

PRESSEINFORMASJON

Beliggenhet betyr mer og mer for lønnsomheten til norske hoteller

Tre forhold er viktige for å beskrive hotellenes situasjon i Norge nå:

- **Ny finansuro og mange land med svak økonomisk situasjon skaper usikkerhet om utvikling de nærmeste måneder**
- **Mange nye hoteller har åpnet de to siste årene og et betydelig antall nye hotellrom kommer også i 2011 og 2012**
- **De strukturelle endringene i etterspørselen fra både norske og utenlandske markedssegmenter fortsetter**

Det siste punktet forsterker forskjellene mellom hotellutviklingen i de største byene og de typiske distriktshotellene. De største byene har god etterspørsel og høyt belegg på hotellene, og de fleste hotellene har gode økonomiske resultater. Mange distriktshoteller har etterspørselssvikt og lavt belegg, som innebærer problemer med å drive lønnsomt.

Dette fremgår av hotellrapporten Norsk Hotellnæring 2011, som nå publiseres for 15. gang.

- Selv om forskjellene i hotell-Norge øker, har første halvår 2011 vist fremgang for de fleste. Bare 20% av hotellene tror at annet halvår blir dårligere enn i 2010, sier Per-Erik Winther i Horwath Consulting. De siste ukers finansmarkedsuro har imidlertid skapt større usikkerhet for dette halvåret.

Strukturendringer rammer distriktshotellenes etterspørsel

Effektivitetskrav og "tidsklemme" har i noen år betydd konsentrasjon av møtearrangementer til hoteller med beliggenhet i de store byene, i områdene rundt de store byene og på hoteller ved de største flyplassene. Videre gjelder for distriktshotellene at norsk etterspørsel faller i takt med at stadig flere kjøper seg fritidsbolig, både i Norge og utlandet. En sterk krone forsterker disse effektene.

Antallet utenlandske overnattinger er omtrent som for 15 år siden, samtidig som stadig flere nye hoteller sloss om gjestene som kommer.

Forholdene beskrevet rammer særlig distriktshotellenes etterspørsel, og gjennomsnittsbelegget for gruppen distriktshoteller var i 2010 bare ca 41%. Et belegg på så lavt nivå innebærer at det er vanskelig å drive lønnsomt.

3500 nye rom i 2011 og 2012

Det kommer i alt 21 nye hoteller med til sammen ca. 3500 rom inneværende og neste år. Gjennomsnittsstørrelsen er på ca. 170 rom, så det er store hotell som bygges. Over 90% får by- eller bynær beliggenhet. I tillegg er det et tilsvarende antall eksisterende hoteller som arbeider med utvidelser. Romkapasiteten i Norge forventes å øke med ca. 3% årlig disse to årene.

Internettreisebyråer øker

De såkalte OTAs (online travel agents, der Expedia og Hotels.com er eksempler på noen av de mest kjente) har styrket sin posisjon betydelig siste år og står nå for ca. 12% av hotellbestillingene i Norge. Dette er hotellenes dyreste bestillingskanal, der det betales ca. 20% provisjon.

Det er viktig, men vanskelig, for hotellene å gjøre markedsføringsveivalg slik at ikke bestillinger flyttes fra rimelige til dyrere bestillingskanaler. Fortsatt kommer ca. 40% av bestillingene direkte til hotellene på telefon. Hele 8% kommer uten å ha forhåndsbestilt (såkalte "walk-ins").

Kjedene styrker sin posisjon

De ti viktigste kjedene i Norge står nå for 32% av hotellene og 61% av rommene i Norge. Norge er ett av landene i Europa med høyest kjedeandel. De fire største kjedene i Norge har en dominerende rolle i norsk hotellnæring. Samlet har de nå en markedsandel (gjestedøgn) på 51% (Nordic Choice 17%, Rica 13% Thon (12%) og Rezidor (10%).

— — —

Rapporten "Norsk Hotellnæring 2011" er basert på analysemateriale innhentet og bearbeidet av Horwath Consultings medarbeidere. Den 48 siders rapporten gir et bredt bilde av situasjon, mulighet er og utfordringer for norsk hotellnæring i dag. Viktige utviklingstrekk er analysert og presentert. Internettreisebyråenes betydning og rolle for norske hoteller er

presentert i eget kapittel. Videre har rapporten fem ”temabokser”, der bl.a. distriktshotellenes situasjon gjennomgås.

Videre inneholder rapporten omfattende informasjon om Reiselivskartet, og bruk av Reiselivskartet til å gjøre riktige markedsføringsveivalg.

— — —

For nærmere informasjon, kontakt Rolf M. Brænd, mob. 909 67 573, Bjørn Kjølstad, mob. 917 67 369, Erik Myklebust, mob. 995 75 275, Torunn Tronsvang, mob. 992 62 858, Per-Erik Winther, mob. 911 66 225. Eller Per-Arne Tuftin, Innovasjon Norge, mob. 909 94 898.

Rapporten er utgitt i samarbeid med Innovasjon Norge, bransjebladet Hotell, Restaurant og Reiseliv, samt sponsoren DnB NOR og annonsører. Opplegg, utarbeidelse og tekst/innhold er alene Horwath Consultings ansvar.

29. september 2011