

# Hotellene i Oslo og Bergen på topp i august

Landets to største byer var også de beste på nær sagt alle nøkkelomsetningstall i august. Men beleggsveksten var høyest i Haugesund. Det fremgår av den siste oversikten fra *Benchmarking Alliance*.

**HRR** - Peter Wiederstrøm, Wiederstrøm Hotel Consulting (Tekst & Grafikk)

Selv om de to storbyene hadde svært like beleggs-, pris- og RevPAR-verdier sist måned, var veien dit forskjellig for de to storbyene. Bergen hadde en enorm netto vekst i kapasiteten, mens Oslo hadde færre tilgjengelige rom enn ifjor. Hovedstaden hadde nedgang i antall solgte rom, mens Bergen hadde en svært kraftig vekst. Fellesnevneren var en prisvekst; hele 9,5 % i Oslo som i Benchmarking Alliance sin oversikt inkluderer Fornebu. RevPAR på NOK 932 (Bergen) og 925 er meget pent. For Oslo har det forøvrig vært en liten beleggsvridning, med relativt størst vekst på helg (inkl. søndag) de senere hele år, se grafikk.



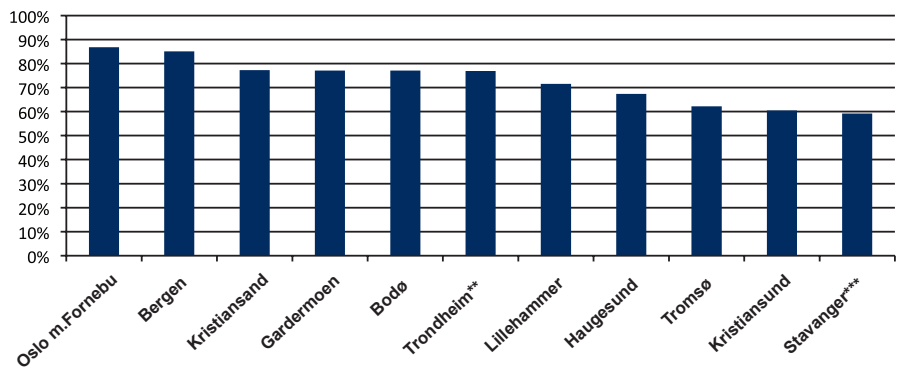
Bergens vekst på 20,4 % i antall solgte rom (sammenlignes med august ifjor) ble faktisk overgått av Haugesund (+ 22 %). Vestlandet var på hugget i den siste sommermåneden, altså. Og for Haugesund sin del var hele sommeren meget bra beleggsmessig. Faktisk må vi tilbake til 2013 for å finne like gode tall. Reidar Westre (foto) er administrerende direktør i *Caiano Hotelldrift*, som blant annet står bak *Scandic Maritim* og *Thon Hotel Saga*. Han sier dette om juni måned, som gav knapt 60 % for hele byen sett under ett.

- For vår del var det flere konferanser, og det faktum at mange ville komme og spise Rogalands beste frokost. Det har også begynt å røre på seg på yrkessegmentet igjen her i oljebeltet. Der var det som kjent bom stopp ifjor, utenom halve april og mai. På toppen av dette har det vært noen større idrettsarrangementer og kulturarrangementer som har bidratt til veksten. Westre har registrert at trenden fra juni fortsatte i juli og august.

- Oljerelatert overnatting har økt og det har også det vi har solgt inn av aktiviteter, som kurs/konferanse, bryllup med mere. Vi kan nok ikke slå oss på brystet som en «leisure-destinasjon», men det har vært en god økning når det gjelder buss- og andre reisegrupper. Reidar Westre påpeker at hans hoteller har gjort det bedre enn konkurrentene i byen, og han er optimistisk med tanke på resten av året.

- Med 50 nyoppussede rom, ser vi frem til høsten og ikke minst en fantastisk julebordsesong. Aktivitetene for de neste månedene ser ut til å følge trenden fra i sommer.

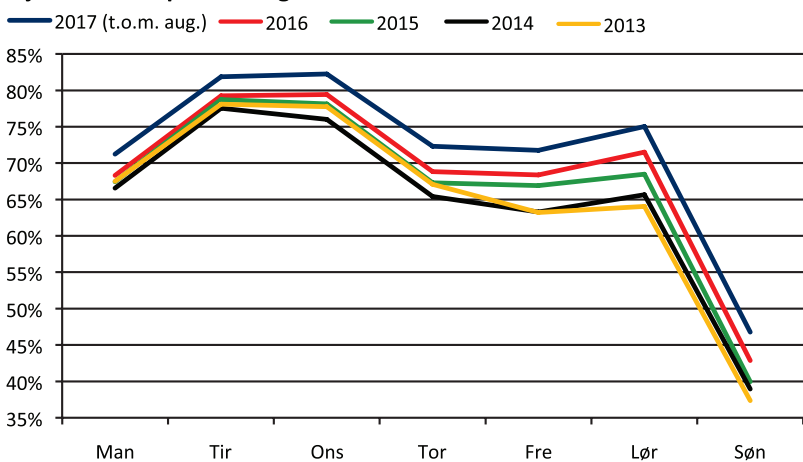
## Hotellrombelegg\* august 2017



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting  
 (\*) Hotellrombelegg er antall solgte rom i prosent av antall tilgjengelige rom  
 (\*\*) Trondheim er inklusiv flyplasshoteller (Stjørdal kommune)  
 (\*\*\*) Stavanger er inklusiv Sola, Sandnes og Jæren

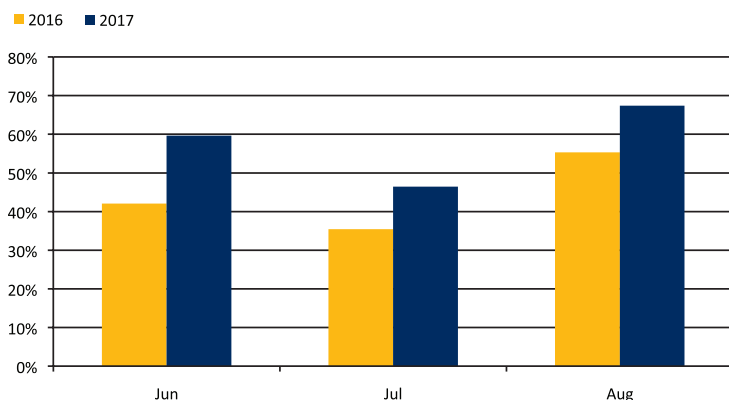
## Hotellrombelegg\* Oslo\*\*

### Gjennomsnitt per ukedag



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting  
 (\*) Hotellrombelegg er antall solgte rom i prosent av antall tilgjengelige rom  
 (\*\*) Oslo er her inklusiv Fornebu

## Hotellrombelegg\* Haugesund



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting  
 (\*) Hotellrombelegg er antall solgte rom i prosent av antall tilgjengelige rom

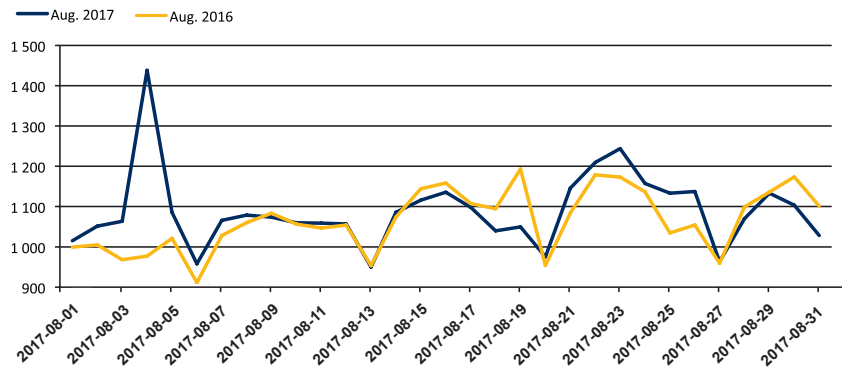
Lenger sør på Vestlandet «befester» Stavanger-regionen sin posisjon som bunn-hotellbyen på rombelegg, men bildet er langt fra helsvart der (se ramme).

**August**-oversikten fra Benchmarking Alliance viser at:

- Oslo med Fornebu (86,8 %) hadde det høyeste rombelegget, mens Stavanger-regionen (59,2 %) hadde det laveste
- Bergen (NOK 1 095) fikk bokført den høyeste gjennomsnittsprisen, mens Gardermoen (NOK 776) havnet i bunnen

**Se oppdaterte tall, analyser og kommentarer på [hrnett.no](http://hrnett.no)**

### Hotellrompris\* Bergen dag for dag august, i NOK



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting  
(\*) Hotellrompris er losjinntekt eks. MVA per solgte rom

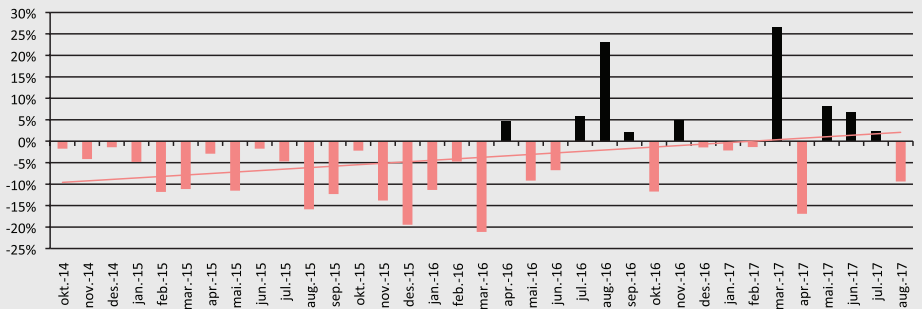
### Trendskifte i Stavanger

I oktober 2014 startet nedturen for hotellene i Stavanger. Etter påfølgende 20 strake måneder\* med nedgang i antall solgte hotellrom (målt mot tilsvarende måned året før), har åtte av de 14 siste månedene gitt vekst. August i år gav fall, men her forklarer ONS 2016 nedgangen. Den røde streken i diagrammet er en såkalt lineær trendlinje, og den viser stigning. Prismessig er det imidlertid mer mørkt. Av de 43 siste månedene er det kun 5 som har gitt prisvekst målt mot tilsvarende måned året før.

(\*) April 2016 gav pluss, men her var det «påskeforskyvning»

### Endring\* i antall solgte hotellrom Stavanger\*\*

(\*) Prosentvis endring fra tilsvarende måned året før



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting  
(\*\*) Stavanger er inkludert Sola, Sandnes og Jæren

### Hittil i år-oversikten (januar-august samlet) fra Benchmarking Alliance viser at:

- Oslo med Fornebu (71,6 %) hadde det høyeste rombelegget, mens Stavanger-regionen (49,5 %) hadde det laveste
- Oslo (NOK 1 041) fikk bokført den høyeste gjennomsnittsprisen, mens Haugesund (NOK 742) havnet i bunnen

### Restaurant-benchmarking i Oslo i august

Et 20-talls Oslo-restauranter rapporterer hver dag inn sine omsetningsdata i systemet *Restaurant Trends* fra Benchmarking Alliance. Her er noen funn fra august:

- Gjennomsnittregningen på middag\* endte på NOK 353 (+ 12,3 % fra aug.-16)
- Gjennomsnittregningen på lunch\* var NOK 214 (+ 1,5 % fra aug.-16)
- RevPAS\* på middag var i snitt høyest på lørdager (NOK 328)
- Gjennomsnittregningen på middag var i høyest på torsdagene (NOK 390) og lavest på søndagene (NOK 290)

(\*) RevPAS er omsetning per tilgjengelige stol. Middag og lunch er h.h.v. etter og før kl 16:00

### DEFINISJONER

#### ROMBELEGG

Rombelegget er antallet solgte rom i prosent av antallet tilgjengelige rom. Kan også kalles kapasitetsutnyttelse rom.

#### ROMPRIS

Rompriser er i hotellstatistikk- sammenheng losjioinsetning eks. MVA per solgte rom. Frokost og «moms» kommer altså i tillegg, og dette kan i sum dreie seg om NOK 150-200. En «rompris» i statistikken på 900 kan således bety 1.050-1.100 å betale for gjesten/kunden.

#### REVPAR

Forkortelse for revenue per available room. I den norske hotellbransjen oversettes begrepet til losjioinsetning eks. MVA per tilgjengelige rom. Det fremkommer f.eks. ved å multiplisere rombelegg med rompris. En rompris på NOK 1 000 og et belegg på 50 % gir en RevPAR på NOK 500 (= 1 000 x 0,5). Det er et mye brukt måltall som gir en viss indikasjon på hotellenes muligheter for lønnsom drift, men nytten begrenses i og med at kostnadskomponenter og andre inntekter ikke tas med.

Tallene er basert på rapportering fra deltakende hoteller. «Dekningen» varierer – typisk er 80-95 % av alle hotellrom i de aktuelle markedene representert. Drammen, Ålesund, Hamar og Molde er inntil videre ute av våre oversikter grunnet for få aktører.

Benchmarking Alliance har også betydelig dekning i de mindre byene og en del tettsteder.