norge vil i 2020 være på et rekordhøyt nivå som følge av viruset. I mars var ledighetsraten på hele 10,6 prosent, mens den i juni var falt til 4,8 prosent. I 2019 var ledighetsraten i snitt 2,3 prosent, så nivået er fremdeles høyt. Antallet helt arbeidsledige var i slutten av juni ca. 136.000 personer.

Ledigheten og fallet i økonomien vil trolig i liten grad påvirke nordmenns reisevaner totalt. Reisevanene er i større grad påvirket av reiserestriksjoner og en generell frykt for smitte.



BNP og arbeidsmarkedet

Bruttonasjonalproduktet for Fastlands-Norge er forventet å falle med ca. 3,9 prosent i 2020. I årene som kommer forventes dog en kraftig opphenting, og BNP veksten forventes p.t. å være hhv. 4,3 prosent, 3,2 prosent og 2,1 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. Arbeidsledighetsraten vil trolig være høy i hele i 2020, men gå gradvis nedover i årene som kommer. Forventningene til SSB er betydelig bedre enn IMF for 2020.



Husholdningenes økonomi

Smittevernstiltakene Norge innførte i mars førte til et umiddelbart fall i husholdningenes vare- og tjenestekonsum. I 2020 forventes en nedgang på ca. 6 prosent mot 2019, før det gradvis forbedres med positiv vekst fra 2021. Fallet skyldes hovedsakelig første halvdel av året, da det er forventet positive tegn når tiltakene lettes. Veksten i den disponible inntekten er forventet å være lav i årene som kommer. Dette skyldes hovedsakelig fall i sysselsettingen, samt en kraftig nedgang i offentlig stønad fra 2021, og høy konsumprisvekst. Spareraten til husholdningene er forventet å ligge rundt 12,5 % i 2020 før den gradvis synker i takt med en normalisert situasjon i samfunnet i årene som kommer.

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 første halvår, 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 tatt 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.

Hittil i 2020 (jan – jun) har det vært totalt 11.917.435 flypassasjerer med terminalpass (inkl. transit) i Norge (Avinor sine flyplasser), mot 26.419.802 i samme periode i fjor, en nedgang på 55 %. For juni var nedgangen på 80 prosent. På bakgrunn av at gjestedøgn på hotell korrelerer høyt med flybevegelsene vil det være naturlig at antall gjestedøgn på norske hoteller er vesentlig lavere i første halvår 2020 enn i 2019, men man må også se det store bildet da det vil være flere variabler som spiller inn, f. eks. ulike restriksjoner og smittefrykt.

Sted:	Flyplass:	Endring PAX, innenlands	Endring PAX, utenlands	Korrelasjoner mellom hotellgjestedøgn og flypassasjerer		
				Tot gjestedøgn Tot flypas. ankomst	Nasj. gjestedøgn Nasj. Fly flypas. ankomst	Int. gjestedøgn Int. Fly flypas. ankomst
Norge	Alle	-50,4%	-64,3%	0,75	0,48	0,81
Oslo + Ullensaker	OSL Gardermoen	-51,8%	-64,0%	0,92	0,81	0,86
Bergen	Flesland	-47,0%	-66,3%	0,77	0,42	0,89
Trondheim	Værnes	-50,6%	-68,4%	0,74	0,52	0,88
Stavanger	Sola	-51,0%	-65,0%	0,70	0,35	0,77
Tromsø	Langnes	-43,8%	-30,2%	0,78	0,78	0,82
Kristiansand	Kjevik	-51,9%	-70,4%	0,21	-0,04	0,39
Bodø	Bodø	-47,8%	-53,4%	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-jun 2020 mot jan-jun 2019.



MARKEDSTALL NORGE

Statistikk over Norge og de åtte
største hotellkommunene

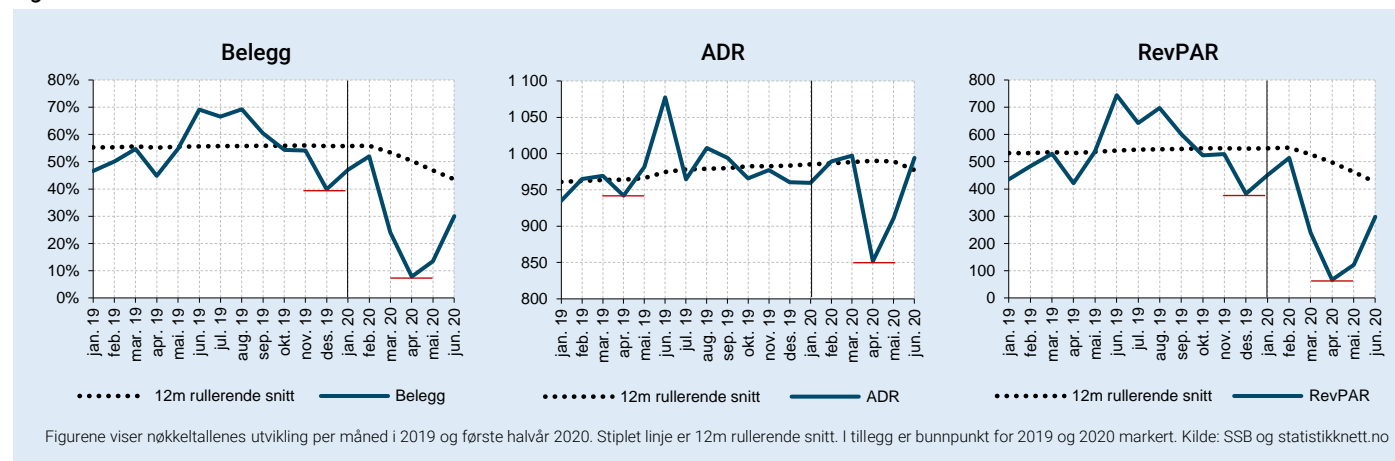
Covid-19 og hotellmarkedet

Hotellmarkedet begynte bra i 2020, med en oppgang på 3,5 % og 6,3 % i RevPAR i januar og februar mot samme periode i fjor. Reiserestriksjonene som ble innført i mars, sammen den generelle usikkerheten rundt Covid-19, førte til en kollaps i det norske hotellmarkedet, og mars endte med en nedgang i antall solgte romdøgn på 50 % fra februar og hele 55 % mot mars i 2019.

Figur 1 viser nøkkeltallenes utvikling per måned gjennom 2019 og første halvår 2020. Belegget endte på 28,8 % for halvåret, ned 25 prosentpoeng fra første halvår 2019. April var måneden med lavest belegg i landet; 7,8 %. I april 2019 var belegget 54,8 %. Laveste belegg i 2019 var i desember (39,9 %). Gjennomsnittsprisen (ADR) i 1. halvår 2020 har ikke hatt en beskjeden. ADR endte på 971 kroner for 1. halvår 2020, en nedgang på 1,6 % fra samme periode i fjor. I april og mai 2020 var ADR på svært lave nivåer, men har i juni tatt seg opp mot mer normale nivåer. Dette medfører at 12m snitt har falt noe, men trolig vil svinge opp i månedene som kommer. Etter rekordhøy RevPAR i juni 2019, har RevPAR nå falt til rekordlave nivåer. Bunnpunktet ble nådd i april 2020 (NOK 66).

Figur 2 viser en oversikt over utviklingen i RevPAR per måned mot året før for de rapporterte hotellkommunene. 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, spesielt i juni grunnet norsk sommertrafikken. Videre ser vi tendenser til at RevPAR klarer seg bedre i juli måned mot fjoråret for alle destinasjoner, men Oslo og Ullensaker er fortsatt spesielt hardt rammet, trolig på grunn av reduksjonen i internasjonale gjester som følge av situasjonen i flytrafikken og karantenebestemmelser, samt en reduksjon av nasjonale gjester som reiser på norgesferie andre steder.

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*	n.a.	-50,6 %	-29,1 %	19,5 %	-18,9 %	20,3 %	19,1 %	-71,1 %	34,6 %

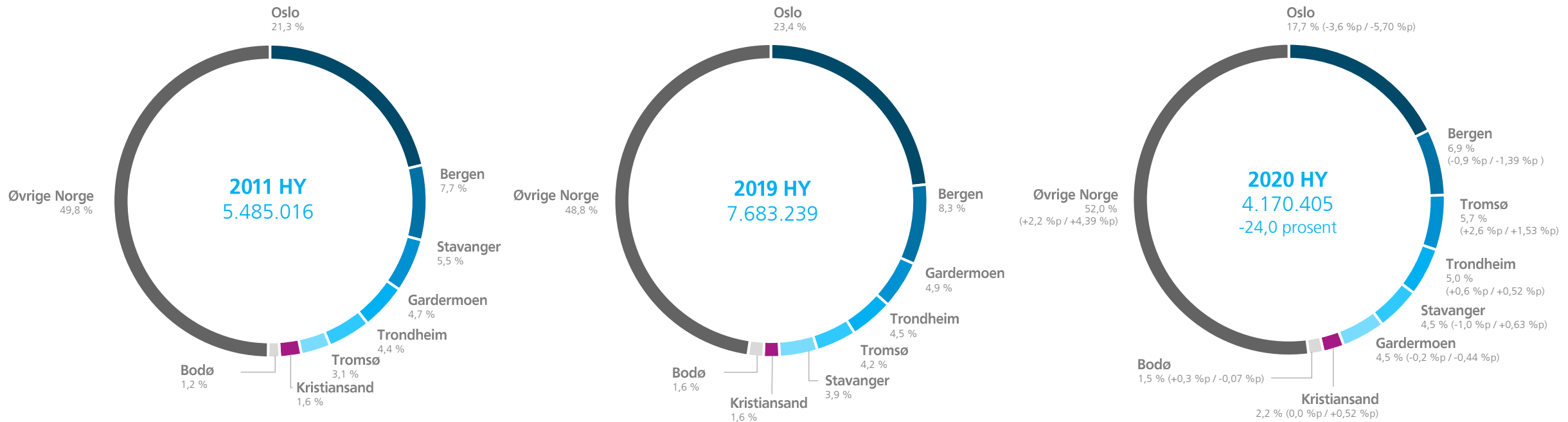
Tabellen viser endringen i inntekt per tilgjengelige rom (RevPAR) per måned mot tilsvarende måned året før. Kilde: SSB, statistikknett.no og Benchmarking Alliance
*Juli-tall er hentet fra Benchmarking Alliance og er ikke 100 % sammenlignbare med statistikk fra SSB.

Utvikling i de største hotellkommunene

I de siste økonomiske nedturene i Norge har de største byene tapt markedsandeler, noe som er tilfellet også i denne krisen. I forhold til første halvår 2019 har spesielt Oslo tapt store markedsandeler, hele 5,7 prosentpoeng. Bergen og Gardermoen har også en tilbakegang. De største byene og spesielt Oslo har en større andel internasjonal yrkestrafikk og trolig en mindre andel yrkestrafikk (inkl. konferanse) fra offentlig sektor. I nedgangstider er reduksjonen i reiseaktivitet større i privat- enn offentlig sektor. I tillegg er reduksjonen større i internasjonal yrkestrafikk enn innenlandsk. Grunnet generelle reiserestriksjoner er det p.t. også svært lite reisevirksomhet i offentlig sektor også.

- Tromsø er, i denne oversikten, den store vinneren i forhold til tallene fra 2019. Det skyldes først og fremst noen svært gode måneder før Corona-pandemien inntraff.
- Trondheim og Kristiansand har begge økt markedsandelens med 0,52 prosentpoeng. Det kan forventes at begge byene vil ha en ytterligere økning i 2. halvår.
- Stavanger er etter Trondheim den av de største byene med høyest vekst i markedsandeler. Dette skyldes trolig at en del av trafikken knyttet til oljenæringen er opprettholdt under krisen.

- Den virkelige store vinneren i denne oversikten er «Øvrige Norge», som har økt markedsandelen med 4,36 prosentpoeng.

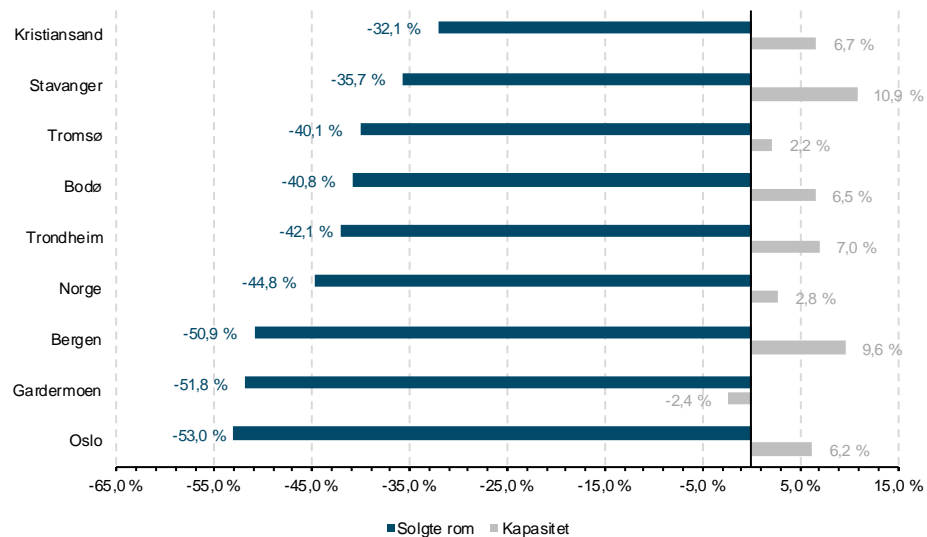


Prosent uten parentes viser markedsandelen for angitt halvår. Første prosenttall i parentes viser økning i prosentpoeng for 10-års perioden 2010 – 2019. Siste prosenttall i parentes viser økning i prosentpoeng siste år.

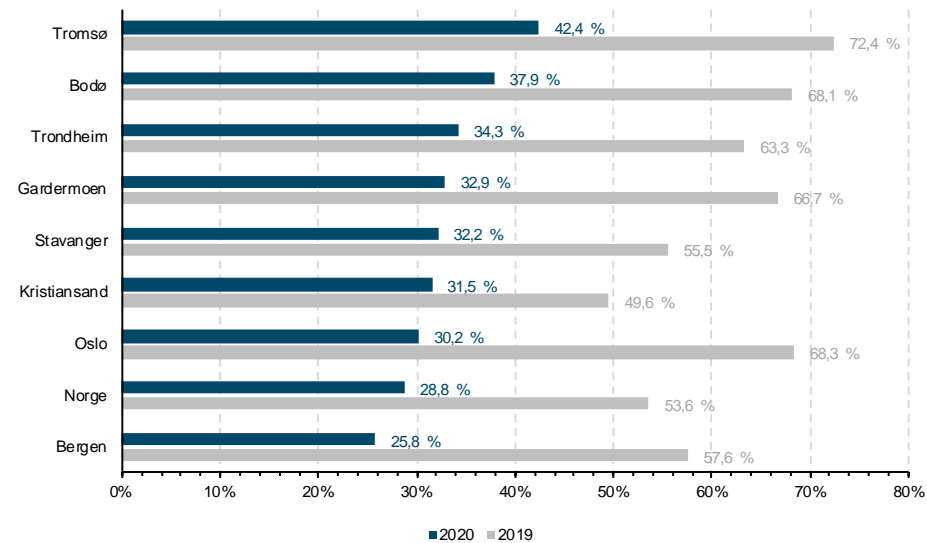
Losjtomsetning i figur er oppgitt NOK tusen. HY = Halvårlig

Utvikling i kapasitet* og solgte romdøgn

Endring i romkapasitet og solgte romdøgn, 2020 vs. 2019, halvårlig



Belegg, 2020 vs. 2019, halvårlig



*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.

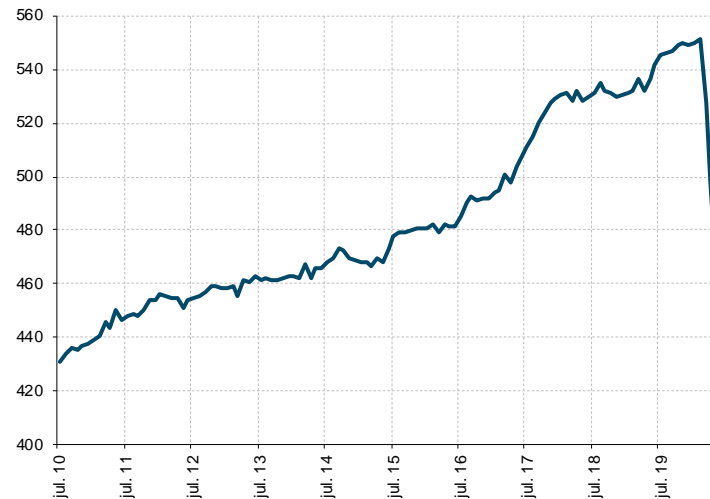
Norge

Det norske hotellmarkedet har hatt en svært tung start på 2020 grunnet Covid-19. Vi må tilbake til 1991 for å finne et halvår med tilsvarende antall solgte gjestedøgn. Det er svært store variasjoner i utviklingen mellom de ulike destinasjonene. Dette har sammenheng med at f.eks. høysesongen til Tromsø i mindre grad ble berørt av krisen og at Kristiansand er en av vinnerne grunnet endret reisemønster i sommer.

- På grunn av nedstengingen av landet falt solgte romdøgn med nær 45 prosent. Dette førte til et belegg for første halvår på 28,8 prosent, en nedgang på 24,8 prosentpoeng fra samme periode i fjor.
- Som følge av nedgangen i solgte rom, har også losjiovernetning hatt et drastisk fall på over 45 prosent mot første halvår i fjor. Gjennomsnittsprisen (ADR) hadde en tilbakegang på 1,6 prosent. Det er svært store variasjoner i utviklingen av ADR i de ulike byene. Trolig ulike årsaker til den store variasjonene. Vi tror bl.a. at totalt antall tilgjengelige rom, spesielt i Oslo og Bergen, har hatt en større andel lavprisrom enn «normalt».
- Etter en vekst i alle segmenter forrige halvår, har situasjonen nå naturligvis snudd. Konferansemarkedet er påvirket av strenge restriksjoner og følgelig falt antall gjestedøgn i segmentet med over 55 prosent. Pr. juni det segmentet, sammen med utenlandsmarkedet som har hentet seg minst inn.
- Yrkessegmentet falt med ca. 40 prosent i første halvår mot samme periode i fjor. Pr. juni var det også dette segmentet som hadde hentet seg mest inn.
- Feriesegetmentet hadde en nedgang på 51,6 prosent.
- Nasjonale gjestedøgn hadde en nedgang på 43 prosent, og internasjonale gjestedøgn falt med hele 60 prosent i første halvår mot samme periode i fjor. I første halvår 2019 var andelen nasjonale og internasjonale gjestedøgn splittet 73 / 27, mens den i 2020 var ca. 80 / 20.



12-måneders rullerende RevPAR - Norge



Bilde: Lofoten, Norway.
Foto: Thomas Langnes.

Oversiktstabell - Norge

Norge	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale*	8.256	4.704	-3.553	-43,0 %
Internasjonale*	3.062	1.216	-1.847	-60,3 %
Konferanse*	1.461	646	-815	-55,8 %
Yrke*	4.326	2.593	-1.733	-40,1 %
Ferie*	5.532	2.680	-2.852	-51,6 %
Gjestedøgn*	11.319	5.919	-5.400	-47,7 %
Solgte rom*	7.786	4.295	-3.490	-44,8 %
Romkap.*	14.522	14.926	405	2,8 %
Losji**	7.684	4.170	-3.513	-45,7 %
Belegg	53,6 %	28,8 %	-24,8 %	-46,3 %
ADR***	987	971	-16	-1,6 %
RevPAR***	529	279	-250	-47,2 %

* Tall i tusen.

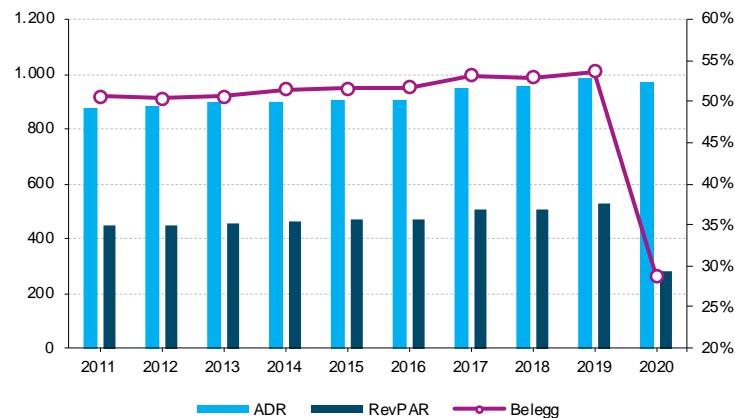
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

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

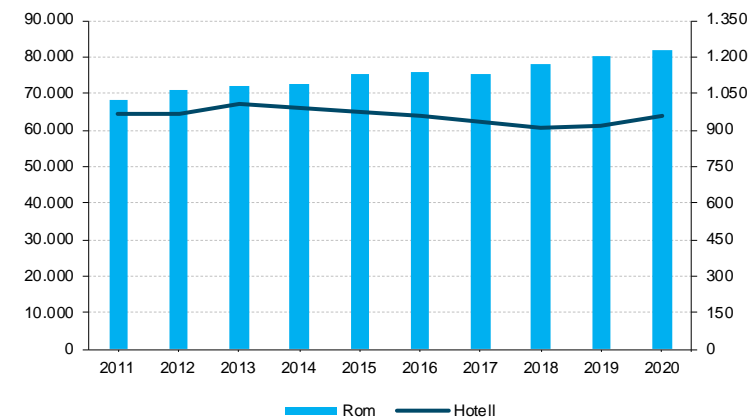
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

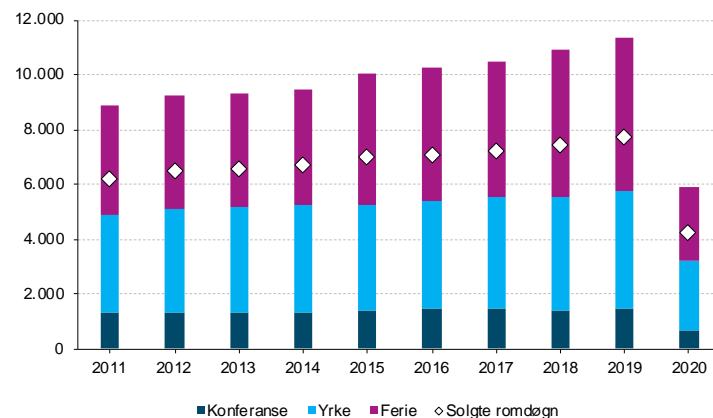
Nøkkel tall - Norge



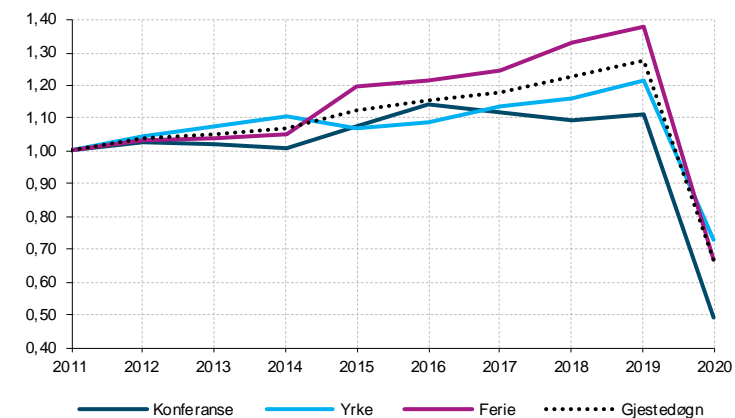
Kapasitet - Norge



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Norge

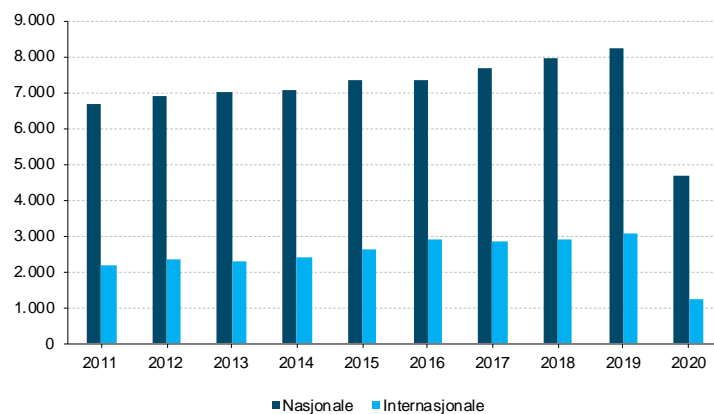


Relativ utvikling per segment - Norge

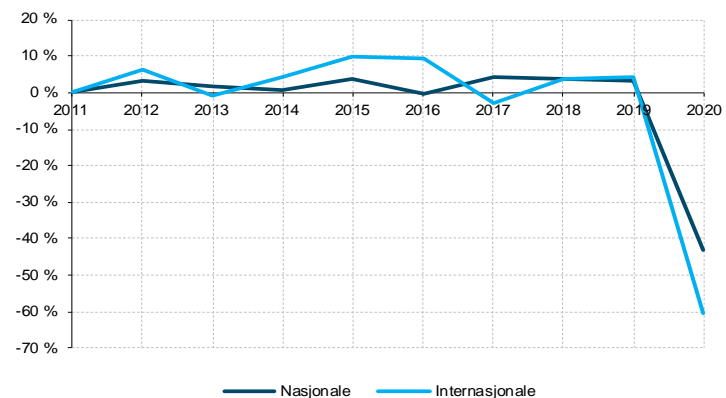


Nasjonale og internasjonale besøkende

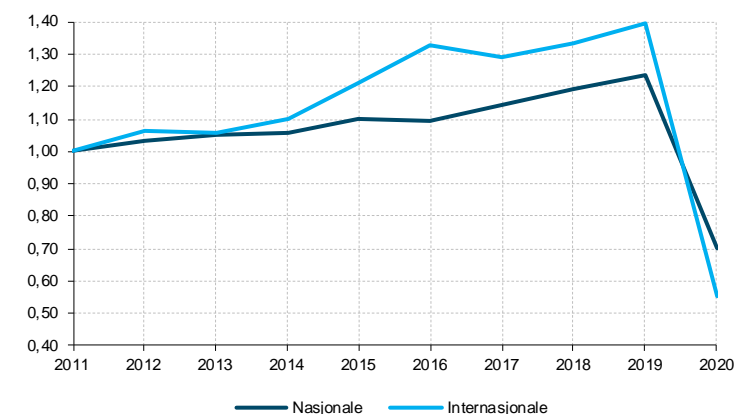
Nasjonale og internasjonale besøkende i Norge (i tusen)



Endring i antall nasjonale og internasjonale besøkende



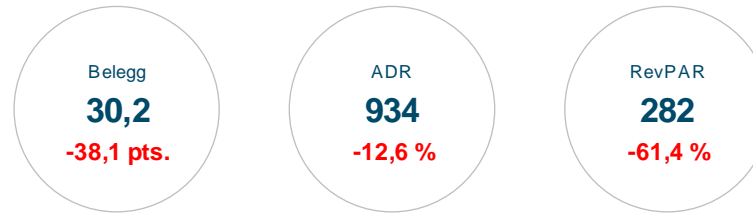
Relativ utvikling i antall nasjonale og internasjonale besøkende



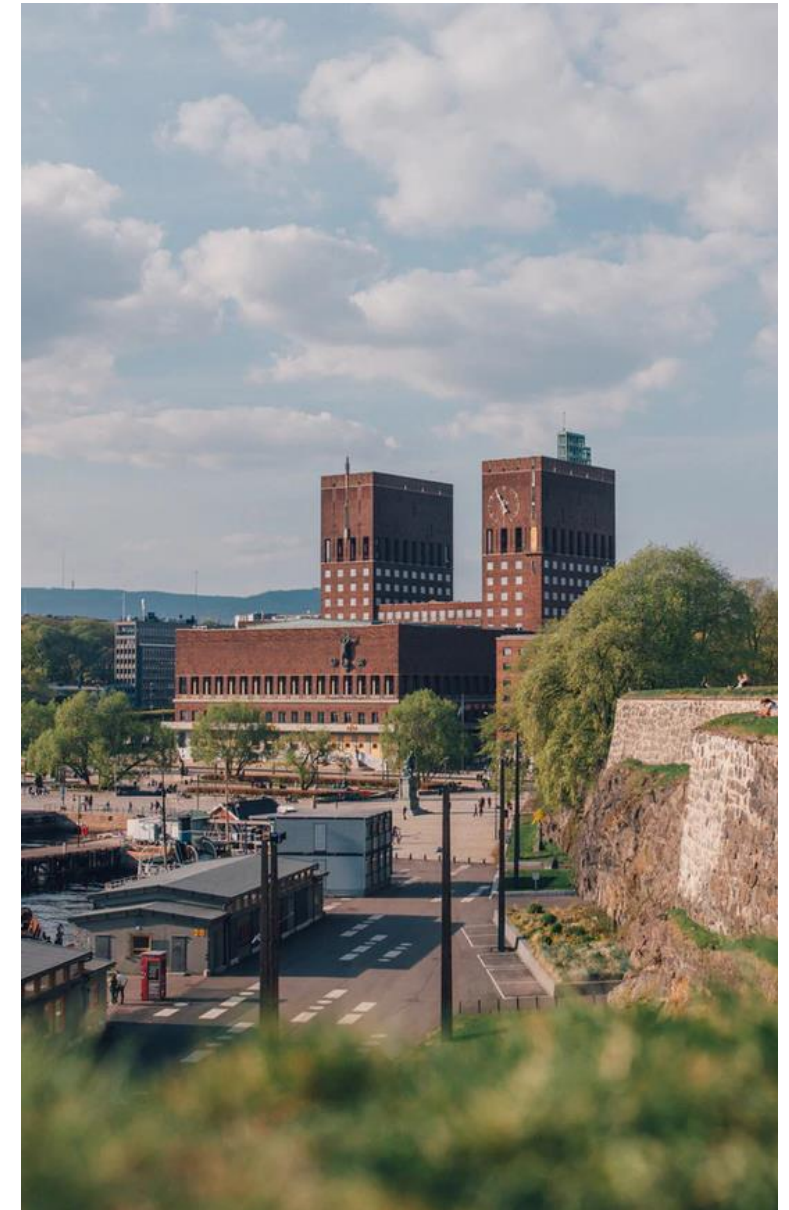
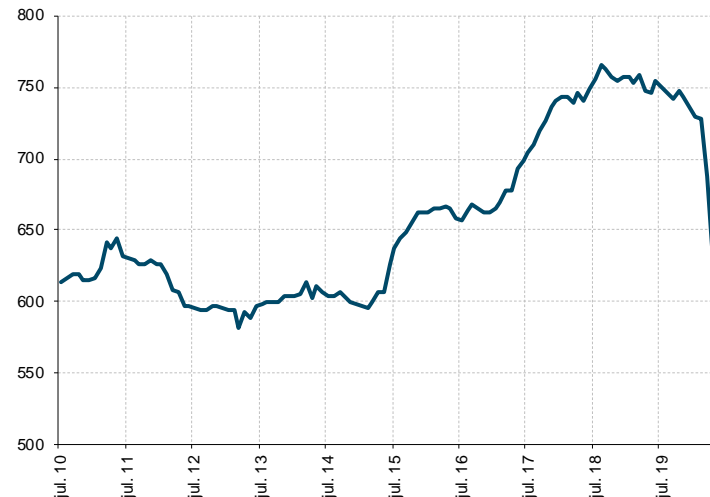
Oslo

Oslo blir ofte hardt rammet ved økonomiske nedturer, bl.a. pga. en større andel internasjonalt yrkesreisende og trolig et noe mindre andel reisende fra offentlig sektor enn regionshovedstedene.

- Belegget falt med 38,1 prosentpoeng mot første halvår i fjor, og endte på 30,2 prosent. Totalt ble det solgt 788,6 tusen romdøgn i første halvår, mer enn en halvering fra samme periode i fjor.
- Romprisene falt med 12,6 prosent. Oslo har i Corona-perioden hatt betydelig svakere utvikling i ADR enn de øvrige større byene. Dette skyldes flere faktorer; Nor-Shipping ble arr. i juni 2019, en større andel av tilgjengelige rom i markedet enn «normalt» har vært lavprisprodukter. Det har trolig også vært noe mer «priskrig» i Oslo.
- Grunnet nedgang i belegg og gjennomsnittspris falt RevPAR med 61,4 prosent mot første halvår i fjor.
- Konferansesegmentet har vært relativt stabilt de siste 10 årene, men på grunn av restriksjonene påført av viruset, har segmentet falt med nesten 60 prosent i første halvår (målt i gjestedøgn, mot samme periode i fjor).
- Yrkessegmentet hadde den laveste nedgangen av segmentene, og endte ned 51,4 prosent mot samme periode i fjor.
- Feriesegmentet har hatt en kraftig vekst fra 2012, men er nå på sitt laveste nivå siden 2009 (478 tusen gjestedøgn). Nedgangen i første halvår var på ca. 56 prosent mot samme periode i fjor.
- Totale gjestedøgn har for halvåret falt med 54 prosent. Nasjonale gjestedøgn falt ca. 48 prosent, mens internasjonale gjestedøgn falt 65,5 prosent fra samme periode i fjor.
- Det utenlandske markedet sto i 2019 for ca. 35 prosent av antall gjestedøgn i Oslo. Pt. ser det ut som store deler av dette markedet ikke kommer tilbake før en Covid-19 vaksine er tilgjengelig.



12-måneders rullerende RevPAR - Oslo



Bilde: Rådhuset, Oslo.
Foto: Erik Skarstein.

Oversiktstabell - Oslo

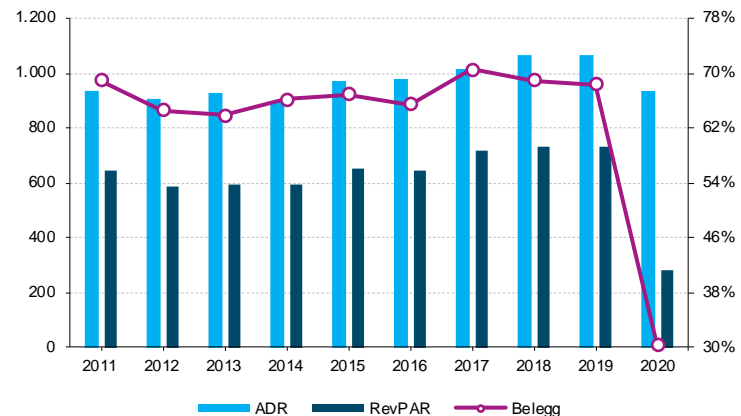
Oslo	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale*	1.597	824	-773	-48,4 %
Internasjonale*	820	283	-537	-65,5 %
Konferanse*	220	91	-130	-58,9 %
Yrke*	1.017	495	-522	-51,4 %
Ferie*	1.179	521	-658	-55,8 %
Gjestedøgn*	2.417	1.106	-1.310	-54,2 %
Solgte rom*	1.679	789	-890	-53,0 %
Romkap.*	2.457	2.611	153	6,2 %
Losji**	1.795	736	-1.058	-59,0 %
Belegg	68,3 %	30,2 %	-38,1 %	-55,8 %
ADR***	1.069	934	-135	-12,6 %
RevPAR***	730	282	-448	-61,4 %

* 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.

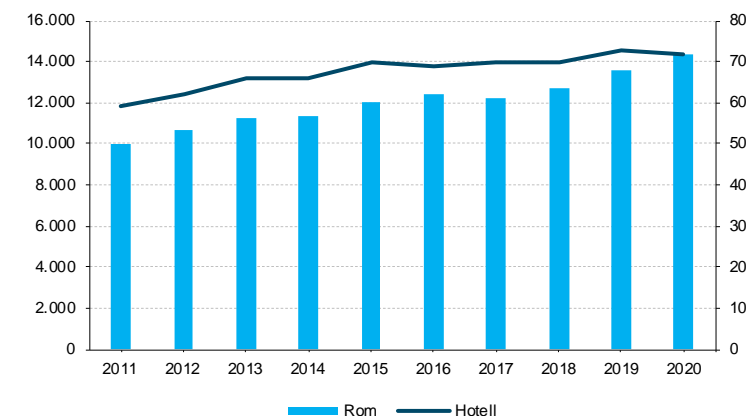
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

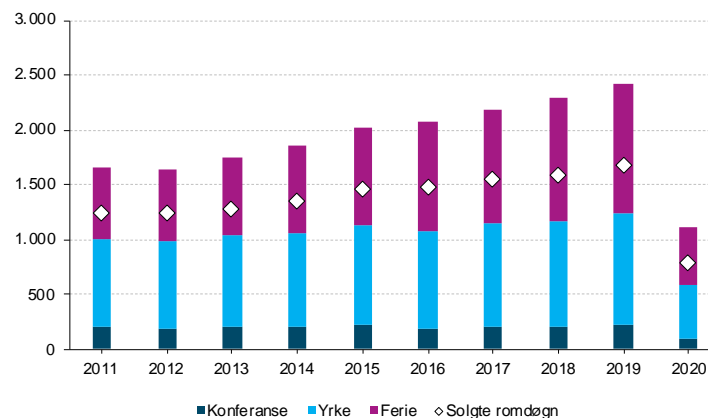
Nøkkeltall - Oslo



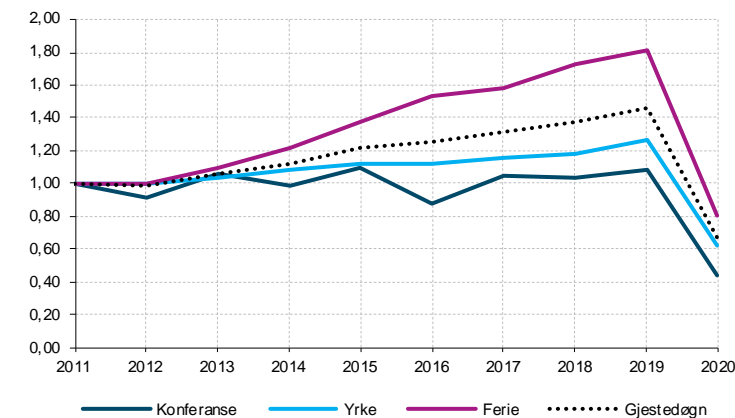
Kapasitet - Oslo



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Oslo



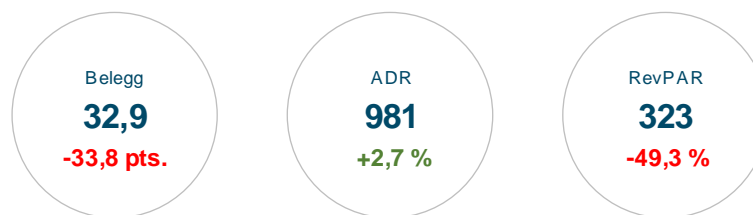
Relativ utvikling per segment - Oslo



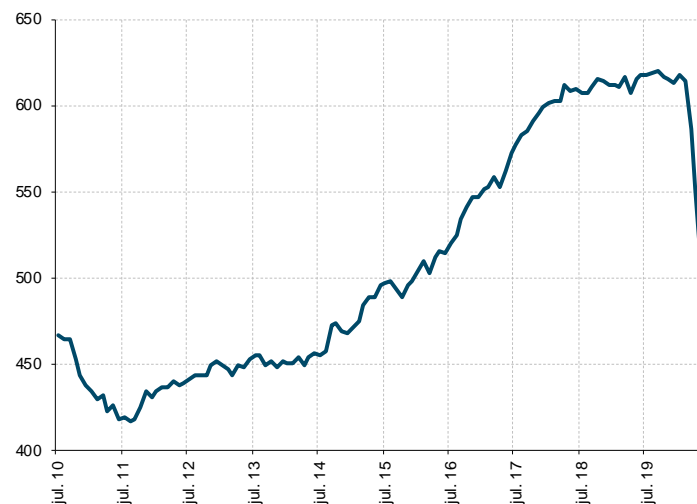
Gardermoen

Gardermoen (Ullensaker kommune) er som ventet en av destinasjonene som er rammet hardest av krisen. Dette skyldes bl.a. at kommunen har en større andel konferansegjester enn de øvrige større hotellkommunene. Tilnærmet 100 prosent av alle større konferanser med mange tilreisende fra hele landet, som Gardermoen er sterke på, er blitt avlyst. I tillegg er svært mye av ferietrafikken, som er koblet med overnatting til/fra ferie i utlandet, tilnærmet 100 prosent borte fra markedet i etter Corona-utbruddet. Gardermoen vil trolig bli en av de destinasjonene som vil slite mest igjennom hele Corona-perioden.

- Etter Oslo var Gardermoen den av de største «hotellkommunen» med størst tilbakegang i belegg i første halvår.
- Gjennomsnittsprisen gikk opp med 2,7 prosent. Dette har trolig sammenheng med at en del av konferansemarkedet selges til noe lavere gjennomsnittspriser grunnet store volumer. I tillegg har trolig de noe dyrere terminalhotellene hatt et høyere belegg enn hotellene som ikke ligger gangavstand til terminalen.
- Fallet i yrkestrafikken er betydelig, men ikke like mye som i Oslo.
- Av de største kommunene er «Gardermoen» den som har størst fall i ferietrafikken. Dette er imidlertid en medvirkende årsak til at Gardermoen har en positiv utvikling av gjennomsnittsprisen.
- Gardermoen er trolig, sammen med Oslo, den destinasjonen av de store hotellbyene som vil ha det mest krevende i andre halvår.
- Det er flere nye hotellprosjekter i «pipeline» på Gardermoen. Det er grunn til å tro at de fleste av disse trolig er satt på «vent».



12-måneders rullerende RevPAR - Gardermoen



Bilde: Oslo Lufthavn Gardermoen, Norway.

Oversiktstabell - Gardermoen

Gardermoen	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale* [⊖]	430	220	-210	-48,8 %
Internasjonale* [⊖]	85	33	-52	-61,3 %
Konferanse* [⊖]	157	74	-83	-52,9 %
Yrke* [⊖]	234	137	-97	-41,5 %
Ferie* [⊖]	124	42	-82	-66,1 %
Gjestedøgn* [⊖]	515	253	-262	-50,9 %
Solgte rom*	397	191	-206	-51,8 %
Romkap.*	596	581	-14	-2,4 %
Losji**	380	188	-192	-50,5 %
Belegg	66,7 %	32,9 %	-33,8 %	-50,6 %
ADR***	956	981	25	2,7 %
RevPAR***	637	323	-314	-49,3 %

* Tall i tusen.

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

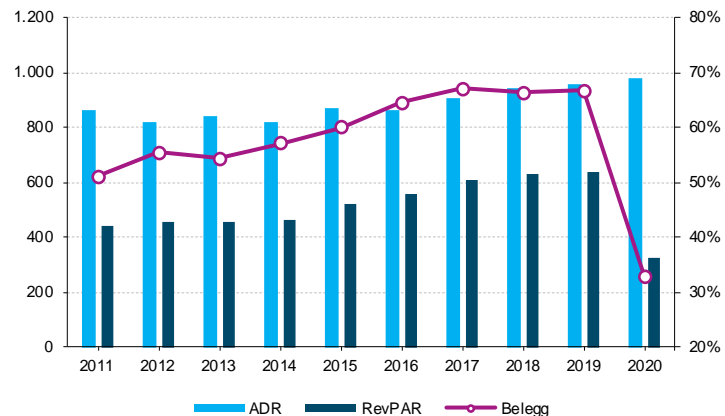
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

⊖ 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.

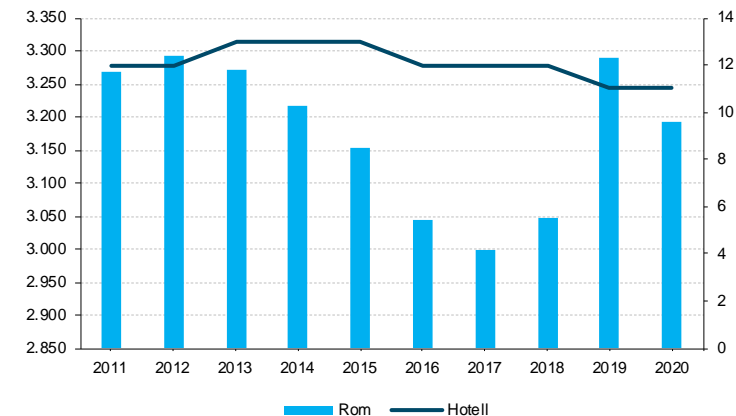
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

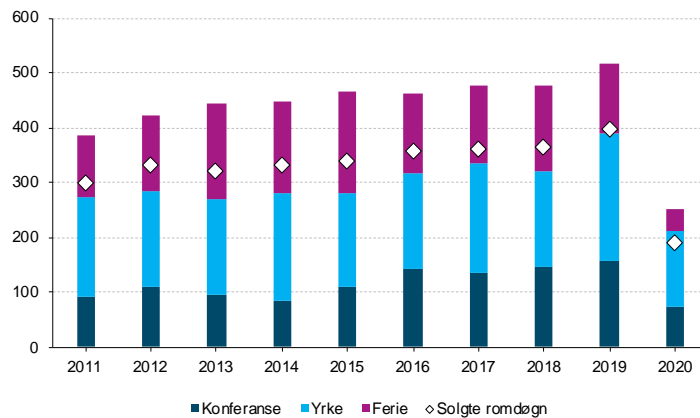
Nøkkel tall - Gardermoen



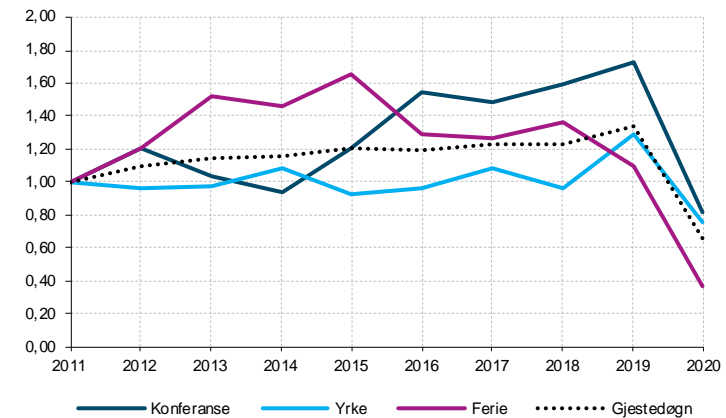
Kapasitet - Gardermoen



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Gardermoen



Relativ utvikling per segment - Gardermoen



Bergen

Bergen har de siste 10 årene økt sin romkapasitet fra 3.380 rom i 2010 til 6.389 rom i desember 2019. Dette er nær en dobling av kapasiteten og i samme tidsrom økte etterspørselen kun med 58 %. Med andre ord har ikke Bergen klart å fylle alle de nye hotellrommene som har kommet inn i markedet de siste årene. Sårbarheten til Bergen er ekstrem stor, fordi 50 prosent av losjiovernetningen kommer i løpet av fire måneder i hovedsesongen fra juni til september. I samme periode er i tillegg 48 prosent av gjestedøgnene fra det internasjonale markedet.

- Bergen hadde en god start på året med vekst i antall solgte rom på 8 prosent i januar og 12 prosent i februar før Covid-krisen rammet Norge og reiselivsnæringen.
- Internasjonale feriegjester er bærebjelken i reiselivet på Vestlandet og i Bergen. Fra april forsvant nærmere 95 prosent av disse gjestene.
- Tallene viser i grafene på de neste sidene at konferansemarkedet ble stengt ned i mars - juni, forretningstrafikken dropper med 62,6 prosent og ferietrafikken ned 84 prosent i samme perioden. Dette tilsvarer et bortfall på totalt 335.373 gjestedøgn.
- Belegget etter nedstengingen (mars-juni) endte på 17,2 prosent hvis hele kapasiteten hadde vært tilgjengelig i markedet.
- Fallet i norsk ferietrafikk er noe mindre og har kompensert litt av bortfallet av internasjonale gjester gjennom sommeren.
- Sommeren viser allikevel en sterk nedgang hvor juli hadde en tilbakegang på 29,1 prosent.
- Utsikten for resten av året er dystre juli, august, september vil fremdeles 80 – 90 prosent av utenlandstrafikken være borte. I tillegg vil konferansemarkedet fra august til desember være sterkt redusert. Det er et lite håp om at noe av yrkestrafikken tar seg opp.
- Totalt sett antar vi at belegget i oktober, november og desember vil være på nivå med mai og juni i område 20-25 prosent.



12-måneders rullende RevPAR - Bergen



Bilde: Quality Hotel Edvard Grieg, Bergen.

Oversiktstabell - Bergen

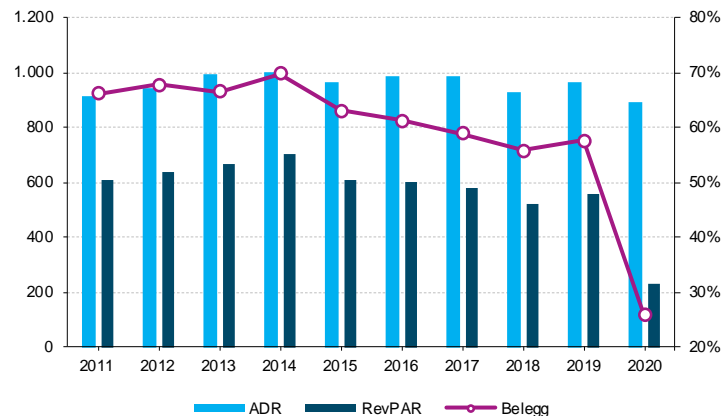
Bergen	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale*	650	350	-299	-46,1 %
Internasjonale*	314	80	-234	-74,5 %
Konferanse*	73	25	-48	-65,6 %
Yrke*	374	205	-169	-45,1 %
Ferie*	517	200	-317	-61,3 %
Gjestedøgn*	963	430	-533	-55,4 %
Solgte rom*	656	322	-334	-50,9 %
Romkap.*	1.140	1.249	109	9,6 %
Losji**	635	287	-348	-54,8 %
Belegg	57,6 %	25,8 %	-31,8 %	-55,2 %
ADR***	968	890	-78	-8,0 %
RevPAR***	557	230	-328	-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.

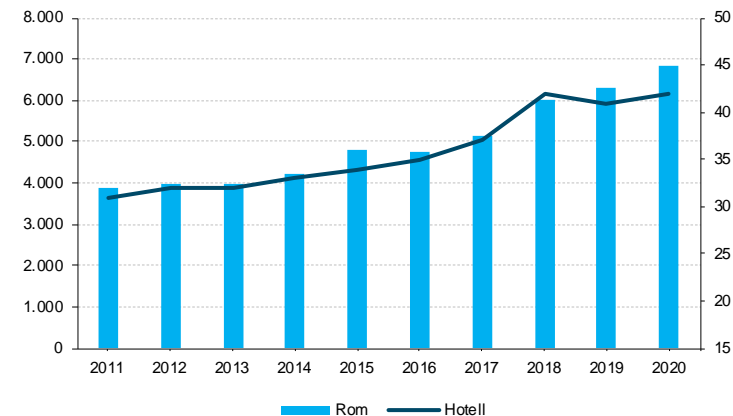
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

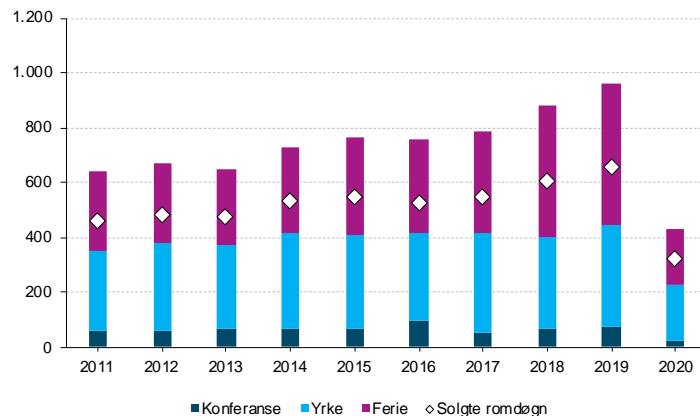
Nøkkel tall - Bergen



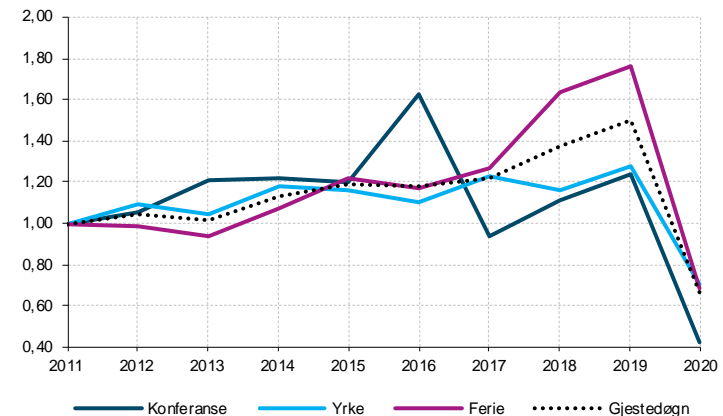
Kapasitet - Bergen



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Bergen



Relativ utvikling per segment - Bergen

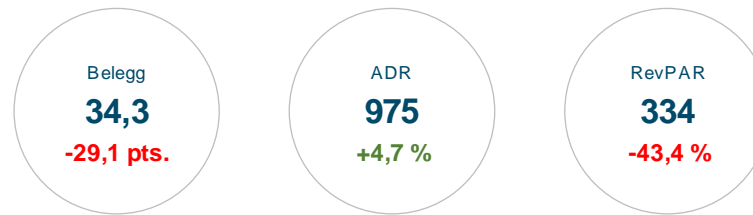


Trondheim

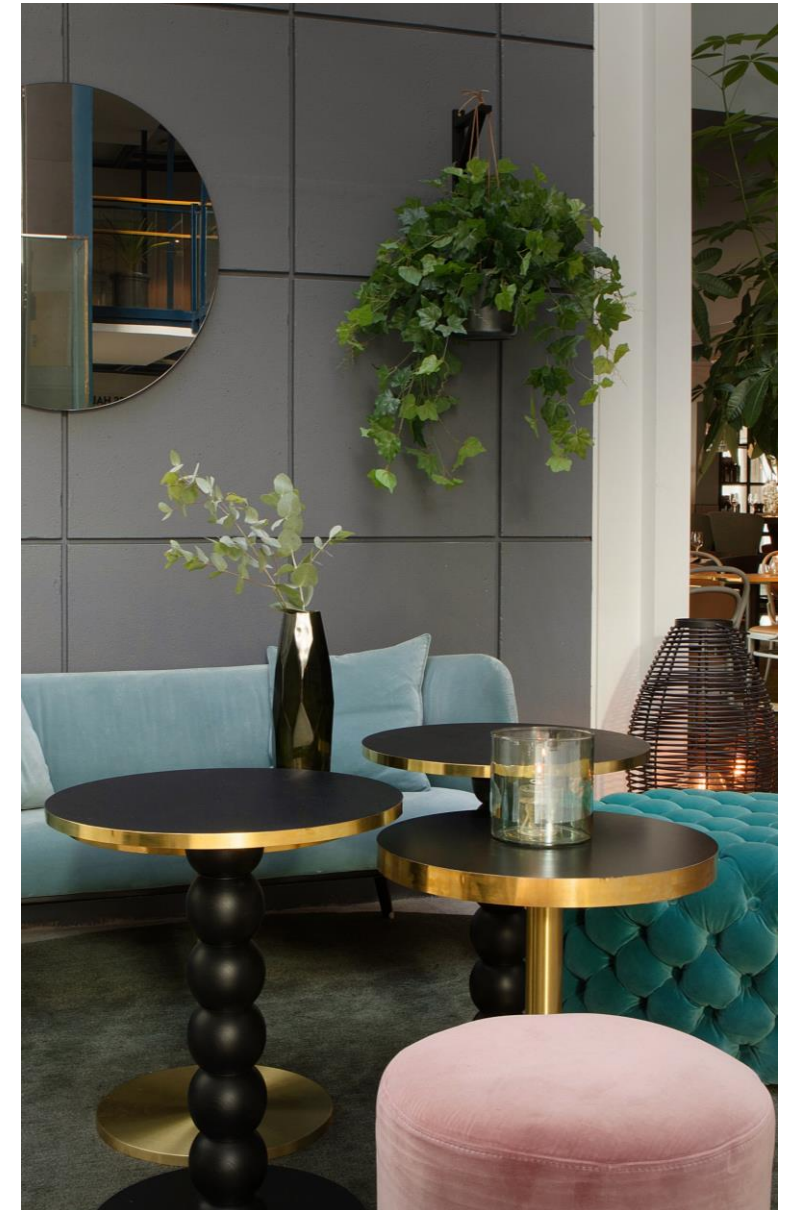
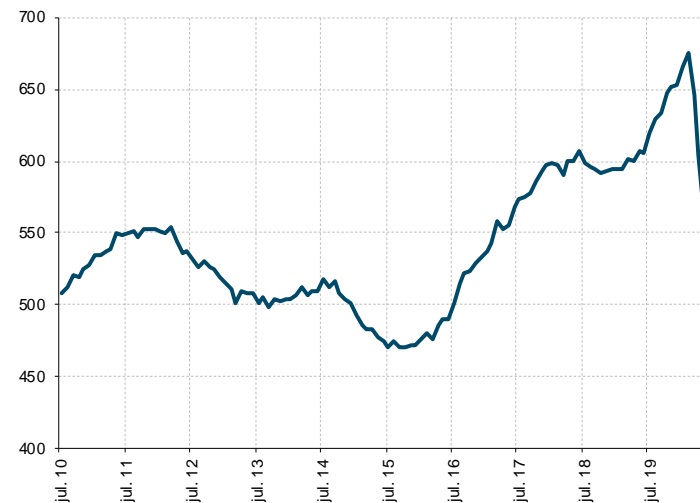
Historisk har Trondheim hatt lave rompriser (ADR) og stabilt belegg. Årsaken er som vi tidligere har skrevet om et regulert marked med mange statlige hotellavtaler, i tillegg til flere lavpris hotellprodukt. Etter at Britannia åpnet i april 2019 var det en markant økning i ADR og mer dynamikk i markedet, hvor flere hotell bidro til høyere priser og positivitet.

Sårbarheten til Trondheim ligger i fallet i yrkesmarkedet hvor nærmere 50 prosent av gjestedøgnene kommer fra, med en stor andel statlige hotellavtaler.

- 2020 startet sterkt med en vekst i antall solgte rom på 25,6 prosent samlet for januar og februar.
- Etter nedstengingen falt det viktige yrkesmarkedet med 69 prosent for perioden mars til juni, ferie markedet falt med 57 prosent og konferansemarkedet med hele 94 prosent.
- Belegget etter nedstengingen (mars-juni) endte på 20 prosent hvis hele kapasiteten hadde vært tilgjengelig i markedet.
- Den norske andelen av gjestedøgn er høy med en andel på 85,5 prosent, noe som kan være positivt i forhold til Corona-situasjon. Vi antar at Trondheim som er mindre avhengig av internasjonaltrafikk kan komme noe raskere tilbake til en «ny normal».
- Konferansemarkedet er viktig for byen og har stått for en viktig del av omsetningen. Med mange statlige avtaler kan dette også være en «redningsplanke».
- Fritidsmarkedet har vært forholdsvis stabilt de siste årene, men opplevde en positiv vekst i 2019. «Matbyen» kan være en attraksjon som kan trekke gjestedøgn til byen.
- Yrkesmarkedet er avhengig av at offentlige ansatte starter å reise igjen.
- På kort sikt antar vi at høsten vil bli krevende med et belegg i område 20-25 prosent.



12-måneders rullende RevPAR - Trondheim



Bilde: Scandic Hell, Trondheim.
Foto: Tord-Erik Andresen

Oversiktstabell - Trondheim

Trondheim	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale* [⊖]	451	274	-176	-39,1 %
Internasjonale* [⊖]	67	29	-39	-57,5 %
Konferanse* [⊖]	67	23	-44	-65,7 %
Yrke* [⊖]	254	141	-112	-44,2 %
Ferie* [⊖]	198	138	-59	-29,9 %
Gjestedøgn* [⊖]	518	303	-215	-41,5 %
Solgte rom*	369	213	-155	-42,1 %
Romkap.*	582	623	41	7,0 %
Losji**	343	208	-135	-39,4 %
Belegg	63,3 %	34,3 %	-29,1 %	-45,9 %
ADR***	931	975	44	4,7 %
RevPAR***	590	334	-256	-43,4 %

* Tall i tusen.

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

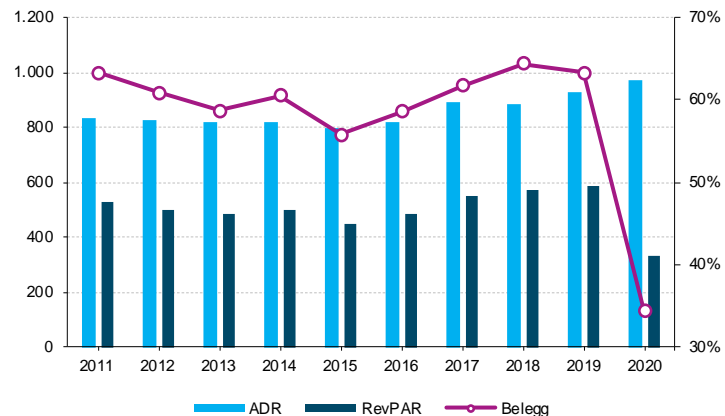
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

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

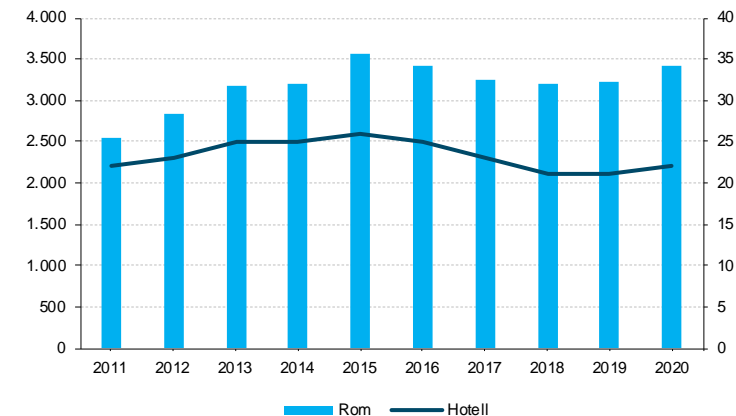
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

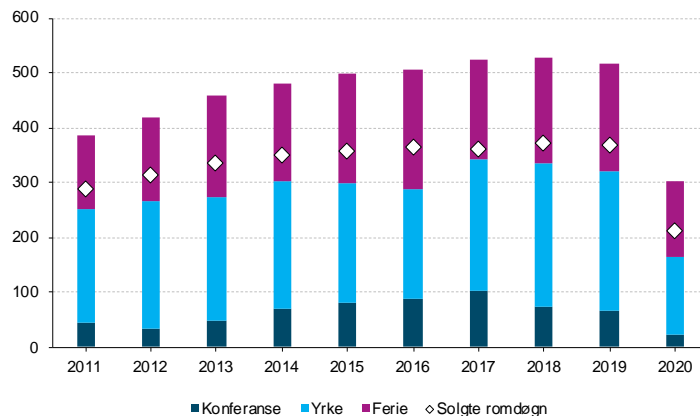
Nøkkel tall - Trondheim



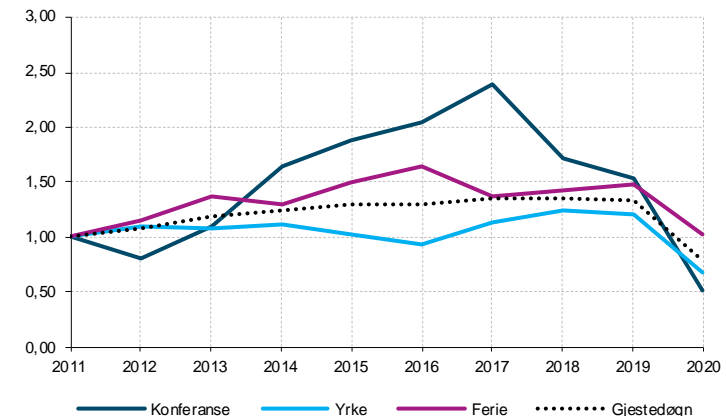
Kapasitet - Trondheim



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Trondheim



Relativ utvikling per segment - Trondheim



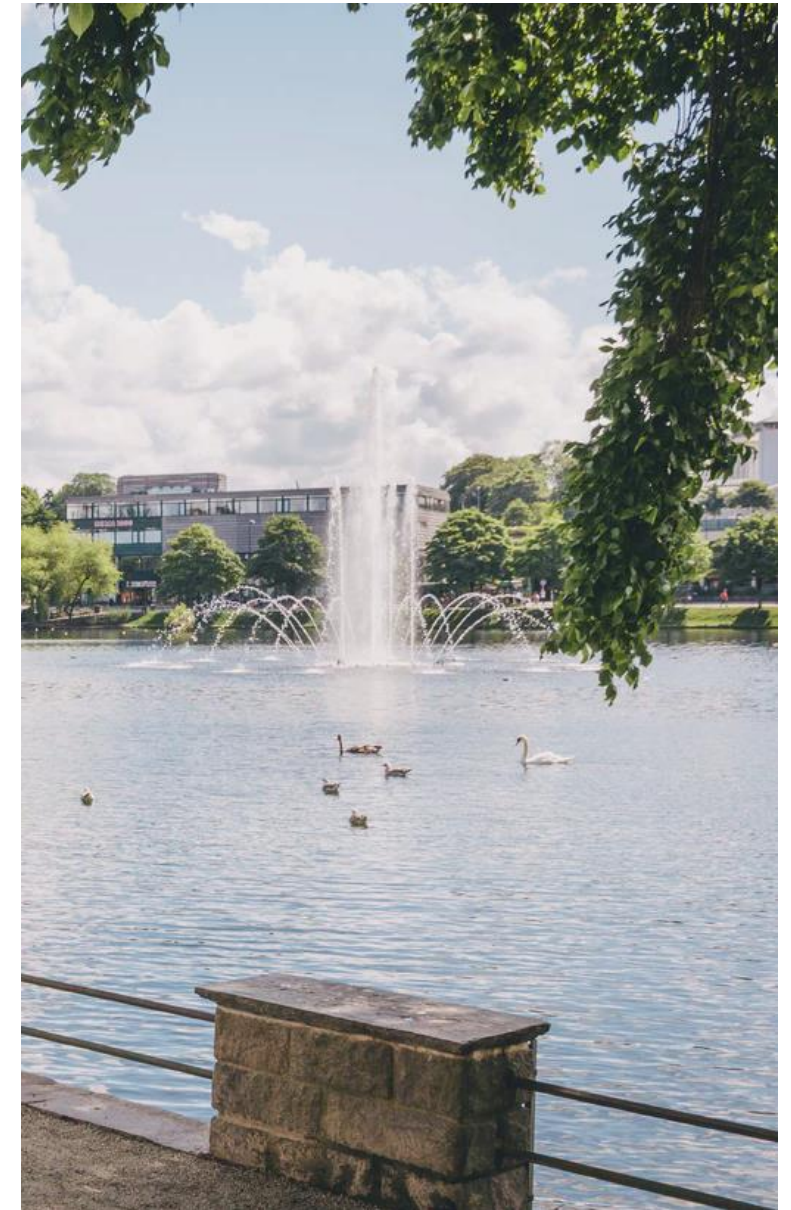
Stavanger

2019 ble det året hvor hotellmarkedet snudde i Stavanger og fikk en holdbar endring og vekst. Forventningene til 2020 var positiv i bransjen, veksten ville mest sannsynlig fortsette, skrev vi i helårsrapporten vår for 2019. Nedturen oppleves derfor som brutal etter den positive opphenting som har skjedd etter oljekrisen. Sårbarheten fremover er avhenger hvor raskt den oljerelaterte yrkestrafikken er tilbake til en «ny normal»

- Veksten fortsatte i 2020 med flere solgte rom i januar (+ 24,4 %) og februar (+ 25,9 %).
- Forretningstrafikken er svært viktig for Stavanger, men fra mars – juni forsvant 55 prosent av disse gjestedøgnene. Stavanger gjør det bedre i forretningsmarkedet enn flere andre destinasjoner. Noe som mest sannsynlig skyldes den viktige oljenæringen.
- Belegget etter nedstengingen (mars-juni) endte på 23,1 prosent hvis hele kapasiteten hadde vært tilgjengelig i markedet.
- Sommeren viser en positiv utvikling med en RevPAR vekst i juli på 19,5 prosent.
- Internasjonale reisende er ned 78 prosent etter nedstengingen i mars og vil mest sannsynlig holde seg på et lavt nivå fremover.
- Vi antar at deler av forretningsmarkedet vil komme forholdsvis raskt tilbake og øke noe utover høsten, hvis ikke nye større smitteutbrudd vil sette en stopper.
- Konferansemarkedet har i flere år hatt en relativ svak utvikling, bortsett fra 2019 som hadde et positivt løft. Forventningene fremover er usikre, men vi antar at det vil ta tid før konferansemarkedet er tilbake i Stavanger. En ny internasjonal oljemesse (ONS) kan være en «kick start» i dette markedet.
- Fritidsmarkedet kan komme tilbake med norske reisende hvis regionen har noe attraktivt å tilby – konkurranse blir har mellom norske byer.
- Totalt sett antar vi at belegget i oktober, november og desember vil være på nivå med mai og juni i område 20 - 25 prosent..



12-måneders rullerende RevPAR - Stavanger



Bilde: Breiavatnet, Stavanger.
Foto: Thomas Eidsvold.

Oversiktstabell - Stavanger

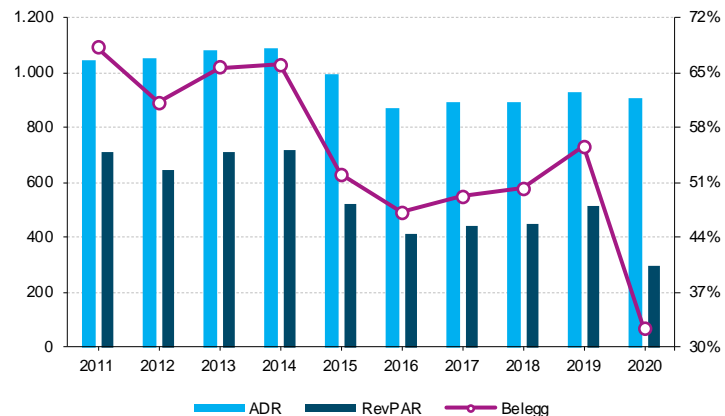
Stavanger	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale*	325	223	-102	-31,4 %
Internasjonale*	104	46	-58	-56,2 %
Konferanse*	40	16	-24	-60,6 %
Yrke*	223	140	-83	-37,3 %
Ferie*	166	113	-53	-32,1 %
Gjestedøgn*	429	268	-161	-37,4 %
Solgte rom*	325	209	-116	-35,7 %
Romkap.*	586	649	64	10,9 %
Losji**	301	190	-111	-37,0 %
Belegg	55,5 %	32,2 %	-23,3 %	-42,0 %
ADR***	926	908	-18	-2,0 %
RevPAR***	514	292	-222	-43,2 %

* 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.

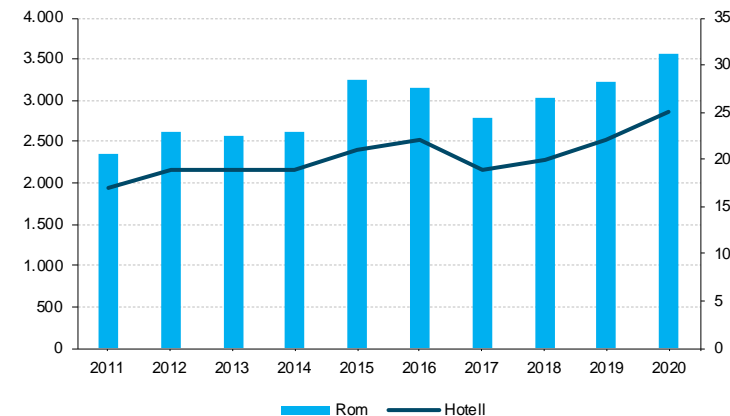
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

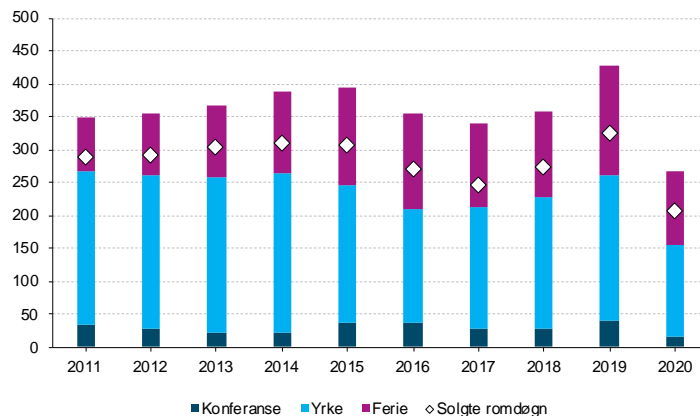
Nøkkel tall - Stavanger



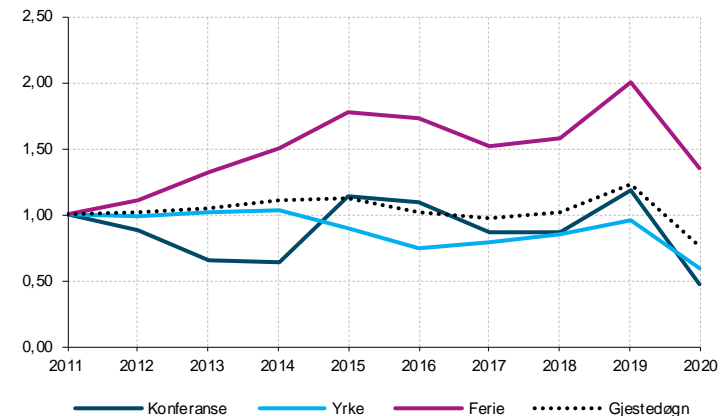
Kapasitet - Stavanger



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Stavanger



Relativ utvikling per segment - Stavanger



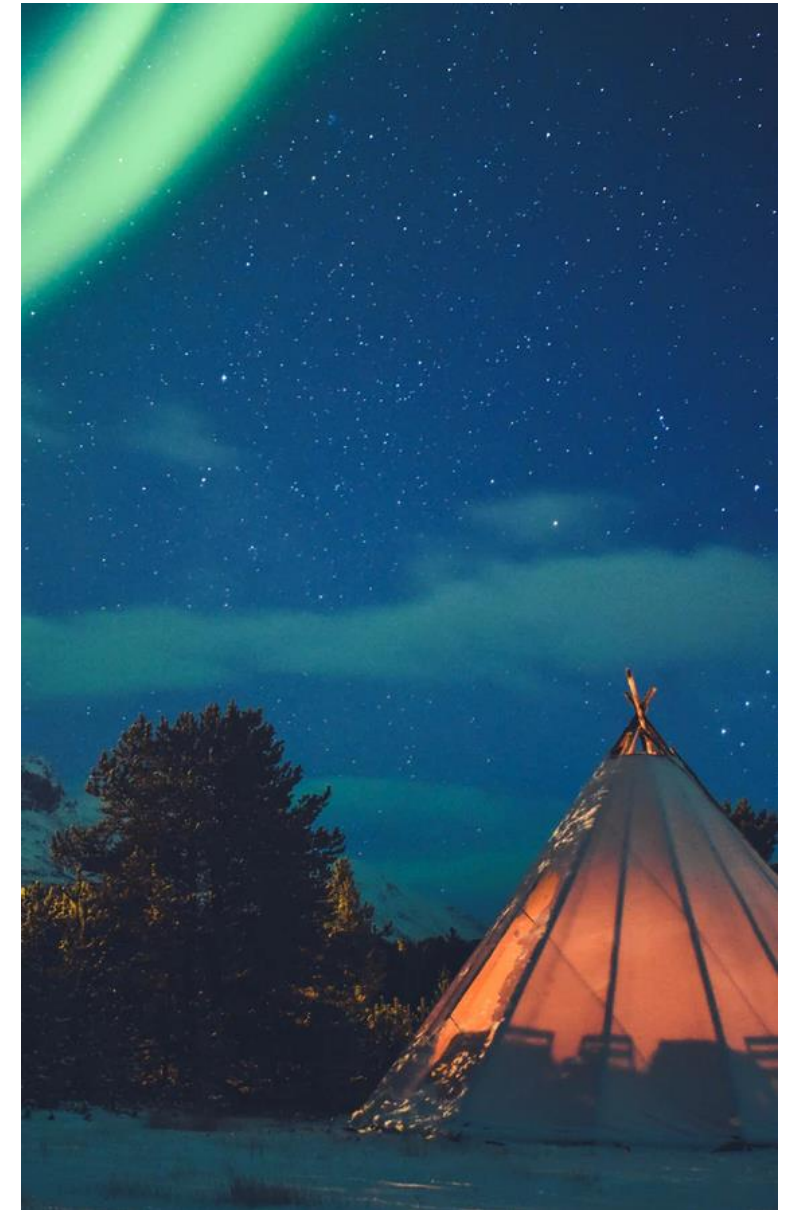
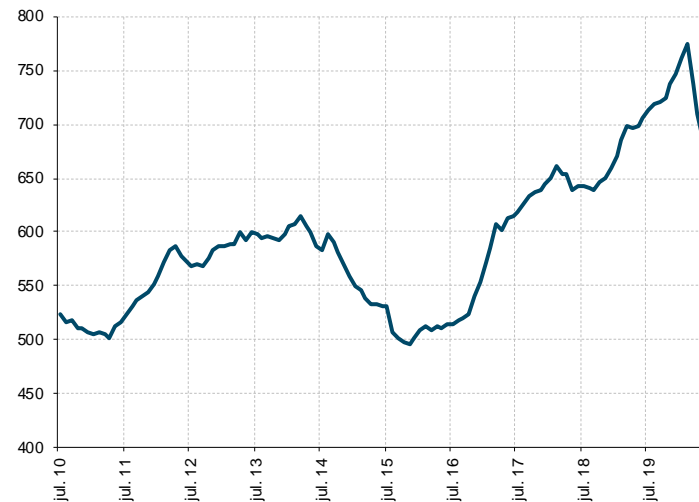
Tromsø

«All Time High» for Tromsø i 2019 og den høyeste RevPAR i landet i 2019, skrev vi i vår helårsrapport for 2019. «Nordlysturismen» har vært drivkraften i reiselivet i regionen. Sårbarheten og fallhøyden blir veldig stor når perioden november til mars, risikerer å miste ca. 200.000 gjestedøgn fra «Nordlysturismen». I denne perioden svinger belegget i Tromsø mellom 85 til 90 prosent.

- 2020 startet med en forsiktig samlet vekst i solgte rom for januar og februar 2,8 prosent. Det er allerede tilnærmet fullt og i liten grad plass til flere gjester.
- Den internasjonale ferietrafikken er svært viktig for Tromsø, og etter nedstengningen forsvant 75 prosent av dette markedet. Da var mars tilnærmet normal i halve måneden.
- Belegget etter nedstengningen (mars-juni) endte på 20,3 prosent hvis hele kapasiteten hadde vært tilgjengelig i markedet.
- Sommersesongen er også svak med en tilbakegang i RevPAR for juli med 18,9 prosent.
- Vi antar at forretningsmarkedet også for Tromsø vil komme raskest tilbake og øke noe utover høsten, det vil være vanskeligere for konferansemarkedet pga. avstand, flyreiser, kostnader og generell frykt i markedet for å samle folk til eksterne møter og konferanser.
- Det internasjonale feriemarkedet vil være «punktert» inntil en vaksine er på plass. Det betyr etter våre anslag 110.000 færre gjestedøgn
- Utsikten for høsten antar vi at belegget i oktober, november og desember vil være på nivå med mai og juni i område 20 prosent.



12-måneders rullerende RevPAR - Tromsø



Bilde: Tromsø.
Foto: BitCloud Photography

Oversiktstabell - Tromsø

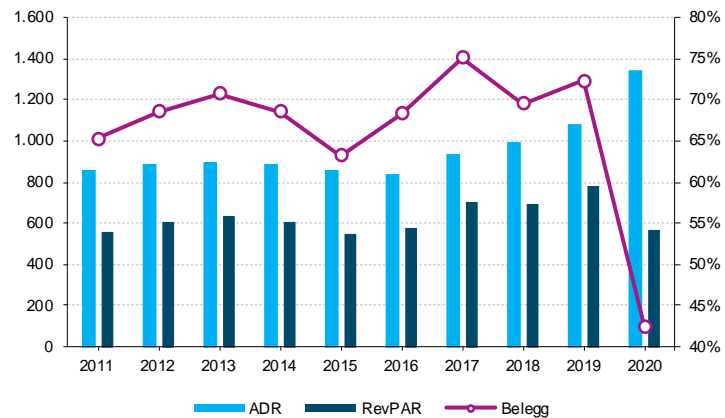
Tromsø	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale*	268	141	-127	-47,3 %
Internasjonale*	178	138	-41	-22,8 %
Konferanse*	48	23	-25	-52,7 %
Yrke*	134	78	-56	-41,6 %
Ferie*	264	178	-86	-32,6 %
Gjestedøgn*	446	279	-167	-37,5 %
Solgte rom*	294	176	-118	-40,1 %
Romkap.*	406	415	9	2,2 %
Losji**	319	237	-82	-25,7 %
Belegg	72,4 %	42,4 %	-29,9 %	-41,4 %
ADR***	1.085	1.346	261	24,0 %
RevPAR***	785	571	-214	-27,3 %

* 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.

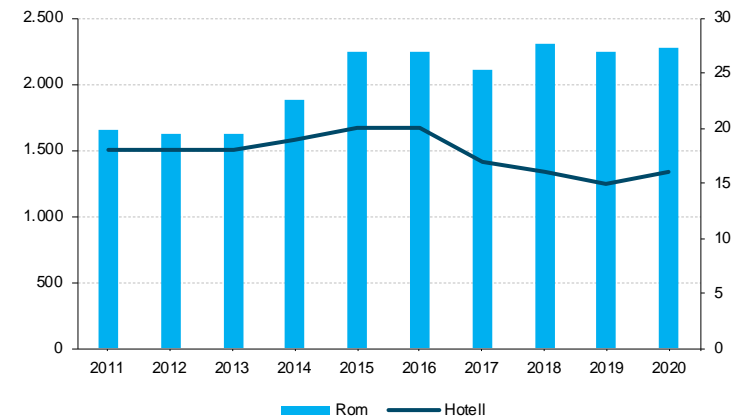
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

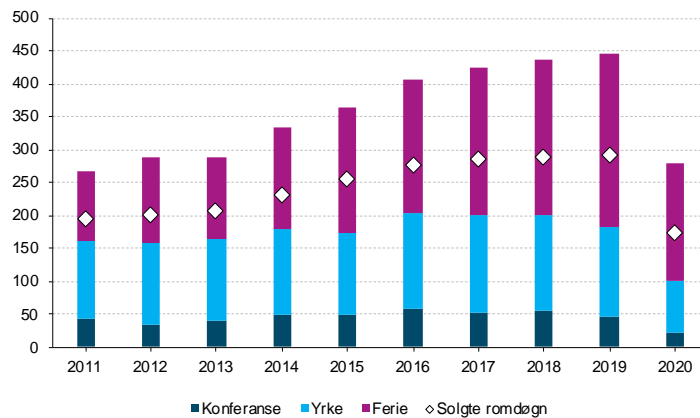
Nøkkel tall - Tromsø



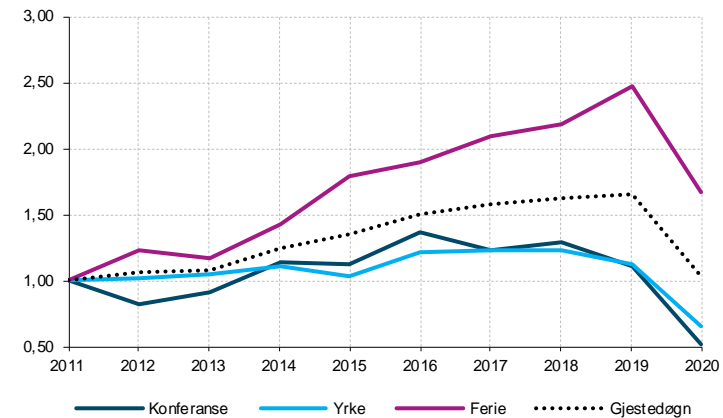
Kapasitet - Tromsø



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Tromsø



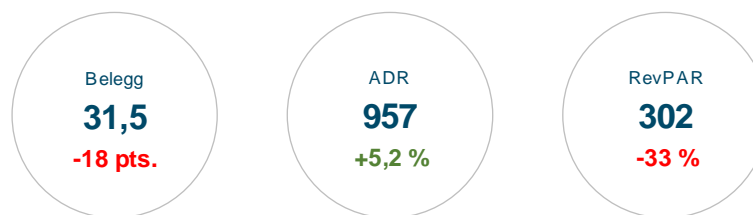
Relativ utvikling per segment - Tromsø



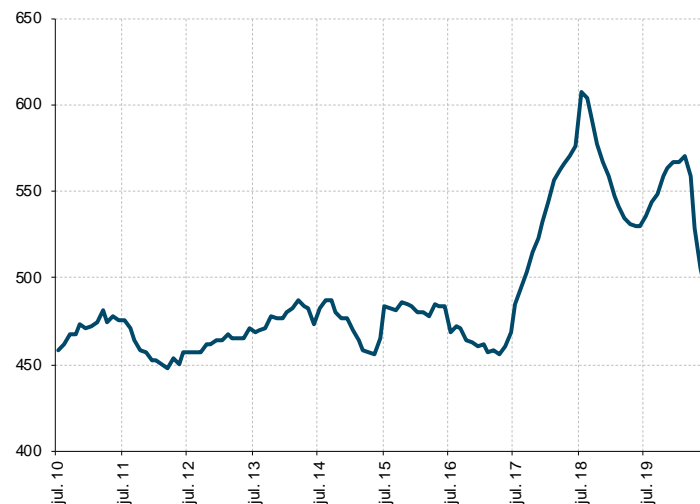
Kristiansand

Kristiansand er ikke uventet en av destinasjonene som har klart seg best, så langt i Coronapandemien. Dette har bl.a. sammenheng med at byen, historisk sett, at en stor andel av byens årlige totale trafikk er innenlandsk ferietrafikk, dvs. det markedet med minst nedgang. Byen har også fått tilført ny kapasitet etter at Thon Hotel Norge (åpnet 2. juni) kom tilbake i markedet etter en større rehabilitering .

- Året startet svært bra i Kristiansand, men forholdsvis store økninger på alle segmenter. Det var også en tilførsel av kapasitet (først og fremst pga. overheng fra 2019).
- Belegget i Kristiansand gikk «kun» ned med 18,0 prosentpoeng. Dette er den minste reduksjonen i belegg av de største byene.
- Yrkestrafikken i Kristiansand var inne i en svært positiv trend før Covid-19 slo til i mars. Den prosentvise tilbakegangen på dette segmentet i mai og juni er betydelig lavere enn de fleste av de større byene.
- Juli ble i svært god måned for Kristiansand og man kan forvente at august også blir forholdsvis bra. Holder den positive utviklingen på yrkesmarked, krisen tatt i betraktning, vil året Kristiansand trolig bli den av de største hotellbyene som vil klare 2020 best i forhold til nedgang i solgte romdøgn. Den økte kapasiteten til Thon Hotel Norge vil imidlertid bidra til å holde belegget på lavt nivå .



12-måneders rullerende RevPAR - Kristiansand



Bilde: Radisson Blu Caledonien Hotel, Kristiansand.

Oversiktstabell - Kristiansand

Kristiansand	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale*	203	153	-50	-24,8 %
Internasjonale*	20	9	-10	-52,3 %
Konferanse*	18	10	-8	-44,4 %
Yrke*	93	68	-25	-27,0 %
Ferie*	111	84	-27	-24,7 %
Gjestedøgn*	223	162	-61	-27,2 %
Solgte rom*	139	95	-45	-32,1 %
Romkap.*	281	300	19	6,7 %
Losji**	127	91	-36	-28,6 %
Belegg	49,6 %	31,5 %	-18,0 %	-36,3 %
ADR***	910	957	47	5,2 %
RevPAR***	451	302	-149	-33,0 %

* Tall i tusen.

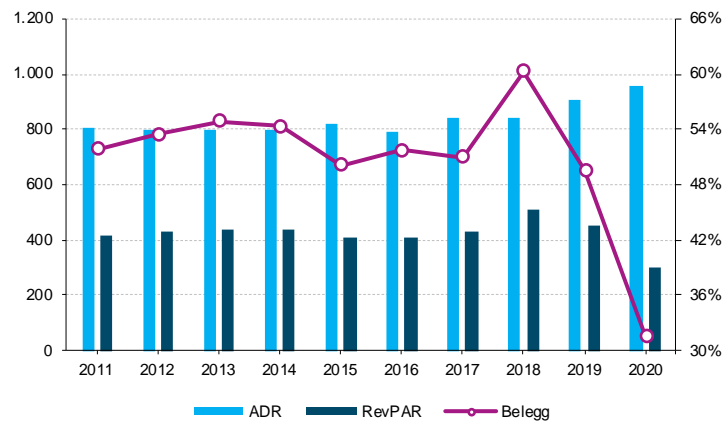
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

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

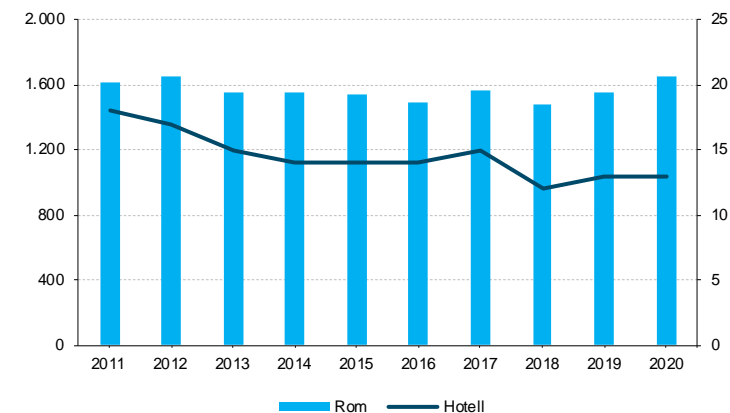
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

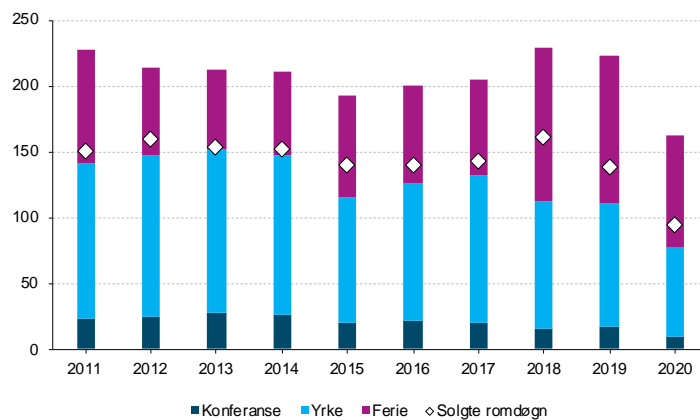
Nøkkel tall - Kristiansand



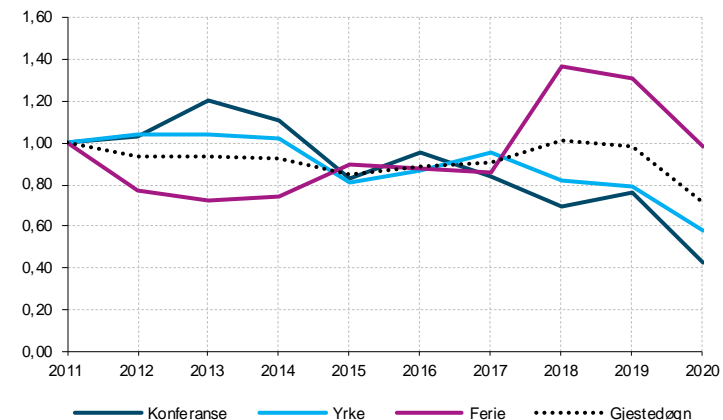
Kapasitet - Kristiansand



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Kristiansand



Relativ utvikling per segment - Kristiansand



Bodø

Bodø har de siste årene vist en solid vekst med «all time high» i 2019, med belegg på 69,9 prosent. Bodø har de siste fem årene økt RevPAR med 25 prosent, og hadde den tredje beste RevPAR av de største hotellbyene i Norge etter Tromsø og Oslo i 2019.

Sårbarheten til Bodø ligger i bortfallet av den norske yrkestrafikken og den internasjonale ferietrafikken som Bodø har tatt en større andel av de siste årene.

- 2020 startet med en solid samlet vekst i solgte rom for januar og februar 15,8 prosent.
- Yrkestrafikken er svært viktig for Bodø og som normalt utgjør 45 prosent av alle gjestedøgn og nærmere 60 prosent av alle romdøgn.
- Belegget etter nedstengingen (mars-juni) endte på 26,4 prosent hvis hele kapasiteten hadde vært tilgjengelig i markedet.
- Sommersesongen er positiv med en vekst i RevPAR i juli på 19,1 prosent
- Både yrkesreisende og konferansemarkedet har hatt en bra vekst de 3 siste årene, spesielt viktig at yrkestrafikken kommer raskt tilbake. Konferanse som vi har tidligere omtalt i rapporten antar vi det vil ta lenger tid å få tilbake til «normalen».
- Det internasjonale feriemarkedet har vært viktig for Bodø i sommerhalvåret, det er fare for at store deler av dette også falle bort neste år.
- Utsikten for høsten antar vi at belegget i oktober, november og desember vil være på nivå med mai og juni i område 20 – 25 prosent.
- Fra 2021 til 2024 kommer det trolig inn ca. 700 nye hotellrom i markedet, som vil skape store utfordringer for konkurransesituasjon.



12-måneders rullerende RevPAR - Bodø



Bilde: Scandic Havet, Bodø.

Oversiktstabell - Bodø

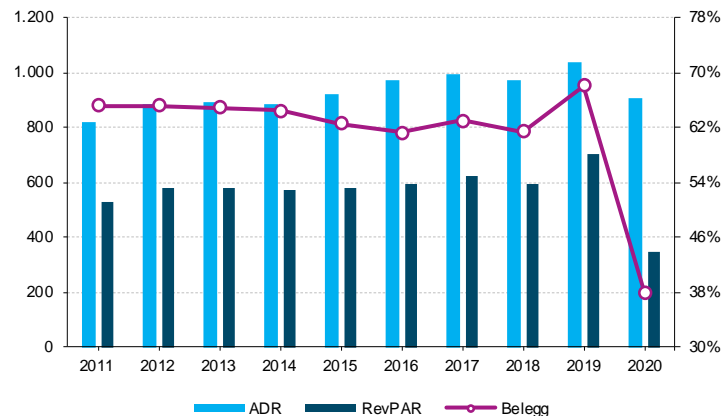
Bodø	2019 HY	2020 HY	Endr.	Pros.
Nasjonale*	131	84	-47	-35,6 %
Internasjonale*	22	8	-14	-65,5 %
Konferanse*	30	11	-19	-64,5 %
Yrke*	74	50	-25	-33,2 %
Ferie*	48	31	-17	-35,0 %
Gjestedøgn*	153	92	-61	-39,9 %
Solgte rom*	119	71	-49	-40,8 %
Romkap.*	175	187	11	6,5 %
Losji**	124	64	-59	-48,1 %
Belegg	68,1 %	37,9 %	-30,3 %	-44,4 %
ADR***	1.035	908	-127	-12,3 %
RevPAR***	705	344	-361	-51,3 %

* 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.

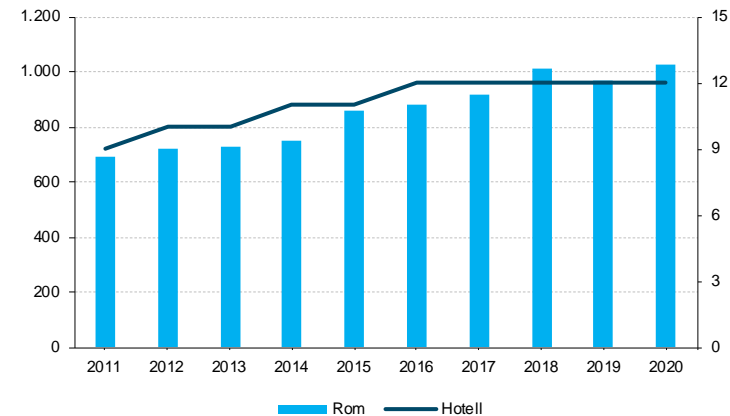
Det er ikke hensyntatt i romkapasiteten at flere hoteller har hatt stengt siden mars grunnet Covid-19.

Kilde: SSB, Statistikknett og Hotelia.

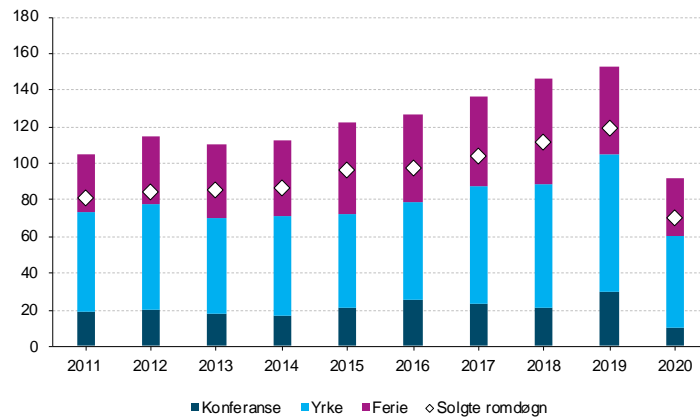
Nøkeltall - Bodø



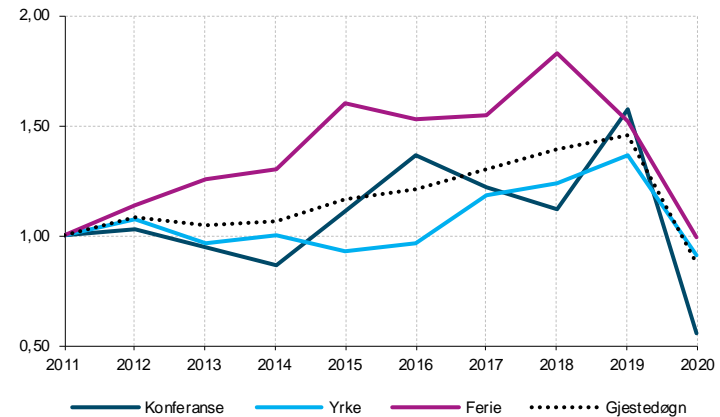
Kapasitet - Bodø



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn - Bodø

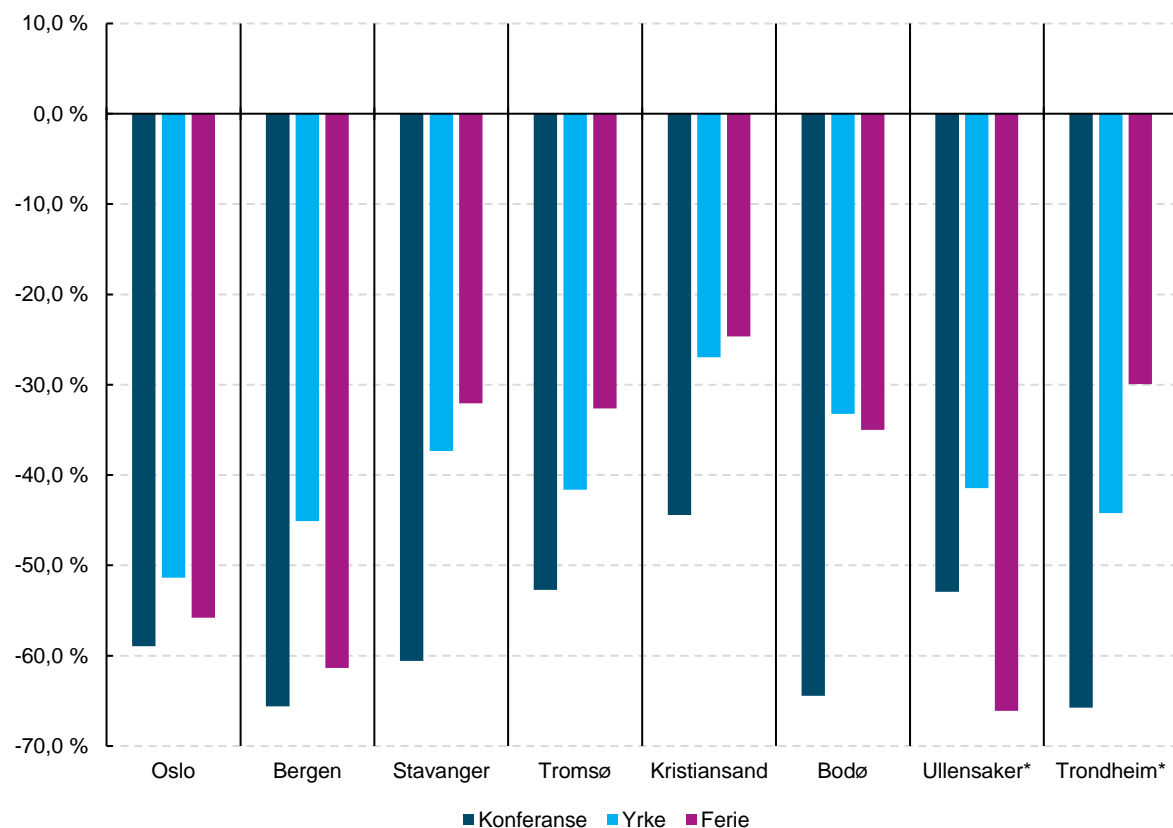


Relativ utvikling per segment - Bodø



Endring i gjestedøgn per destinasjon

Endring 1. halvår 2020 vs. 1. halvår 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%
1. halvår	-58,9%	-65,6%	-60,6%	-52,7%	-44,4%	-64,5%	-52,9%*	-65,7%

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%
1. halvår	-51,4%	-45,1%	-37,3%	-41,6%	-27,0%	-33,2%	-41,5%*	-44,2%*

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%
1. halvår	-55,8%	-61,3%	-32,1%	-32,6%	-24,7%	-35,0%	-66,1%*	-29,9%*

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.



**Hotellaktører i
Norge**

Hotellkjeder / Operatører

Oversikten viser de største hotellaktørene i Norge per. 30. juni.

Operation inkl. management

- Franchise inkl. partner-/samarbeidsavtaler
- Pipeline indikerer kun nye prosjekter (evt. utvidelser) som er offisielle

Eierintegrerte kjeder	Antall hotell			Antall rom				Pipeline	
	Operations	Franchise	Total	Operations	Franchise	Total	ΔLY	Total	ΔLY
Quality Hotel	20	12	32	4.249	1.549	5.798	1,9 %		
Clarion Hotel	12	-	12	3.837	-	3.837	7,1 %		
Comfort Hotel	14	4	18	2.639	404	3.043	-2,9 %		
Clarion Collection	17	3	20	1.968	262	2.230	-0,2 %		
Unbranded	6	4	10	647	772	1.419	0,6 %		
Totalt Nordic Choice Hotels	69	23	92	13.340	2.987	16.327	1,7 %	2.623	23,6 %
Scandic	71	12	83	13.593	1.713	15.306	0,2 %		
by Scandic	2	-	2	698	-	698	0,0 %		
Totalt Scandic	73	12	85	14.291	1.713	16.004	0,2 %	966	-22,7 %
Thon Hotels	54	19	73	8.850	1.606	10.456	0,8 %	342	-31,6 %
Radisson Blu	11	2	13	3.756	744	4.500	0,0 %		
Park Inn by Radisson	4	2	6	999	484	1.483	14,0 %		
Totalt Radisson Hotel Group	15	4	19	4.755	1.228	5.983	3,1 %	217	-3,1 %
Smarthotel	4	2	6	736	102	838	0,0 %	n.a.	n.a.
Classic Norway Hotels	16	-	16	737	-	737	5,7 %	80	90,5 %
First Hotels	6	-	6	692	-	692	-9,1 %	n.a.	n.a.
Magic Hotels	4	-	4	404	-	404	n.a.	90	n.a.

Hotellkjeder / Operatører

Oversikten viser de største hotellaktørene i Norge per. 30. juni.

Operation inkl. management

- Franchise inkl. partner-/samarbeidsavtaler
- Pipeline indikerer kun nye prosjekter (evt. utvidelser) som er offisielle

Samarbeidskjeder	Antall hotell			Antall rom				Pipeline	
	Operations	Franchise	Total	Operations	Franchise	Total	ΔLY	Total	ΔLY
De Historiske	-	66	66	-	4.563	4.563	6,0 %	-	n.a.
Best Western	-	7	7	-	426	426	-10,1 %		
Best Western Plus	-	3	3	-	223	223	-28,3 %		
BW Premier Collection	-	1	1	-	131	131	n.a.		
BW Signature Collection	-	2	2	-	218	218	n.a.		
Sure Hotels	-	2	2	-	199	199	n.a.		
Sure Hotels Collection	-	2	2	-	148	148	n.a.		
World Hotels Crafted	-	1	1	-	249	249	n.a.		
World Hotels Elite	-	1	1	-	127	127	n.a.		
Totalt Best Western	-	19	19	-	1.721	1.721	119,2%	248	n.a.

Multibrandoperatører	Antall hotell			Antall rom				Pipeline	
	Unbranded	Franchise	Total	Unbranded	Franchise	Total	ΔLY	Total	ΔLY
Norlandia Hotel Group	3	11	14	659	1.065	1.724	3,1 %	564	16,5 %
Norwegian Hospitality Group	3	4	7	429	701	1.130	0,0 %	175	2,9 %
CIC Hospitality	5	4	9	402	434	836	n.a.	237	n.a.
Maribel* (inkl. First)	-	6	6	-	692	692	-28,5 %	n.a.	n.a.
De Bergenske	5	-	5	655	-	655	0,0 %	n.a.	n.a.
Team Hotels	5	1	6	379	147	526	0,0 %	-	n.a.
Haut Nordic	-	3	3	-	421	421	0,0 %	1.265	20,8 %

*Dette er per 30.06.20. Selskapet gikk konkurs i juli.

Hotelleiendomsaktører

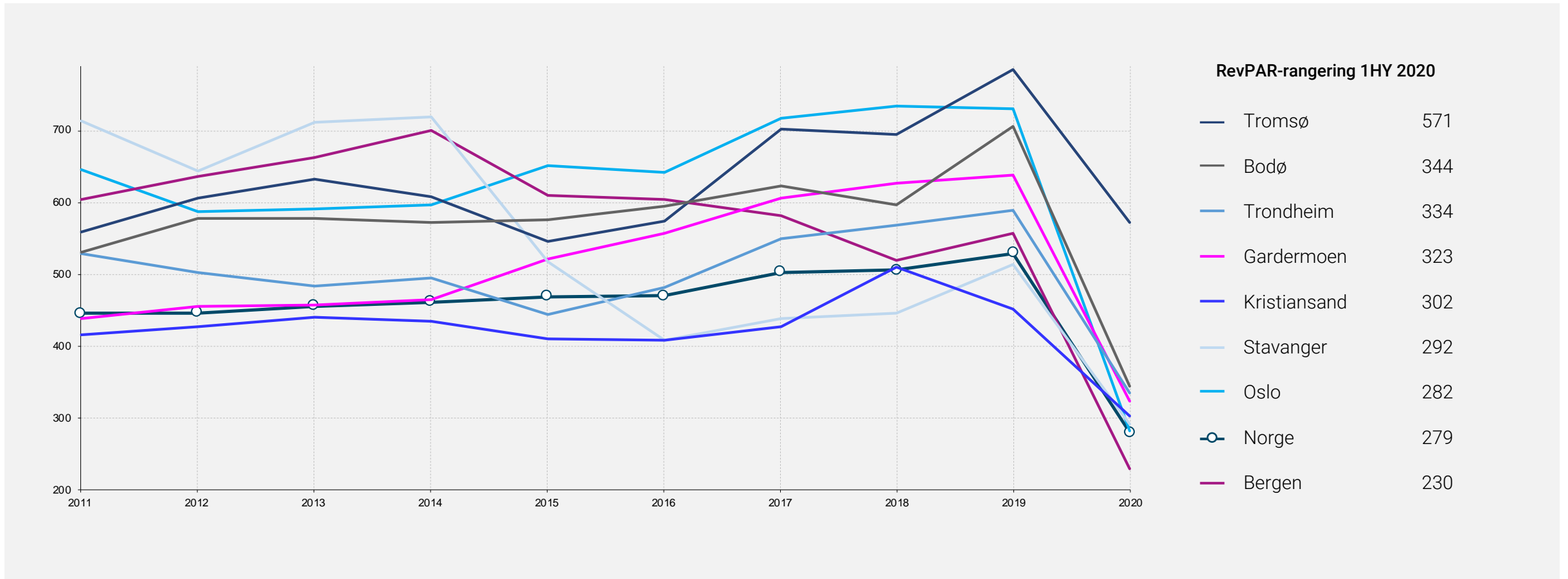
Oversikten viser de 10 største hotelleiendomsselskaperes eiendommer i Norge, basert på antall rom per 30. juni. Eiendommer som er eid 50 prosent eller mer av et selskap er registrerte. Selskaper i oversikten inkl. også nærstående selskaper.

Eiendomsselskap	Antall hotell			Antall rom			Antall rom i pipeline		
	Egen drift	Utleie	Total	Egen drift	Utleie	Total	Egen drift	Utleie	Total
Olav Thon Gruppen	49	4	53	8.484	366	8.850	191	-	191
Rica Eiendom	-	17	17	-	2.877	2.877	-	-	-
KLP Eiendom	-	8	8	-	2.626	2.626	-	-	-
Padox	-	14	14	-	2.535	2.535	-	37	37
Strawberry Properties	10	-	10	2.099	-	2.099	75	-	75
AB Invest	1	8	9	48	2.048	2.096	-	-	-
Eiendomsspar	-	11	11	-	1.810	1.810	-	920	920
DNB Næringseiendom	-	6	6	-	1.495	1.495	-	-	-
Wenaasgruppen	1	2	3	678	780	1.458	-	-	-
Aspelin Ramm	2	5	7	229	1.124	1.353	-	-	-



**Utvikling, trender
og utsikter**

Utvikling i RevPAR



Kilde: Statistikknett / SSB

Vil Covid-19 endre avtale- og samarbeidsformer?

Hotelia har i sine markedsrapporter ofte et tema som belyses, i denne utgaven er det naturlig å diskutere og reflektere litt over den krisen hele samfunnet og spesielt reiselivsnæringen er inne i på grunn av Covid-19. For å avgrense det noe, har vi valgt å se nærmere på mulige konsekvenser pandemien på sikt kan ha for avtale- og samarbeidsformer mellom utleiere av hotelleiendom og hotelloperatørene.

Nedstengingen av Norge som følge av Covid-19 har fått dramatiske følger for hotellnæringen. Kortsiktig fra mars til og med juni sank belegget på norske hoteller fra 56 prosent i 2019 til 18,9 prosent i 2020 (reduksjon på 3,7 mill. romdøgn). Vi forventer at høsten blir svært tøff, hotellbransjen og øvrig reiseliv vil bli satt kraftig tilbake i 2020. De langsiktige konsekvensene vil ramme hotellene hardt, det vil trolig ta minimum 2 til 3 år før de fleste i næringen vil oppnå en bærekraftig omsetning igjen. Effekten av dette vil skape store endringer i næringen, hotellene har allerede satt i verk sterke kostnadskutt, massive permitteringer og oppsigelser. Videre har vi registrert at mange hotelleiere har bistått med utsettelse eller reduksjon i husleien i en tidsbegrenset periode. For hotelldriverne og huseierne vil det være begrenset hvor mye det er mulig å kutte i kostnadene og redusere husleien. Derfor er det naturlig at utleier og hotelldriver, må sette seg ned for å diskutere hvordan leieavtalen og samarbeide bør utvikles, for at begge parter skal kunne overleve.

Den Nordiske modellen for eierskap og leie av hotelleiendom, har fungert bra og skapt flere hotellkjeder. Årsaken er at vi i Norden var tidlig ut med å etablere eierintegrerte hotellkjeder, som igjen har vært motoren i utviklingen av en mer konseptstyrt og industrialisert hotellbransje. I dag står hotellkjedene for over 70 prosent av hotellomsetningen. Hotelleierne på sin side har opptrådt som relativt passive eiere, hvor en omsetningsbasert leie og ofte minimumsleie har vært tilfredsstillende for eier av eiendommen. Leie av hotell har vært en effektiv strategi for denne utviklingen. Ansvar og risiko har vært delt mellom partene, hvor huseier har tatt den største investeringsrisikoen.

Det er flere klare skiller mellom nordiske- og internasjonale hotellkjeder på flere områder, den viktigste forskjellen er forretningsmodellen og viljen til å ta risiko. Norske og nordiske aktører inngår omsetningsbaserte leieavtaler med garantier. Internasjonale aktører vil i de fleste tilfeller kun forplikte seg til en management- eller franchiseavtale. Derfor er internasjonale varemerker bare aktuelle i situasjoner der en eier eller et tredje selskap som mellommann, er villig til å ta risikoen ved hotelldriften, samtidig som de inngår avtale om et internasjonalt varemerke. Internasjonalt har de store hotellselskapene som IHC, Hilton, Marriott, Radisson med flere konvertert sin forretningsmodell til å være merkevarestyrt og dominert av «managementavtaler». Hotellselskapet tilbyr eieren et sterkt varemerke og vil bruke sin hotellkompetanse for å drive hotellet på vegne av eieren. Eieren tar alle investeringer i eiendom og drift, og ansvar for alle ansatte, og sitter igjen med overskudd i gode tider og underskudd i dårlige tider.

Vi skiller på aktive eiere, som i stor grad er villig til å ta risiko ved hotelldrift, og passive eiere som i liten grad vil ta slik risiko. Den førstnevnte kategorien er i mindretall i Norge. Det vil si at det er få eiere som driver kjedehoteller for egen regning og aksepterer de konjunkturer hotellbransjen er utsatt for. De fleste norske eiere foretrekker lange leieavtaler der operatøren tar risikoen for hotelldriften og garanterer en minimumsleie og står for vedlikehold. Denne modellen er i spill og fordeling av ansvar, risiko og garantier vil være et nøkkelområde som i dag diskuteres mellom hotelleiere og leietakere.

Hotellkjedenes appetitt til å inngå nye langsiktig leieavtaler, utenfor helt strategiske viktige destinasjoner, har blitt sterkt redusert. Fokuset nå er omstrukturering og reduksjon av risiko. Derfor antar vi at det vil tvinge seg frem nye samarbeidsformer. Vi tror ikke på en massiv konvertering av tradisjonelle leieavtaler til managementavtaler. Den Nordiske leiemodellen har fungert bra i et voksende marked. Men, vi antar at det vil komme flere hybride løsninger, hvor hovedfokus vil være en større fordeling av kontantstrømmen i forhold til hvem som tar den største risikoen.



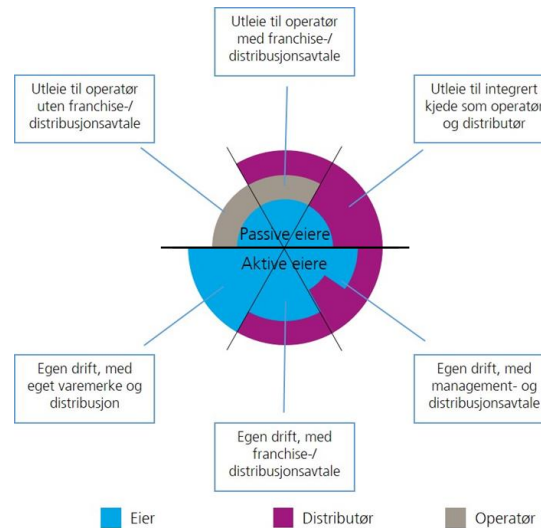
Den tradisjonelle hotell-leiemodellen er i spill hvor fordeling av ansvar, risiko og garantier, vil være et nøkkelområde som i dag diskuteres mellom hotelleiere, leietakere og bankene.

Strukturen i de tradisjonelle hotell-leieavtalen diskuteres i disse dager av utleiere og leietakere. Hvor spesielt de harde kommersielle betingelsene forhandles for å hjelpe leietakerne over «kneika». Det vil trolig være starten på endringer i leieforholdet, hvor utleier mest sannsynlig vil ta en mer aktiv rolle i leieforholdet. For selve avtalen vil det være naturlig å diskutere:

- En omfordeling av kontantstrømmen i forhold til risiko. Eier tar større ansvar for investeringer/vedlikehold og større del av pengestrømmen fra driften
- Høyere omsetningsleie og lavere minimumsleier
- «Garantipotter» med Cap
- Prestasjonsbaserte avtaler med klausuler som kan avslutte eller forsterke leieforholdet
- Mer involvering/informasjonsflyt om hotelldriften mellom eier og leietaker
- Bankenes krav til garantier og minimumsleie

Forholdet mellom eier, operatør og varemerke er på vei til å endre seg, og dagens Corona-situasjon vil bidra til at flere aktører trolig kommer sterkere på banen. Det betyr at de tradisjonelle eier-integrerte hotellkjedene vil få sterkere konkurranse fra uavhengige rene hotelloperatører (såkalt «white label operatører») som ikke er bundet av et eget varemerke, men kan shoppe rundt etter egnet konsept og varemerke i samarbeid med et nasjonalt eller internasjonalt varemerke.

Det finnes mye penger i Norge og flere investorer som ser at hotelleiendom og hotelldrift, kan gi solid avkastning over tid. Derfor tror vi at mange investorer vil sikre seg en større andel av kontantstrømmen, og i den forbindelse viser modellen under ulike samarbeidsformer og rollene til eier, leietakere og distributører av varemerker inkludert salg og markedsføring.



Forfatter:



Geir Lundkvist

Partner
Hotelia

Geir Lundkvist har utdannelse 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 næringsmøling.

Oslo, 27.08.2020



Bilde: Henningsvær, Nordland.
Foto: Valdemaras D.

Utsikter

- Vi forventer at den norske hotellnæringen også i andre halvår 2020 vil bli sterkt preget av Covid-19. Markedet vil trolig forbli svært utfordrende inntil myndighetene får tilgang på vaksine. P.t. kan en vaksine være tilgjengelig i begynnelsen av 2021. Det vil trolig ta noe tid før man får nok vaksiner til å kunne vaksinere store nok grupper til at man får kontroll over pandemien.
- Selv om smittetallene har økt noe på slutten av sommeren er det mye som tyder på den norske yrkestrafikken er på vei svakt oppover. Man kan imidlertid ikke vente noe større løft før ut i 2021. Noe svensk og dansk yrkestrafikk kan man også forvente.
- På mellomlangt sikt vil store deler av den europeiske yrkestrafikken komme tilbake, men mange bedrifter i Europa vil trolig sette inn betydelige kostnadsreduserende tiltak med bl.a. redusert reiseaktivitet.
- Flere aktører innen luftfarten bl.a. IATA tror ikke at 2019 volumene vil være tilbake før i 2024.
- Generelt er både yrkes- og konferansemarkedet i stor grad et innenlands marked, så ved fortsatt bortfall av internasjonale gjester, vil ikke yrkes- og konferansemarkedet bli påvirket i veldig stor grad.
- På konferansemarkedet finnes det trolig både et etterslep og et underliggende behov for å møtes igjen. Dette markedet tar seg imidlertid trolig ikke opp, før arrangørene med sikkerhet kan gjennomføre en trygg konferanse som deltagerne ønsker å delta på.
- Store arrangementene har ofte en lang planleggingshorisont. Det vil derfor ta tid før markedet er i en tilnærmet normal situasjon. De største møtene har fleste deltagere mellom 200-500 deltagere, og p.t. ligger det ikke an til åpning av arrangementer med inntil 500 personer med det første. Dette vil ha konsekvenser for utviklingen i 2. halvår, men trolig også inn i 1. halvår 2021.
- Både yrkes- og møtemarkedet, rammes av bedriftenes innskjerpede reisepolicy'er for Covid-19, nye og bedre plattformer for elektronisk kommunikasjon og møteformer, samt generell innsparing.
- Offentlig sektor og organisasjoner er storbrukere av konferanser og møter, og bør gå foran å holde sine aktiviteter på et tilnærmet normal nivå.
- Vi tror at en langsiktig effekt av Coronakrisen er at det norske ferieproduktet kan bli enda mer attraktivt. Ren luft, god plass og naturbaserte aktiviteter vil trolig gi ytterligere vekst når vi er tilbake til en tilnærmet normal verden. I forhold til vinteren 2020/21 vil trolig det norske og svenske skipproduktet øke sin attraktivitet i forhold til alpine. En undersøkelse NAF har gjort sommeren 2020 viser at mange nordmenn også i 2021 vil feriere i Norge, selv om det kanskje går i glemmeboken når verden nærmer seg normalen igjen.
- Historisk, ved «normale» økonomiske nedgangstider, klarer regions hovedstedene seg noe bedre enn de største byene. Dette har bl.a. sammenheng med en lavere andel internasjonale yrkesreisende og større andel av totalt antall solgte romdøgn fra offentlig sektor. Som tidligere omtalt i rapporten kan destinasjoner som er svært avhengige av et segment e.l. være ekstra sårbare for store markedsendringer. Som Stavanger var etter oljekrisen, så vil trolig Tromsø få en svært krevende vinter grunnet avhengigheten til utenlandske nordlysturister.
- Den norske innkjøpsjefindeksen (PMI) viser for andre kvartal (ikke uventet) at reiselivsbedriftene opplever markedsituasjonen, som svært krevende og forventer en markedsnedgang. Samlet viser indeksen at flertallet av alle norske bedrifter opplever dagens generelle markedsituasjon som OK. Flertallet tror heller ikke at den fremtidige markedsutviklingen vil bli dårligere.



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 13.02.20 og frem til 31.08.20.

Transaksjonsmarkedet for hotelleiendom er ikke uventet også preget av Covid-19. Det er gjennomført svært få transaksjoner det siste halvåret. Flere mulige salg er trolig også tatt ut av markedet bl.a. Hotel Ullensvang og Bane NOR Eiendom sitt Quality Hotel River Station i Drammen. Av transaksjoner som er gjennomført i det siste er det lite som tyder på at hotelleiendomsprisene har falt. Dette kan indikere at markedet kalkulerer inn en tilnærmet normal kontantstrøm i det lange bildet

Det har vært enkelte konkurser på operatørsiden, hvor Maribel har vært den største.

- Obos Eiendom har solgt Portalen på Lillestrøm. Den samlede eiendomsverdien var 1,6 milliarder kroner. I salget inngikk bl.a. Portalen Hotell AS, som er eiendommen til Scandic Lillestrøm. Kjøper av Portalen Hotell AS var Storebrand Eiendomsfond.
- Ragde Eiendom har kjøpt Gardermoen Airport Hotel. Både drift og eiendom. Selger var Lød Eiendom.
- NREP har kjøpt Clarion Hotel Amaranten i Stockholm for 1,5 milliarder kroner. Selger var Petter Stordalen sitt selskap Strawberry Forever. Nordic Choice vil fortsette å stå for driften av hotellet.
- Norwegian Experience har kjøpt Ryfylke Fjordhotell.

- Classic Norway har kjøpt Korsholmen i Averøy av Stein Erik Hagen. Anlegget skal driftes av Classic Norway sitt Håholmen Havstuer.
- DNB har solgt konkursrammede Holmsbu Hotell i Asker til eiendomsutvikler Cato Haugen for 13,5 millioner kroner. Videre drift av hotellet er ikke avklart.
- Helgeland Sparebank har solgt konkursrammede Hotell Kysten i Sandnessjøen til Ragde Eiendom. Bygget vil trolig ikke bli benyttet til ren hoteldrift igjen.
- I forbindelse med konkursen i Maribel har Asmund Haares eiendomsselskap; Host Hoteleiendom tatt over driften av 20 hoteller i Skandinavia. Selskapet eier fra før eiendommene. I Norge gjelder det; First Hotel Breiseth, First Hotel Atlantica, First Hotel Millenium og First Hotel Grims Grenka.
- Nordic Choice Hotels har overtatt driften av First Hotel Marin i Bergen.
- Norlandia Hotel Group har sammen med gårdeier (Hellerudsletta Eiendom) tatt over driften av konferanseanlegget X Meeting Point på Lillestrøm. Moxy Oslo X (hotellet på anlegget) er eid av Vastint. Vastint har trolig midlertidig tatt over driften.
- Norlandia Hotel Group har også tatt over driften ved First Hotel Victoria i Hamar.



Buzz

- Det spekuleres i en mulig fusjonering av hotellselskapene Accor og IHG. Begge selskapene er naturligvis kraftig påvirket av Corona-situasjonen, og har falt henholdsvis 40 % og 20 % i markedsverdi siden krisen startet. En fusjon mellom de to selskapene vil skape verdens største hotell-gruppe med 1,6 millioner rom.
- Haut Nordic lanserer nytt coworking-konsept; Room Coworking, hvor man har tilgang til både kontorlandskap og overnatting. Konseptet kan implementeres i eksisterende kontorbygg og hotell.
- I vinter kom det frem at Maribel var preget av betydelige underskudd og var i brudd med lånebetingelsene. Coronakrisen, og den medfølgende nedstengingen førte til at selskapet nå har gått konkurs.
- Airbnb er i ferd med å vokse seg større enn hotellnæringen på Sørlandet og i Nord-Norge. I Tromsø har Airbnb 45 prosent av det totale markedet innen korttids overnatting.
- Ni skandinaviske hotell kom på topp 100-listen i Egencia's vurdering av verdens beste hoteller. To av disse var Norske; Scandic St. Olavs Plass og Thon Hotel Rosenkrantz.
- Scandic lanserer nytt budgetvaremerke, Scandic GO. Det nye varemerket skal by på lekent og enkelt konsept i økonomiklassen.
- Avinor har gitt grønt lys for utbygging av Tromsø lufthavn, som skal stå ferdig i 2023. Totalt vil det komme 10.000 nye kvadratmeter som blir et viktig bidrag til verdiskapningen i nord.
- KLP Eiendom har nå en portefølje verdt over 73,6 milliarder. 19 prosent av eiendommene, målt i verdi, er hotelleiendommer.
- Stadig flere nordmenn ferierer i Norge. Fra 2017-2018 var økningen på 4,1 prosent. 2020 vil trolig gjøre et nytt byks. En undersøkelse gjort av InFact viste at 12 prosent av respondentene hadde endret sine planer for sommerferien grunnet hvordan Corona-utbruddet har endret økonomien, mens 35 prosent svarte at de har endret planen på grunn av reiseforbud.
- Schage-eide Myrkedalen Fjellandsby har slått seg sammen med Aurland Ressursutvikling. Fusjonen skaper en gigant innen reiselivet med mer enn 1,2 millioner gjester i året og en omsetning rundt 1 milliard kroner.
- De Bergenske har valgt å legge fire av sine hoteller inn i Best Western-systemet
- Radisson Hotel Group Åpnet 31. juli sitt første Radisson RED hotell i Norden. Radisson Red Aarhus byr på utradisjonell kunst, nyskapende mat og store og romslige gjesterom.
- Nordic Choice Hotels og Scandic tilbyr nå hotellrom til en redusert pris for studenter som ikke har fått studentbolig til skolestart. Tilbudet skal være til hjelp for studenter uten et sted å bo, samt at det vil være med på å øke belegget på ellers ledige hoteller.
- Østerrike har innført en minimumspris på flybilletter på 40 Euro-. Tyskland har innført en minimumspris på billetter ikke kan selgers rimeligere enn de totale skatter og avgifter.
- Classic Norway Hotels lanserte i vår «Reisebransjeløftet» som ga ansatte i reiselivsbransjen mulighet til å bo på deres hoteller til bransjepris som ellers er forbehold deres egne ansatte. Interessen har vært enorm, og kjeden fortsetter tilbudet til 1. mai 2021.
- The Ritz London er solgt for ca. NOK 10,4 milliarder til en privat investor fra Qatar.
- Magasinet Travel+ Leisures har Britannia Hotel i Trondheim på listen av verden beste nye hotell i 2020.

English Summary

Norway

A difficult start to the year for the Norwegian Hotel Industry due to lockdowns and restrictions caused by the Corona virus. The occupancy rate fell by 24,8 points compared to the first half of 2019, ending at 28.8 %. The room rate fell by 1.6 %, ending at NOK 971 in the first half of 2020. RevPAR ended at NOK 279, a decrease of 47.2 %.

Oslo

The occupancy rate ended at 30.2 %, down 38.1 points from the first half of 2019. The average room rate in Oslo dropped by almost 13 %, ending at NOK 934, resulting in a RevPAR of NOK 282 for the first half of 2020. The decrease in RevPAR was almost 61 % measured against the first half of 2019. This is the biggest decrease of the 8 municipalities in the report.

Bergen

Bergen had a decrease in sold room nights of 50.9 %, giving the occupancy rate a decrease of 31.8 points, ending at 25.8 %. The room rate ended at NOK 890 for the first half of 2019, a decrease of 8.0 % from the first half of 2019. The RevPAR in Bergen ended at NOK 230, down 58.8 %.

Gardermoen (Ullensaker)

Gardermoen had a decrease in the occupancy rate of 34 points, to 32.9 % for the first half of the year. The room rate had an increase of 2.7 % compared to the first half of 2019, ending at NOK 981. RevPAR ended at NOK 323, down 49.3 %. Gardermoen is especially sensitive to changes in flight patterns, and due to the restrictions, sold room nights fell by 52 %.

Trondheim

Trondheim had a decrease in sold room nights of 42 % in the first half of 2020. This resulted in the occupancy rate falling by almost 30 points, ending at 34.3 %. The room rate increased by 4.67 %, mainly due to high prices at Britannia Hotel. RevPAR fell by almost 44 % in the first half of the year, ending at NOK 334.

Stavanger

Stavanger had a decrease of more than 35 % in sold room nights in the first half of 2020. As a result, the occupancy rate fell by 23.3 points, ending at 32.2 %. The room rate ended at NOK 908, down 1.97 %, leaving RevPAR down by more than 43 %. RevPAR ended at NOK 291.

Tromsø

In 2019, Tromsø reached NOK 1.000 in room rate for the first time. The first half of 2020 was no worse, and Tromsø reached an ADR of NOK 1.346, an increase of 24 %. The occupancy rate fell by 29.9 points, ending at 42.4 %. As a result of the high ADR, Tromsø had a RevPAR of NOK 571, the highest of the 8 municipalities in the report.

Kristiansand

Kristiansand had the lowest fall in occupancy rate in the first half of 2020. The occupancy rate decreased by 18 points, ending at 31.5 %. The average room rate increased by 5.2 % in the first half of 2020, ending at NOK 957. RevPAR ended at NOK 302, a decrease of 33 % compared to the first half of 2019.

Bodø

In the first half of 2020, Bodø had the second largest decrease in room rates. The ADR fell by 12.3 %, ending at NOK 908. The occupancy rate ended at 37.9 %, down more than 30 points from the first half of 2019. RevPAR fell by over 50 %, ending at NOK 344 for the first half of 2020.

Outlook

At the time of the last report, the Corona virus had just become known to the public. We did not expect the virus to have much impact on the Norwegian market and had a positive outlook on 2020. However, the impact of the now known pandemic is severe and it has completely changed the hotel industry. The Norwegian Hotel Market will likely be filled with challenges until a vaccine is available, which is unlikely to be ready before the beginning of 2021. During the summer, there has been an increase in confirmed cases of Covid-19 in Norway and other countries. However, we do see some indications of a positive development in national business segment, although we do not expect any large increases until 2021. On a medium-/long-term horizon, the European business segment will come back to its previous levels, but due to companies internal cost reductions, e.g. reduced travel activities, it might not happen in the nearest future. The conference market has been shut down since March and will most likely not increase much until the organizers feel comfortable that events can be held in a safe manner. As of now, it has been made clear that it will not be allowed to host events with more than 200 people, which might be the case throughout 2020. Both the business- and conference segment in Norway, generally consists of national guests, which makes the impact of the downfall of international guests less significant for the development going forward, as long as the national market gets up and running again. Hotelia believe that a long-term effect of the pandemic is that the Norwegian leisure product becomes more attractive. Clean air, spacious environments, nature-based activities, will all likely contribute to a large increase in popularity for the segment once the situation is back to normal. A survey, of Norwegian travelers in Norway, performed by NAF during the summer shows that almost half of its respondents will travel in Norway also in 2021. However, this might change as things get back to normal.



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

