

Sommeranalyse for danske hoteller 2007

Hver tredje turistovernatning i Danmark foregår på hotel. Derfor er hotelervhvet en god temperaturmåler for udviklingen i dansk turisme.

På den baggrund har HORESTA gennemført denne medlemsanalyse for sommeren 2007.

I alt 137 hoteller, feriecentre og kursuscentre har benyttet lejligheden til at vurdere, hvordan sommeren 2007 vil være forløbet, når der den 1. september sættes to streger under det endelige overnatningsregnskab.

Samlet set tegner undersøgelsen et billede af en branche i vækst, fyldt med optimisme. Væksten er i høj grad båret af flere danske overnatninger, mens antallet af udenlandske overnatninger er stagnerende.

Analysens validitet

HORESTA har i analysen spurgt samtlige 487 hotelmedlemmer (85 procent af hotelomsætningen i Danmark) om, hvordan de første 5 måneder har udviklet sig, og hvilke forventninger de har til sommeren. I alt 137 hoteller har afgivet deres svar, svarende til en svarprocent på 28 procent.

De 137 estimeres at repræsentere en samlet omsætning på 2,3 mia. kr., svarende til 21 procent af den samlede hotelomsætning i Danmark.

Hotellerne er repræsentativt fordelt over hele landet og tæller både hoteller med restaurant, garnihoteller samt kursus- og konferencehoteller.





Tabel 1: Hotellernes fordeling på type

| Kategori | Antal | Andel |
|--|------------|-------------|
| Hotel med restaurant i København | 6 | 4,4% |
| Garnihotel i København | 12 | 8,8% |
| Provinshotel med restaurant med oms. under 15 mio. kr. | 55 | 40,1% |
| Provinshotel med restaurant med oms. 15-60 mio. kr. | 40 | 29,2% |
| Hotel med restaurant med omsætning over 60 mio. kr. | 2 | 1,5% |
| Garnihotel i provinsen | 10 | 7,3% |
| Kursus- og konferencehotel | 12 | 8,8% |
| I alt | 137 | 100% |

De deltagende hoteller er karakteriseret ved, at der er mange mindre individuelle hoteller, der har besvaret undersøgelsen. Således har mere end 50 procent af de deltagende hoteller under 40 værelser, hvilket indebærer, at analysen i høj grad stemmer overens med den faktiske fordeling af hoteller i Danmark målt efter størrelse.

Tabel 2: Hotellernes fordeling på størrelse

| Antal værelser | Undersøgelsen | | Samtlige hoteller | |
|-------------------------|---------------|-------------|-------------------|-------------|
| | Antal | Andel | Antal | Andel |
| Under 16 værelser | 20 | 15% | 516 | 48% |
| 16 - 27 værelser | 26 | 19% | 152 | 14% |
| 28 - 39 værelser | 18 | 13% | 92 | 9% |
| 40 - 49 værelser | 9 | 7% | 56 | 5% |
| 50 - 59 værelser | 10 | 7% | 39 | 4% |
| 60 - 79 værelser | 18 | 13% | 55 | 5% |
| 80 - 99 værelser | 9 | 7% | 38 | 4% |
| 100 - 119 værelser | 9 | 7% | 27 | 3% |
| 120 - 139 værelser | 2 | 1% | 22 | 2% |
| 140 - 159 værelser | 6 | 4% | 12 | 1% |
| 160 - 179 værelser | 3 | 2% | 13 | 1% |
| 180 - 199 værelser | 3 | 2% | 3 | 0% |
| 200 værelser og derover | 4 | 3% | 40 | 4% |
| I alt | 137 | 100% | 1065 | 100% |



Alle landsgennemsnit i denne analyse er vægtet efter hotellets størrelse og omsætning for at få et så præcist og realistisk billede som muligt.

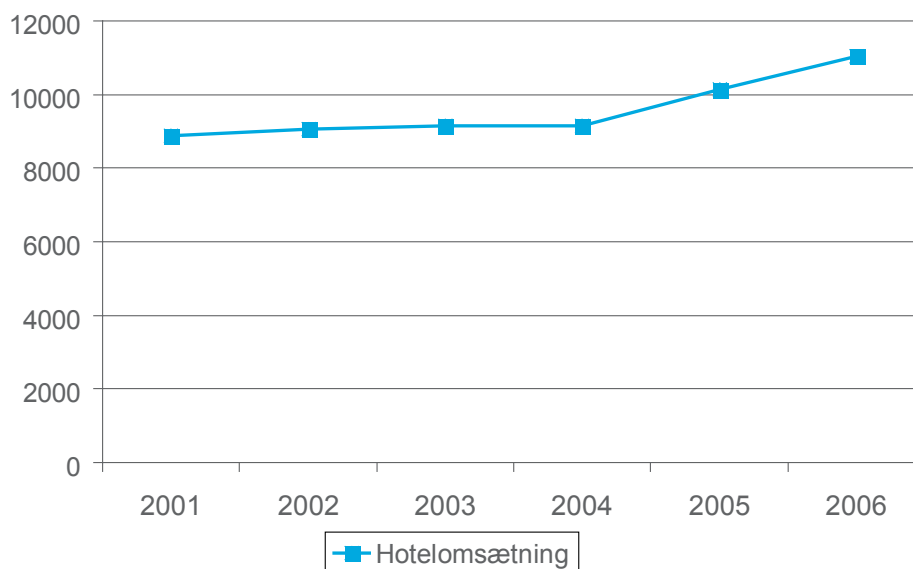
De første fem måneder af 2007

I flere år har hotelomsætningen i Danmark ligget konstant på omkring 9 milliarder kroner, men i 2005 voksede den med 11 procent, og fremgangen fortsatte i 2006 med en vækst på otte procent.

I de første fem måneder af 2007 er de positive takter fortsat med uændret styrke. Således har de deltagende hoteller registreret en omsætningsforbedring på cirka 7 procent i forhold til samme periode i fjor.

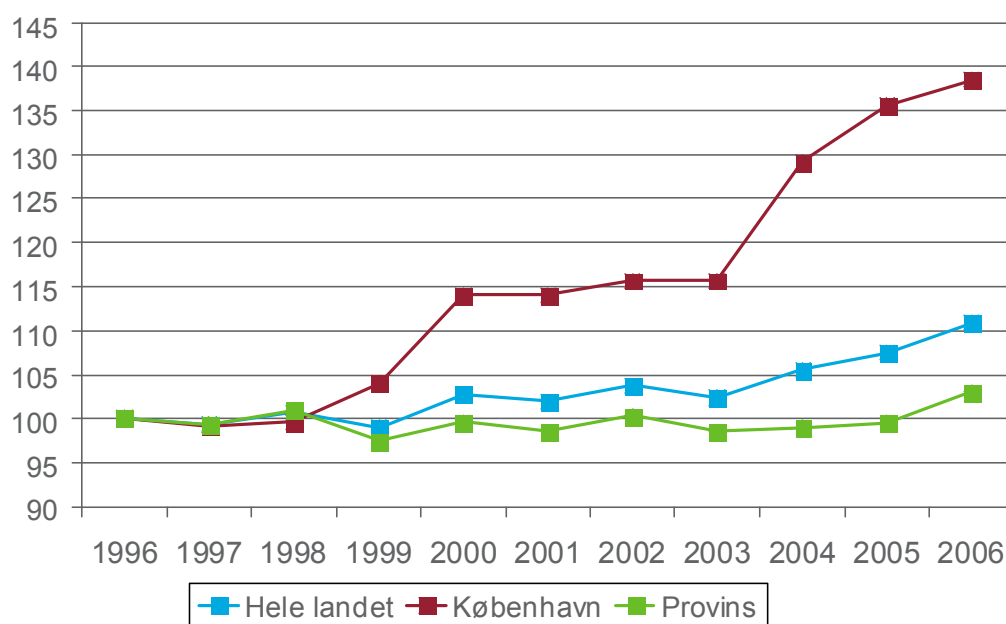
Det er tilmed sket i en periode med mange nye hoteller, der også har skullet have sin del af markedet. Omregner man de 7 procent til hele branchen og tager højde for disse kapacitetsudvidelser, er der formentlig snarere tale om en vækst på 10 procent i perioden januar til maj 2007.

Figur 1: Udvikling i hotelomsætning – målt i millioner kr.





Ser man på antallet af overnatninger fordelt på København og provinsen, fremgår det tydeligt, at den positive udvikling stort set udelukkende skyldes en vækst i København på næsten 40 procent i perioden 1996-2006. I provinsen har udviklingen i antallet af overnatninger i samme periode været stort set uændret. Først i 2006 blev der observeret en positiv vækst for provin-



sen som helhed på i alt 3 procent, og det var i den forbindelse særligt de større provinsbyer, som for eksempel Århus, Aalborg, Kolding og Fredericia, der trak gennemsnittet op.

Figur 2: Udvikling i antal overnatninger 1996-2006

Overnatningsindex: 1996 = 100

| Ændring | Alle | | | | København | | | | Provins | | | |
|-----------------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------|-------|
| | Omsætning | | Gæster | | Omsætning | | Gæster | | Omsætning | | Gæster | |
| | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel |
| >10 pct. | 45 | 33% | 32 | 23% | 6 | 33% | 2 | 11% | 39 | 33% | 30 | 25% |
| 6 til 10 pct. | 29 | 21% | 31 | 23% | 5 | 28% | 4 | 22% | 24 | 20% | 27 | 23% |
| 1 til 5 pct. | 36 | 26% | 36 | 26% | 4 | 22% | 4 | 22% | 32 | 27% | 32 | 27% |
| 0 pct. | 17 | 12% | 20 | 15% | 2 | 11% | 3 | 17% | 15 | 13% | 17 | 14% |
| -1 til -5 pct. | 8 | 6% | 12 | 9% | 0 | 0% | 3 | 17% | 8 | 7% | 9 | 8% |
| -6 til -10 pct. | 0 | 0% | 2 | 1% | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% | 1 | 1% |
| < -10 pct. | 2 | 1% | 2 | 1% | 1 | 6% | 1 | 6% | 1 | 1% | 1 | 1% |
| Har ikke svaret | 0 | 0% | 2 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 2% |
| I alt | 137 | 100% | 137 | 100% | 18 | 100% | 18 | 100% | 119 | 100% | 119 | 100% |

Kilde: Danmarks Statistik

De første 5 måneder af 2007 er antallet af overnatninger i gennemsnit steget med 4 procent sammenlignet med samme periode i fjor, og væksten har især tilgodeset provinshotellerne. Således har hvert fjerde provinshotel oplevet en efterspørgselsvækst på mere end 10 procent, og for hvert tredje er omsætningen steget mere end 10 procent i forhold til samme periode sidste år. Til sammenligning har kun 11 procent af hotellerne i København oplevet samme vækst i antallet af overnatninger. Man skal dog i den forbindelse være opmærksom på, at den årlige gennemsnitlige belægningsprocent i København er på 70 procent, hvilket er væsentligt højere end landsgennemsnittet på 52 procent. Med en belægningsprocent på 70 vil der være langt flere udsolgte dage, og det er derfor sværere at øge sin belægningsprocent.

Kun lidt over 10 procent af de deltagende hoteller kan registrere en tilbagegang i antallet af overnatninger, og kun 7 procent oplever, at omsætningen er faldende.

Table 3: Udvikling i efterspørgsel de første fem måneder af 2007

| Ændring | Alle | | | | København | | | | Provins | |
|-----------------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|
| | Omsætning | | Gæster | | Omsætning | | Gæster | | Omsætning | |
| | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel |
| >10 pct. | 45 | 33% | 32 | 23% | 6 | 33% | 2 | 11% | 39 | 33% |
| 6 til 10 pct. | 29 | 21% | 31 | 23% | 5 | 28% | 4 | 22% | 24 | 20% |
| 1 til 5 pct. | 36 | 26% | 36 | 26% | 4 | 22% | 4 | 22% | 32 | 27% |
| 0 pct. | 17 | 12% | 20 | 15% | 2 | 11% | 3 | 17% | 15 | 13% |
| -1 til -5 pct. | 8 | 6% | 12 | 9% | 0 | 0% | 3 | 17% | 8 | 7% |
| -6 til -10 pct. | 0 | 0% | 2 | 1% | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% |
| < -10 pct. | 2 | 1% | 2 | 1% | 1 | 6% | 1 | 6% | 1 | 1% |
| Har ikke svaret | 0 | 0% | 2 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| I alt | 137 | 100% | 137 | 100% | 18 | 100% | 18 | 100% | 119 | 100% |

Forventningerne til sommeren

Hotellerne vurderer generelt, at det ikke vil være muligt at opnå samme fremgang i sommermånederne som i de første fem måneder af 2007. Men der er stadig optimisme at spore. På baggrund af hotellernes tilbagemeldinger forventes en samlet vækst i antallet af overnatninger på 3-4 procent for hele landet sammenlignet med samme periode i fjor, mens omsætningen forventes at stige 4-5 procent.

Det er særligt de københavnske hoteller, som er konservative i deres forventninger til den turismæssige højsæsonen. 44 procent forventer et uændret antal overnatninger, og 39 procent



forventer 1-5 procent flere overnatninger. Denne forventning skal ses på baggrund af, at kapacitetsudnyttelsen i højsæsonen i forvejen er meget høj (80-90 procent).

I provinsen forventer hele 70 procent en fremgang i antallet af overnatninger på deres eget hotel, hvilket, set i lyset af de seneste mange års stagnation, er særdeles positivt. Hver femte vurderer endvidere, at efterspørgselsstigningen vil komme over 10 procent, og ligeledes vurderer hver femte, at omsætningen vil stige mere end 10 procent. Kun 2 procent af provinshotellerne forventer, at efterspørgsel og omsætning vil falde i sommermånederne.

Tabel 4: Hotellernes forventninger til sommeren (juni-august 2007)

| Ændring | Alle | | | | København | | | | Provins | | | |
|-----------------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------|-------|
| | Omsætning | | Gæster | | Omsætning | | Gæster | | Omsætning | | Gæster | |
| | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel |
| >10 pct. | 26 | 19% | 24 | 18% | 1 | 6% | 0 | 0% | 25 | 21% | 24 | 20% |
| 6 til 10 pct. | 31 | 23% | 22 | 16% | 7 | 39% | 2 | 11% | 24 | 20% | 20 | 17% |
| 1 til 5 pct. | 43 | 31% | 45 | 33% | 3 | 17% | 7 | 39% | 40 | 34% | 38 | 32% |
| 0 pct. | 24 | 18% | 33 | 24% | 5 | 28% | 8 | 44% | 19 | 16% | 25 | 21% |
| -1 til -5 pct. | 4 | 3% | 3 | 2% | 2 | 11% | 1 | 6% | 2 | 2% | 2 | 2% |
| -6 til -10 pct. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| < -10 pct. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Har ikke svaret | 9 | 7% | 10 | 7% | 0 | 0% | 0 | 0% | 9 | 8% | 10 | 8% |
| I alt | 137 | 100% | 137 | 100% | 18 | 100% | 18 | 100% | 119 | 100% | 119 | 100% |

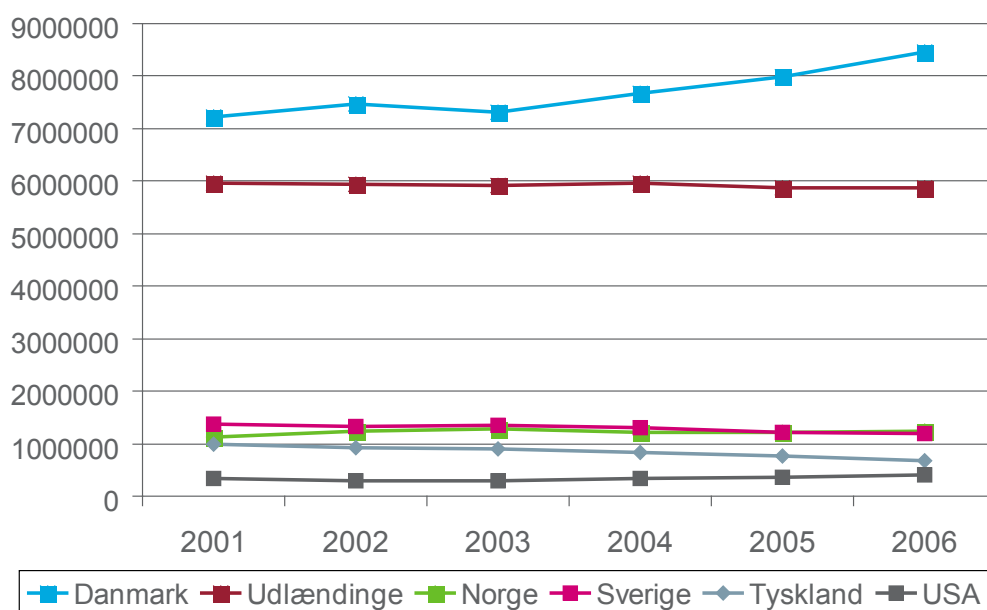
Det er alene danskerne, som står for fremgangen. Mens antallet af udenlandske overnatninger de seneste 5 år konstant har ligget på 6,0 millioner, er danske overnatninger på hotel i samme periode vokset fra 7 millioner til 8,5 millioner årlige overnatninger. Hvor man tidligere sagde, at halvdelen af hotelovernatningerne stammede fra udenlandske turister, er denne andel nu nede på 40 procent.

For hotelervhvervet er det af stor betydning, at danskerne i højere grad har fået øjnene op for værdien af at holde ferie i hjemlandet. En væsentlig grund til væksten er kortere ferieophold i forbindelse med weekender eller helligdage, hvor tiden udnyttes til citybreaks eller kroophold.



Men det er til stor bekymring for erhvervet, at man i højere og højere grad bliver afhængig af et enkelt marked. I det øjeblik Danmark bliver ramt af en periode med lavkonjunktur, vil det have store omkostninger.

Figur 3: Udvikling i antal overnatninger fordelt på nationalitet



Kilde: Danmarks Statistik

Også i de første fem måneder af i år er den positive efterspørgselsvækst næsten udelukkende genereret af flere danske overnatninger. Og også i højsæsonen er det hotellernes helt klare forventning, at det vil være danskerne selv, som producerer væksten. Således forventer hele 80 procent af hotellerne en fremgang i danske overnatninger. Der er dog også optimisme at spore, når det gælder skandinaviske besøgende. 64 procent af hotellerne forventer flere gæster fra vores vigtigste nærmarkeder Sverige og Norge.

Holder hotellernes forventninger stik, vil det på landsbasis betyde en stigning i antallet af danske hotelovernatninger på ca. 5 procent, mens der kun vil være en fremgang i svenske og norske overnatninger i størrelsesordenen 2-3 procent.



Tabel 5: Forventet efterspørgselsvækst på vigtige nærmarkeder

| | Danmark | | Sverige | | Norge | | Tyskland | | Mellemeuropa | | Sydeuropa | |
|-----------------|---------|-------|---------|-------|-------|-------|----------|-------|--------------|-------|-----------|-------|
| | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel |
| >10 pct. | 22 | 16% | 11 | 8% | 11 | 8% | 7 | 5% | 1 | 1% | 1 | 1% |
| 6 til 10 pct. | 17 | 12% | 9 | 7% | 20 | 15% | 7 | 5% | 1 | 1% | 1 | 1% |
| 1 til 5 pct. | 50 | 36% | 44 | 32% | 33 | 24% | 30 | 22% | 17 | 12% | 15 | 11% |
| 0 pct. | 18 | 13% | 37 | 27% | 34 | 25% | 52 | 38% | 62 | 45% | 58 | 42% |
| -1 til -5 pct. | 3 | 2% | 7 | 5% | 7 | 5% | 6 | 4% | 2 | 1% | 4 | 3% |
| -6 til -10 pct. | 1 | 1% | 1 | 1% | 1 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| < -10 pct. | 1 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Ved ikke | 5 | 4% | 8 | 6% | 11 | 8% | 15 | 11% | 33 | 24% | 36 | 26% |
| Har ikke svaret | 20 | 15% | 20 | 15% | 20 | 15% | 20 | 15% | 21 | 15% | 22 | 16% |
| | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% |

Endnu færre hoteller har store forventninger til, at det tyske marked vil producere flere overnatninger. Mere end halvdelen vurderer, at antallet af tyske overnatninger vil forblive uændret på deres hotel. På det Mellem- og Sydeuropæiske marked set under ét har langt hovedparten af de danske hoteller ingen forventninger om øget vækst. På baggrund af hotellernes tilbagemeldinger estimeres de tyske hotelovernatninger at stige med to procent, mens antallet af gæster fra Mellem- og Sydeuropa vil være næsten uændret.

De danske hoteller gør sin endnu ikke forhåbninger om at få del i nye vækstmarkeder som Polen, Rusland og Kina.

Kun en lille håndfuld hoteller forventer flere gæster fra Rusland og Kina, hvorfra der er store problemer med at opnå visum til Danmark, og et næsten tilsvarende antal hoteller forventer tilbagegang. Polen er det af de nye markeder, hvor der spores størst potentiale for flere gæster, men mange af disse forventes alene at komme i forbindelse med erhvervsrejser. Den samlede vækst i antallet af polske gæster estimeres dog kun at blive 0-1 procent på landsbasis.

Tendens udgives af Hotel-,
Restaurant- og Turisterhvervet
(HORESTA)

Redaktion:
Henrik Messmer (ansv.) og
Benedikte Rosenbrinck.

Redaktionen kan kontaktes
på tlf. 35 24 80 80,
tendens@horesta.dk

Eftertryk tilladt med kilde-
angivelse.

Tabel 6: Forventet efterspørgselsvækst på fjernmarkeder og nye markeder

| | Polen | | Rusland | | Øvrig Østeuropa | | USA | | Kina | | Japan | |
|-----------------|-------|-------|---------|-------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel | Antal | Andel |
| >10 pct. | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 1% | 1 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 6 til 10 pct. | 5 | 4% | 0 | 0% | 1 | 1% | 1 | 1% | 2 | 1% | 1 | 1% |
| 1 til 5 pct. | 16 | 12% | 5 | 4% | 9 | 7% | 12 | 9% | 6 | 4% | 3 | 2% |
| 0 pct. | 59 | 43% | 69 | 50% | 65 | 47% | 71 | 52% | 66 | 48% | 70 | 51% |
| -1 til -5 pct. | 3 | 2% | 4 | 3% | 3 | 2% | 3 | 2% | 3 | 2% | 3 | 2% |
| -6 til -10 pct. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 1% |
| < -10 pct. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Ved ikke | 34 | 25% | 39 | 28% | 38 | 28% | 29 | 21% | 38 | 28% | 37 | 27% |
| Har ikke svaret | 20 | 15% | 20 | 15% | 20 | 15% | 20 | 15% | 22 | 16% | 22 | 16% |
| | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% | 137 | 100% |

Ser man på de vigtige fjernmarkeder USA og Japan, er håbet om, at Japan vil bringe flere gæster, ikke stort. Dette skyldes især den japanske økonomi, herunder den fallende yen, som på et enkelt år har gjort det – alt andet lige – 12 procent dyrere for en japansk turist at holde ferie i Danmark.

Det amerikanske marked er et af de få udenlandske markeder, som har været præget af pæn fremgang de seneste fem år, men dette skal naturligvis ses i lyset af det markante fald i antallet af amerikanske gæster til Danmark i kølvandet på de tragiske begebenheder den 11. september 2001 samt den efterfølgende økonomiske lavkonjunktur. På trods af de to cifrede årlige vækstrater de seneste år, forventer kun lidt over 10 procent af hotellerne fremgang på dette marked i sommeren 2007. Således estimeres den samlede vækst på landsbasis alene at blive mellem 1-2 procent i højsæsonen.

Det er altså fortsat hjemmemarkedet, som er primus motor for den vækst, som opleves og forventes i hotelbranchen. En anden bekymrende observation på baggrund af hotellernes kommentarer er, at hvor de ekstra danske overnatninger tilsyneladende er en realitet, så er forventningerne til flere udenlandske overnatninger fra særligt Sverige, Norge og Tyskland ofte mere et udtryk for en forhåbning om, at ekstraordinære målrettede markedsføringstiltag på udvalgte markeder vil give et positivt afkast.