

HOTELLÅRET 2015: Tid for konsolidering?



En skal være varsom med å spå altfor mye om hotellåret vi har begynt på, men det kan likevel være viktig å se seg tilbake noen år for å kunne belyse noen åpenbare årsakssammenhenger, som kan berøre utviklingen for norsk hotellnæring i det kommende året. Ja, for den del også for 2016 og 2017. Utsiktene for norsk økonomi har endret seg siden statsbudsjettet ble fremlagt ifjor. I hovedsak skyldes dette at etterspørselen etter olje har sunket og så også prisene. Ved årsskiftet 2013/-14 var prisene ca. USD 110/fatet og i overgangen til mars 2015, ca. USD 60/fatet. I statsbudsjettet som ble fremlagt sist høst, var det lagt til grunn en BNP-vekst for Fastlands-Norge på 2.0 prosent. Disse anslagene er nå justert ned. I nye prognoser fra SSB og Norges Bank, er anslaget for 2015 på 1.0 prosent. Svakere vekst betyr lavere inntekter og investeringer, skatteinntang og i verste fall, høyere ledighet. Dette har vi sett før, og overveiende sannsynlig får vi se det igjen for inneværende og det neste året. I sum vil dette være en utfordring for hotellnæringen. •• HRR -Rolf Skodjereite. Eurotel Management Services (EMS)

Litt hverdagslig sies det at hotell- og restaurantbransjen fungerer som et barometer på aktivitetene i samfunnet ellers. Det er riktig, men for å uttrykke det enda mer presist må en legge til grunn det faktum; «at all økonomisk aktivitet i et land henger nært sammen, og er gjensidig avhengig av hverandre». Således kan konjunktorene også for vår bransje leses som et speilbilde av BNP Fastlands-Norge. Bruttonasjonalproduktet for Fastlands-Norge tilbake i tid er på mange måter svært lik det samme bildet vi har omtalt som våre «hotell-kriser». Både i 1997/-98 og i 2007/-08 kan vi av SSBs Hotellstatistikk se en markant nedgang, spesielt i etterspørselen, mens prisen per solgt rom har holdt seg mer stabil. Dette skal vi belyse nærmere, for om mulig å gi en kvalifisert pekepinn på hva utfordringene fremover kan bety for hotellenes inntjening.

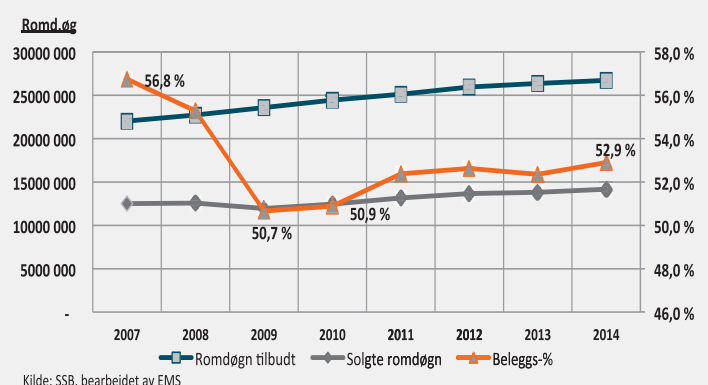
I tidligere artikler har vi påpekt noen uheldige sider ved at vi har hatt rekordhøye bruttoinvesteringer i Norge. I hovedsak har dette begrenset seg til olje- og gassnasjonen Norge. Dette har igjen lagt press på andre næringer - også for de fleste aktørene innen reiselivet. Det vi oppfatter som uheldig, er at det i skyggen av en formidabel økonomisk vekst, også har oppstått en del bivirkninger. En lønns- og kostnadsdrivende petrokjemisk industri har medført skjerpet konkurranse om arbeidskraften, som igjen har virket kostnads- og lønnsdrivende for bl.a. hoteller og det øvrige reiseliv. Dette har bl.a. gitt et særnorsk lønns- og kostnadsnivå som ikke vil bære seg over tid. Som allerede påpekt, oljeprisene har rast nedover, og vi må stramme inn livreima. Ikke bare vi, men resten av verden er i en omstillingsprosess vi ikke har sett slutten på. Dette har igjen bidratt til nye og justerte vekstanslag for økonomien vår. Vårt BNP Fastlands-Norge er forventet totalt ned ca. 1,6 – 2,5 %, noe som også er bildet i øvrige Skandinavia, Europa og USA. Det varsler at ikke bare landene, men også selskaper og husholdninger er innforstått med at vi må bruke mindre penger. Med andre ord; «Spareplanene er satt ut i livet allerede tidlig ifjor høst». Dette ser vi flere eksempler på, også for vår næring. Prognosene som fører til de samme anslagene som nevnt foran, er gjengitt senere i denne artikkelen. Vi har valgt å ta utgangspunkt i makrotallene, for disse er mest interessante i forsøket på å forklare hvilke elementer som påvirker bl.a. etterspørselen av hotell for inneværende og de neste årene.

Olje, velsignelse eller forbannelse?

Utvilsomt begge deler, men så avgjort mest det første. La det være lov å påminne leseren om at under «hotellkrisene» i 1997/-98 og 2008/-09, var oljeprisene på respektive 11 og 24 USD/fatet. I skrivende stund har oljeprisene stabilisert seg på ca. USD 60/fatet. Det er allikevel langt fra nivået i 2.kv. 2014, da prisene var på ca. 110 – 120 USD/fatet. Det sier seg selv at ikke bare kostnads-, men også investeringskuttene kan forventes kraftig redusert i kjølvannet av dette. Dette ser vi umiddelbare effekter av i bl.a. Stavanger. For kort tid siden kunne DN på forsiden fortelle at hvert 6 av 10 hotellrom i Stavanger stod tomme. Finansavisens redaktør, Trygve Hegnar, sier det som allerede burde være kjent for bransjen, at tilbudet på nye hoteller (hotellrom) i Stavanger/Sandnes-regionen har vært for stort, og at belegg og priser vil falle drastisk. Mer presist kan det ikke sies, og for den saks skyld kan dette også være beskrivende for svært mange andre byer og regioner i Norge. De mange spareplanene som er iverksatt kan fort gi oss en ubehagelig svikt i etterspørselen av hotellrom både i inneværende, og med stor sannsynlighet også for neste år. Hotellstatistikken for 4.kvartal i 2014, samt de to første månedene av inneværende år, bekrefter også en slik utvikling. I tillegg er det bygget vesentlig flere hotellrom de siste 6 årene enn det etterspørselen burde tilsi. Dette kan være den siden vi har kalt forbannelsen, og som ulike byggherrer burde ha fanget opp, hvis riktig rådgiving har funnet sted. Nei, la det være sagt – ikke alle trær kan vokse til himmels!

Tilbuds- og etterspørselsbildet, endringer over tid for landet totalt

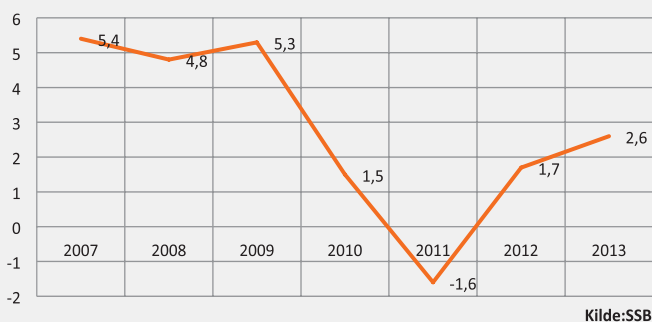
Figur 1. Kapasitetsutvikling for perioden 2007-2014



Grafikken ovenfor viser landets samlede antall tilgjengelige- samt tilsvarende solgte romdøgn 1) for perioden fom. 2007 og tom. 2014. Tilbudet av hotellrom (blå-linje) synes å ha vokst mer enn tilsvarende etterspørsel. Faktisk har det kommet til ytterligere 22.370 nye hotellrom i denne perioden. Det utgjør hele 4.704.705 flere romdøgn i markedet for 2014 sammenlignet med 2007. Tilsvarende solgte romdøgn (grå-linje), viser at det er solgt 1.653.298 flere romdøgn i samme tidsrom. Utnyttelsen av den tilgjengelige kapasiteten er allikevel svakt nedadgående, noe som tilskrives en høyere tilvekst enn det reelle behovet for nye romdøgn. NB! Dette bildet er landsgjennomsnittet, mens det fortsatt er avvik i positiv retning for flere større og viktige byer/regioner. Etterspørselen vist som beleggs- % (oransje-linje) må allikevel kunne sies å være god. Endringene i ovennevnte tidsbilde er en nedgang i belegget på 3,9 % (mye ny kapasitet), samt en økning av GRP (gjennomsnittspris/solgt rom) på NOK 74,- for samme periode. Dette skal vi komme tilbake til under prognoser for inneværende og de neste to årene. Se allikevel «problem-årene» 2008, 2009 og 2010 i ovennevnte figur i sammenheng med BNP's bevegelser for tilsvarende år i den grafiske figuren nedenfor.

Figur 2. Bruttonasjonalprodukt totalt (BNP) og fastlands-Norge.

Kurven viser årlige volumendringer i prosent. Kun endelige tall. Dvs. at 2014 ennå ikke har kommet med.



Sammenligningen er slående. Ja, det er nær sammenheng mellom hotell og øvrig nærings- og samfunnsliv som nevnt innledningsvis.

Konkurransarenaen ser annerledes ut ved inngangen til 2015

Det kan vi si fordi tingenes tilstand bærer preg av et omslag for norsk økonomi. Omslaget vil i hovedsak bestå av en omstillingsprosess der «tæring etter næring» vil bli retningsgivende for mye av det som har fortonet seg som en slags olje-rus. Mye av det vi tidligere har omtalt som det «særnorske kostnads- og lønnsnivået», har endret seg ilt. de siste 4 – 6 månedene. Ikke bare har oljeprisene kollapset, men vel så viktig, styringsrenten er satt ned. Dette har bidratt til å holde kronen på et lavt nivå i forhold til våre handelspartnere. Kan hende så mange som 10. – 12.000 arbeidsplasser vil forsvinne fra oljerelatert industri til annen og landbasert næringsvirksomhet i kommende år. Det særnorske lønns- og kostnadsnivået har fått god drahjelp gjennom kronesvekkelsen. Dette igjen gir en historisk mulighet for å konkurrere på viktige eksportmarkeder og videre vekst for turisme til Norge. Ting tar imidlertid tid, og det er i påvente av at A/S Norge skal konsolidere seg, at svakere etterspørsel og overkapasitet kan bli en tøff utfordring for hotellbransjen.

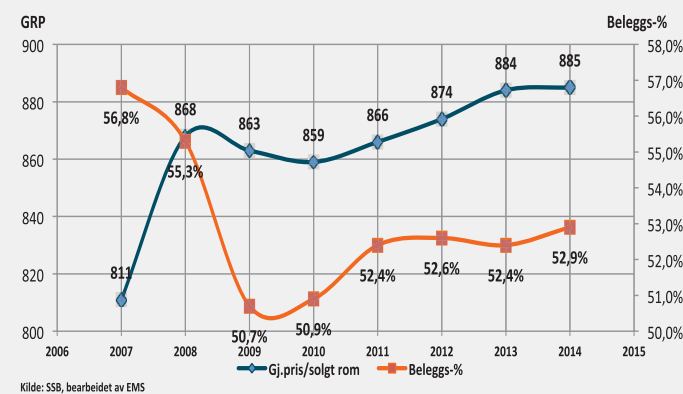
Utfordringen består av å opprettholde fremtidig inntjening

To av de viktigste faktorene for å kunne oppnå en tilfredsstillende inntjening er etterspørsel av hotellrom, men i kombinasjon med

en tilfredsstillende pris per solgt rom. Dette gir en av de viktigste lønnsomhetsindikatorerne for hotellbransjen, RevPAR. 2)

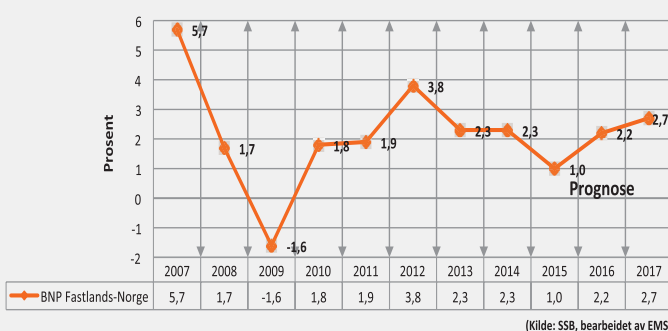
Ved å kaste et blikk på figur 3, vil en kunne se at oppnådd gjennomsnittspris per solgt rom har holdt seg forbausende godt i forhold til kapasitetsutnyttelsen de siste 4 årene. Ser en dette i sammenheng med det faktum at tilveksten av nye hotellrom har øket med 10.353 nye hotellrom i 2012, og ytterligere 1342 i 2013 og 2204 i 2014, er det opplagt at det samlede antall romdøgn har hatt en formidabel vekst. Ytterlig er det besluttet åpnet 723 nye rom for inneværende år, samt 1372 for 2016 og ytterligere 986 i 2017. Et samlet anslag for perioden tilsier ca. 2.282.916 flere romdøgn. I et økonomisk helhetsbilde har vi vanskelig for å tro noe annet enn at både pris og etterspørsel vil bli satt kraftig under press for inneværende- og de to neste årene.

Figur 3. Kapasitetsutnyttning og pris per solgt rom over tid



Nedenfor vises konjunkturtendensene for Norge fom. 2007 lagt inn med faktiske tall tom. 2013, deretter prognoser for årene 2014 - 2017 for BNP Fastlands-Norge. Det er viktig å presisere at grafikken nedenfor inneholder et foreløpige anslag for 2014. Dette forventes å bli endret medio mars og vil bli erstattet med tall iht. avsluttet regnskap for året. Tallene for 2015 – 2017 er basert på SBBs prognoser. Allikevel en viss pekepinn.

Figur 4. Prosentvis endring av BNP Fastlands-Norge over tid, samt prognose



Rolf Skodjereite EMS

Forklaring på div uttrykk:

- 1) Kapasitetsutnyttelse (rombelegg). Begrepet uttrykkes oftest som «beleggsprosent rom» og er antall solgte romdøgn i prosent av bedriftens tilgjengelige antall romdøgn for salg. Sistnevnte er viktig å merke seg da avvik også kan variere som følge av helårs- og sesongdrevne hoteller. Andre faktorer som påvirker, er rom som er tatt ut av drift pga. reparasjon og/eller ombygginger.
- 2) Målebegrep for lønnsomhet innen hotellnæringen internasjonalt. Begrepet er en forkortelse for «revenue per available room», dvs. inntekt per tilgjengelige romdøgn. RevPAR kombinerer målefaktorene gjennomsnittelig oppnådd rompris og rombelegg (kapasitetsutnyttelse).