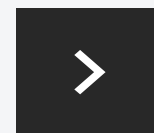


HOTEL- OG RESTAURANT- VIRKSOMHEDERNES STRATEGI OG UDFORDRINGER I 2018

HORESTA
KONJUNKTURUNDERSØGELSE –
DEL 3

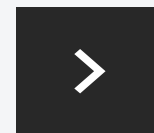
HORESTA Viden & Udvikling
JUNI 2018

Konklusioner: Strategi og udfordringer



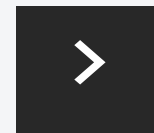
Ens strategier hos overnatnings- og bospisningsvirksomheder

Overnatnings- og bospisningsvirksomheder har nogenlunde ens prioriteringer, når det gælder deres strategiske fokus i 2018.



78 pct. vil forbedre kvaliteten

På tværs af alle virksomheder svarer flere end tre ud af fire (78 pct.), at de forventer at forbedre kvaliteten i 2018. Næsten lige så mange (76 pct.) satser på at lancere nye produkter og tilbud.



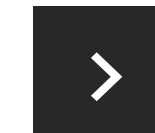
Digitalisering og uddannelse højt på dagsordenen

Blandt de mellemstore hotel- og restaurantvirksomheder er øget digitalisering blandt de tre mest populære strategiske indsatsområder, mens medarbejderuddannelse ligger på tredjepladsen hos branchens største virksomheder.



Fire udfordringer dominerer i årets undersøgelse

Ændringer i gæsternes adfærd, nye konkurrenter, øgede omkostninger og rekruttering af arbejdskraft er hotel- og restaurantvirksomhedernes aktuelt fire største udfordringer



Forskelle mellem landsdele

Nye konkurrenter/ny kapacitet anses af virksomhederne i København og de større provinsbyer som den største udfordring, mens hoteller og restauranter i resten af landet har rekruttering som største udfordring.



Store virksomheder ser de største udfordringer

Blandt branchens største virksomheder anser 70 pct. nye konkurrenter og 65 pct. rekruttering af arbejdskraft som de største udfordringer.

Virksomhedernes strategi i 2018

Alle deltagere

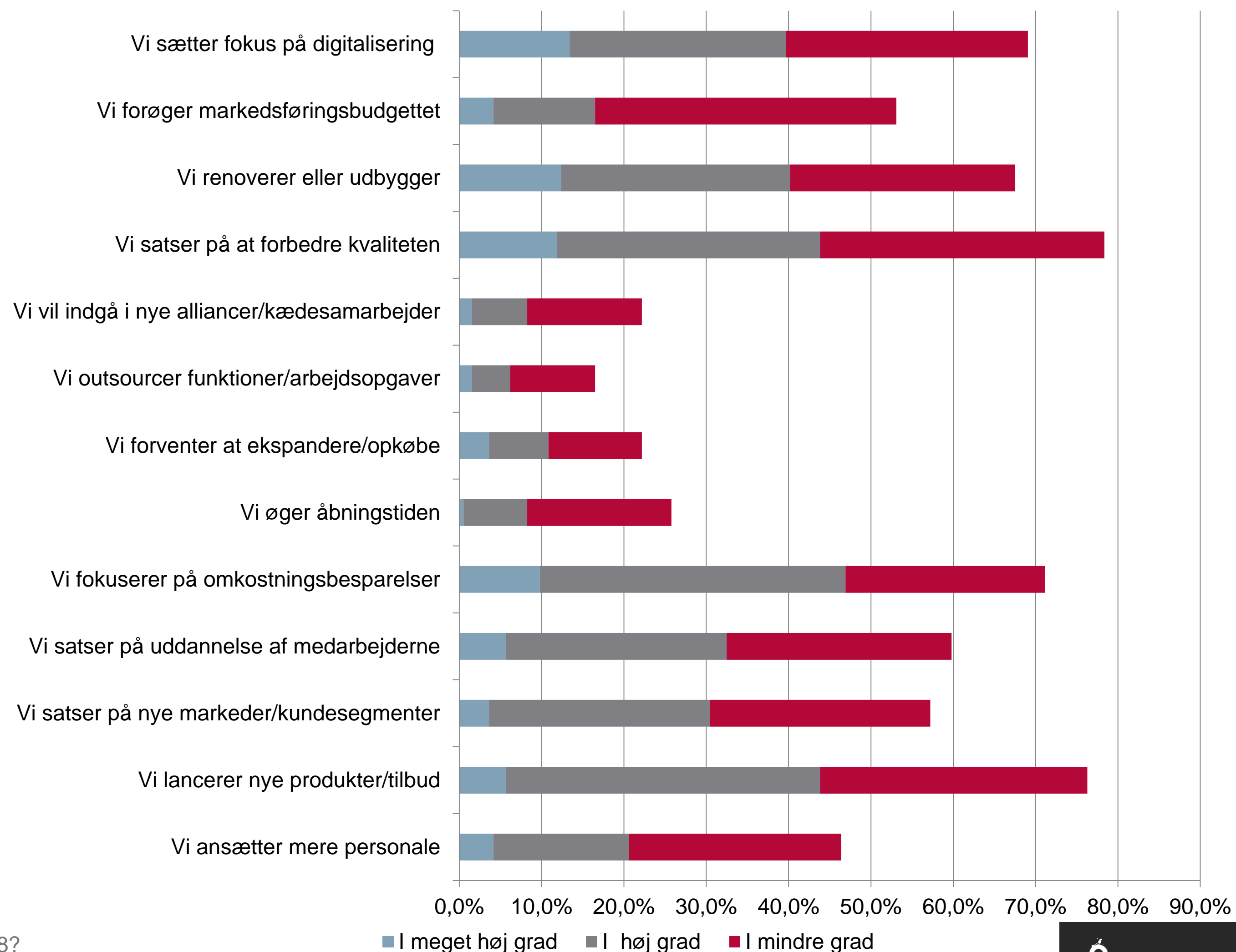
Målsætningen om at forbedre kvaliteten samt lancering af nye produkter/tilbud ligger i top, når de danske hoteller og restauranter skal beskrive deres strategi for 2018*.

På tværs af alle virksomheder i undersøgelsen svarer flere end tre ud af fire (78 pct.), at de i mindre, højere eller i meget høj grad forventer at forbedre kvaliteten i 2018.

En næsten lige så høj andel (76 pct.) satser på at lancere nye produkter og tilbud i 2018, mens omkostningsbesparelser og digitalisering følger tæt efter på listen over de mest udbredte strategiske indsatsområder.

71 pct. af virksomhederne i undersøgelsen angiver således, at de i større eller mindre grad har fokus på at nedbringe deres omkostninger i 2018, og 69 pct. forventer at have øget fokus på digitalisering.

Blandt de mindre benyttede strategier finder man outsourcing og ekspansion/opkøb. Henholdsvis 17 og 22 pct. af virksomhederne i undersøgelsen forventer i større eller mindre grad at have fokus på disse tiltag i 2018.



* Hvordan stemmer nedenstående udsagn overens med din virksomheds strategi for 2018?

Virksomhedernes strategi i 2018

Overnatning og Bespisning

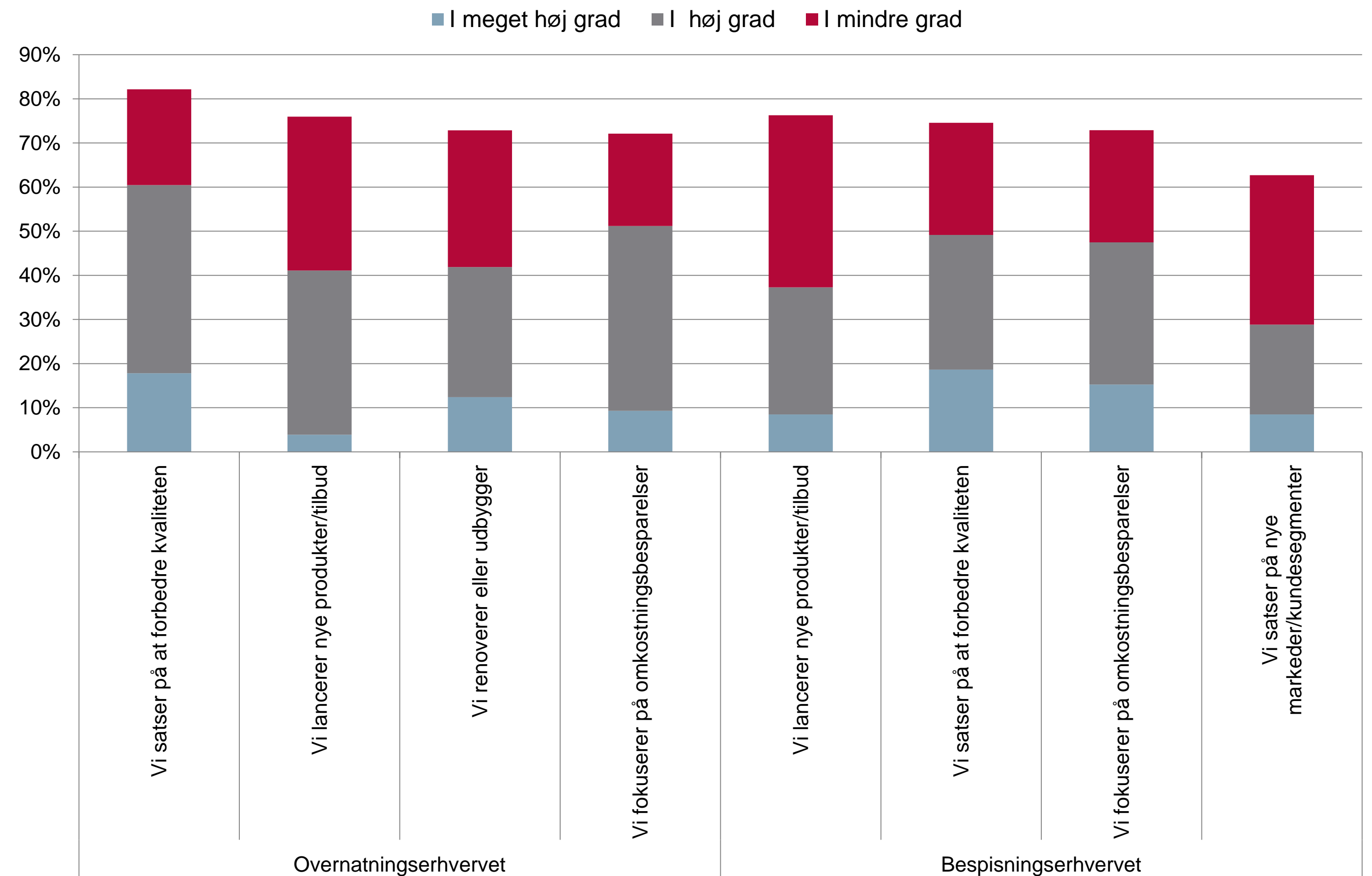
Overnatnings- og bespisningsvirksomhederne har nogenlunde ens prioriteringer, når det gælder deres strategiske fokus i 2018.

Overnatningsvirksomhederne har forbedring af kvaliteten som deres vigtigste indsatsområde i 2018. Hele 82 pct. af de deltagende hoteller, kroer, vandrerhjem m.v. angiver, at dette i større eller mindre grad indgår som en del af deres strategi for det kommende år.

Hos bespisningsvirksomhederne ligger forbedring af kvaliteten ligeledes højt på dagsordenen. Det overgås dog lige netop af lancering af nye produkter/tilbud, som tre ud af fire bespisningsvirksomheder angiver, at de har fokus på i 2018.

Nogenlunde samme andel hos overnatnings- og bespisningsvirksomheder har omkostningsbesparelser højt på deres dagsorden, nemlig hhv. 73 og 72 pct.

Blandt de fire mest populære strategier er den største forskel, at overnatningsvirksomhederne generelt satser mere på at renovere eller udbygge, mens bespisningsvirksomhederne i større udstrækning satser på nye markeder/kundesegmenter.



Virksomhedernes strategi i 2018

Små, mellemstore og store virksomheder

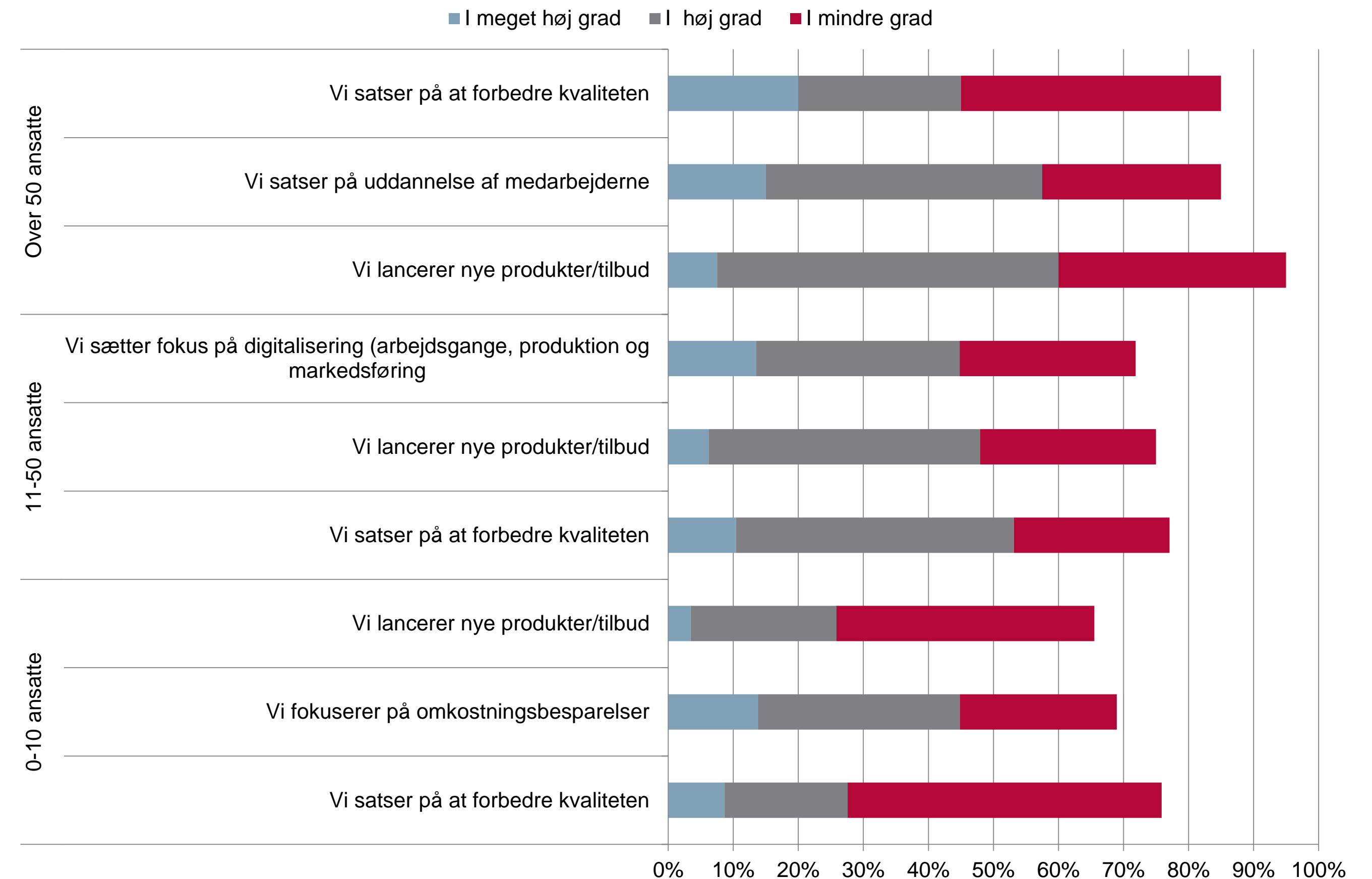
Der er langt flere ligheder end forskelle, når det gælder de strategiske prioriteringer blandt små, mellemstore og større virksomheder i hotel- og restauranterhvervet.

Ser man på de tre mest populære indsatsområder, så deler virksomheder i alle størrelseskategorier målsætningen om at forbedre kvaliteten samt lancering af nye tilbud i 2018.

Blandt de mellemstore hotel- og restaurantvirksomheder er øget digitalisering det tredjemest populære strategiske indsatsområde, mens uddannelse af medarbejderne er det indsatsområde, som ligger på tredjepladsen hos branchens største virksomheder.

Til forskel fra de mellemstore og store virksomheder er fokus på omkostningsbesparelser at finde i top tre hos branchens mindste virksomheder.

Blandt hoteller og restauranter med under 10 ansatte svarer 69 pct., at omkostningsbesparelser indgår som en del af deres strategi for 2018.



Største udfordringer i 2018

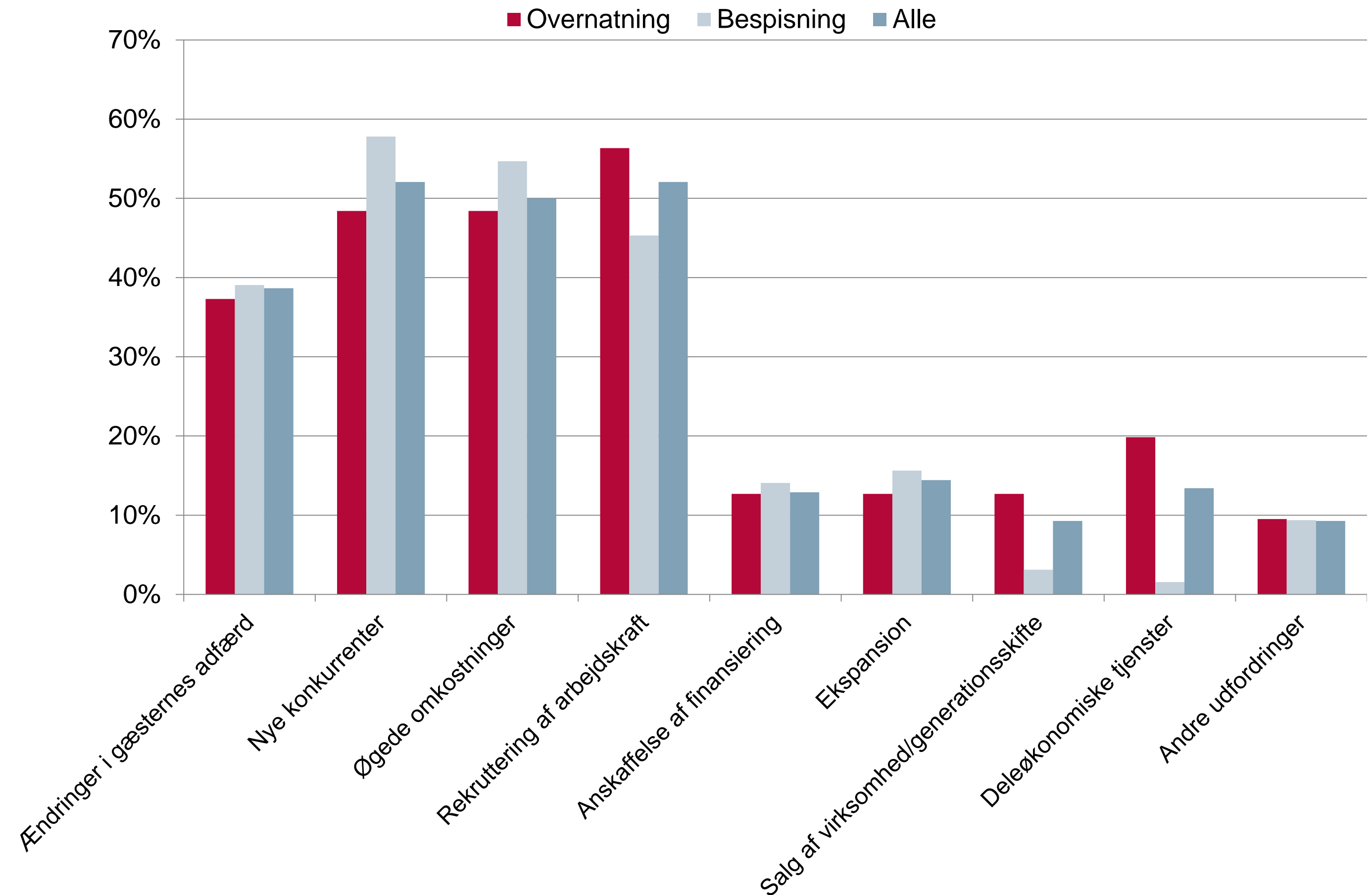
Overnatning og Bespisning

Der er særligt fire udfordringer*, som overskygger de øvrige hos landets overnatnings- og restaurantvirksomheder i 2018. Disse er: 1) ændringer i gæsternes adfærd, 2) nye konkurrenter, 3) øgede omkostninger og 4) rekruttering af arbejdskraft.

Ser man udelukkende på overnatningsvirksomhederne er rekruttering af arbejdskraft den største udfordring (56 pct.), mens bospisningsvirksomheder (58 pct.) anser nye konkurrenter/ny kapacitet som den aktuelt største udfordring.

Selv om det langt hen ad vejen er de samme udfordringer, som de danske overnatnings- og bospisningsvirksomheder står over for, er der enkelte undtagelser.

Deleøkonomiske tjenester bliver således vurderet som en udfordring af 20 pct. af overnatningsvirksomhederne, men kun af 2 pct. af bospisningsvirksomhederne.



* Hvilke udfordringer står din virksomhed (især) overfor i 2018?

Største udfordringer i 2018

Landsdele

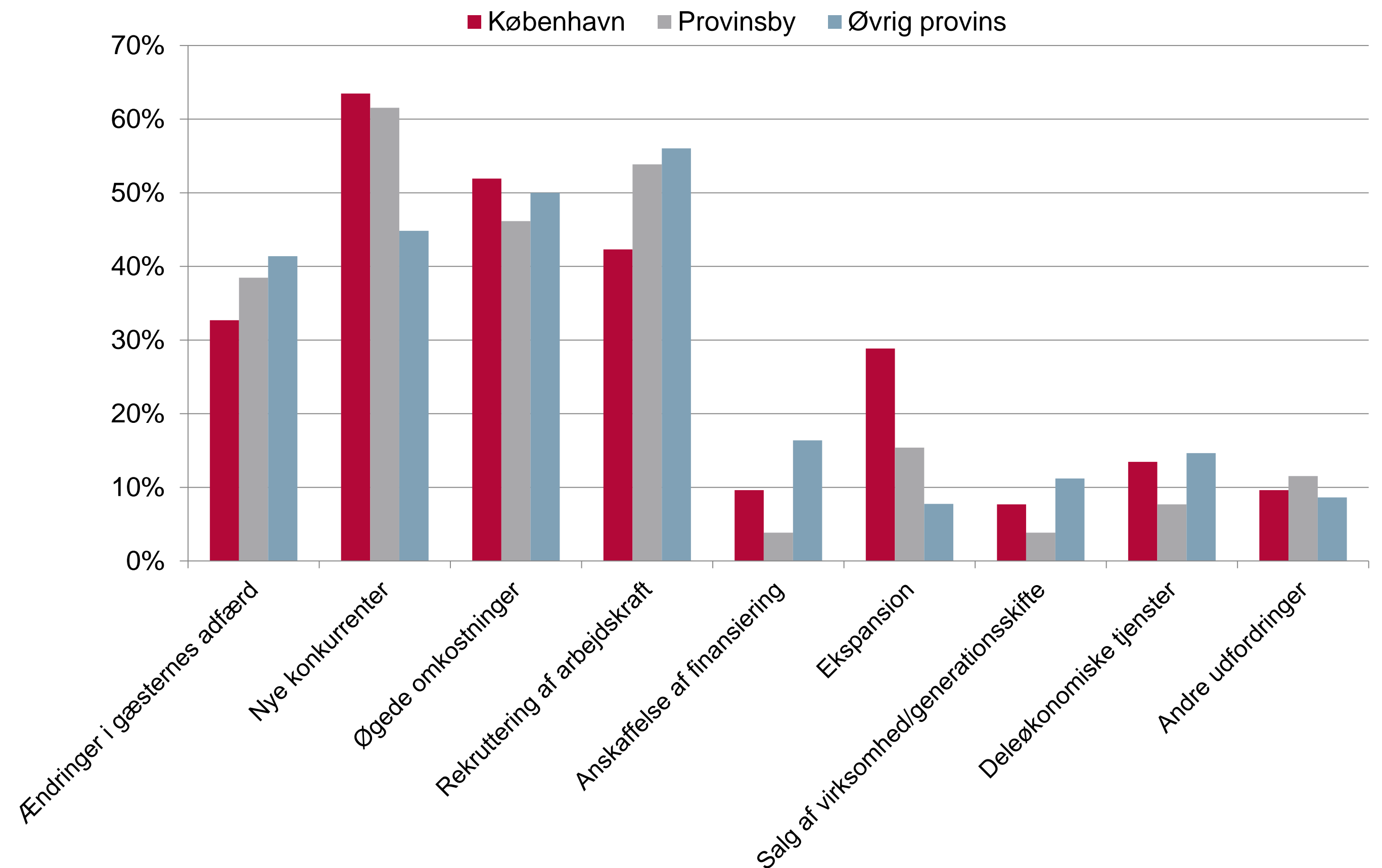
Der er et lidt forskelligt syn på udfordringerne på tværs af landet.

Rekruttering af arbejdskraft er generelt en større udfordring i provinsen end i Hovedstaden. Blandt virksomheder i de større provinsbyer og i provinsen i øvrigt ser hhv. 54 og 56 pct. dette område som en udfordring. I København gælder det 42 pct. af hotel- og restaurantvirksomhederne.

I København samt i de største provinsbyer forventer hhv. 63 og 62 pct. af virksomhederne, at nye konkurrenter/ny kapacitet bliver en udfordring i 2018, mod kun 45 pct. i resten af landet.

Regionale forskelle ses også i spørgsmålet om ekspansion. 29 pct. af virksomhederne i København angiver ekspansion som en særlig aktuell udfordring mod hhv. 15 pct. i de større provinsbyer og 8 pct. i den øvrige provins.

Ændringer i gæsternes adfærd og øgede omkostninger bliver af mange virksomheder ligeledes set som en udfordring på tværs af landet.



Største udfordringer i 2018

Små og store virksomheder

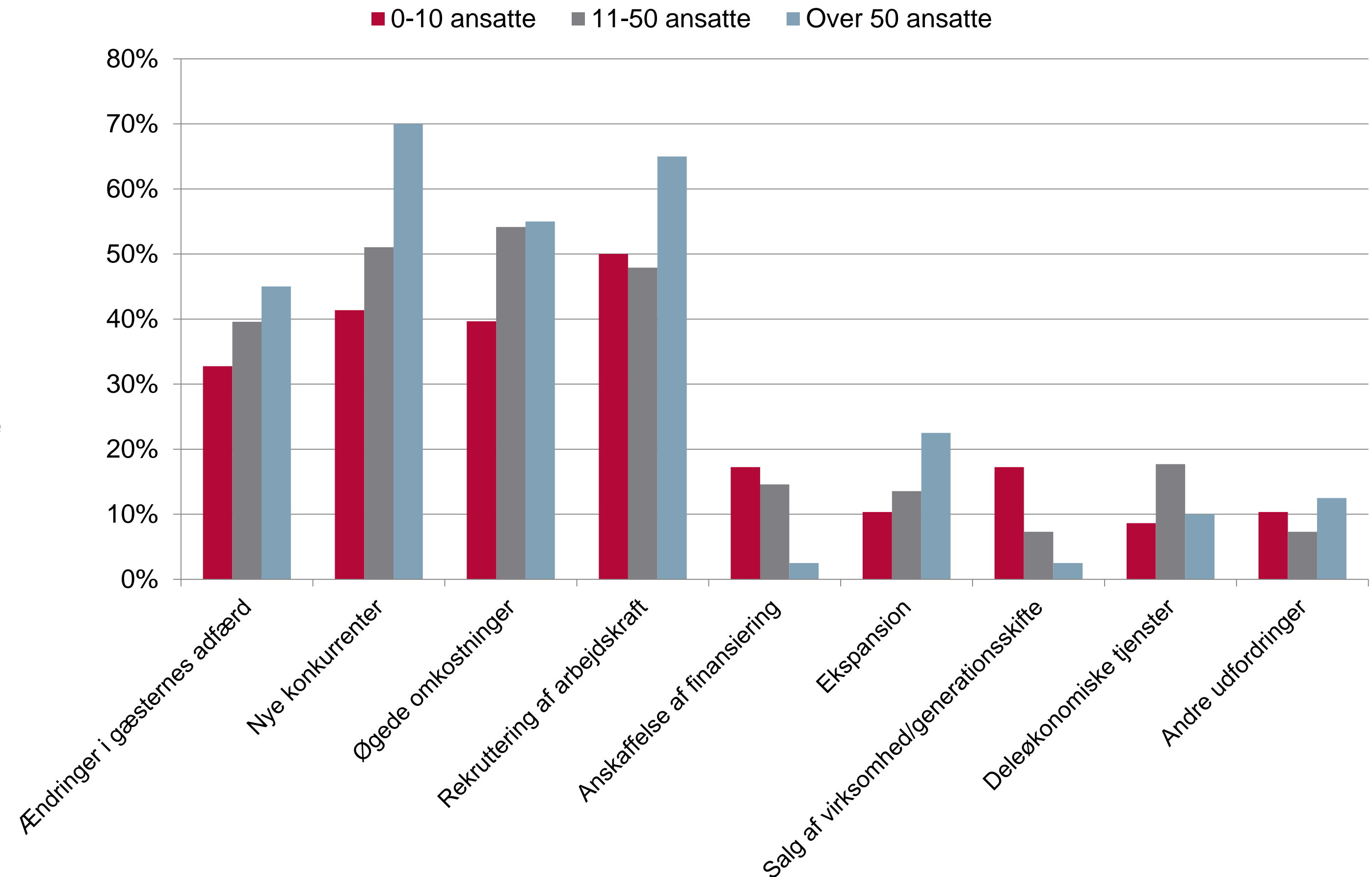
Størstedelen af hotel- og restaurantvirksomheder med over 50 ansatte angiver nye konkurrenter/ny kapacitet som en særlig udfordring i 2018. Det gælder nemlig hele 70 pct. i denne størrelseskategori, mod hhv. 51 og 41 pct. blandt mellemstore og mindre virksomheder.

Blandt branchens største virksomheder svarer hele 65 pct. desuden, at rekruttering af arbejdskraft bliver en udfordring, mod hhv. 48 og 50 pct. af de mellemstore og mindre virksomheder.

Ændringer i gæsternes adfærd synes ligeledes at være en mere udtalt udfordring, desto større virksomheden bliver.

Derimod anses generationsskifte som en større udfordring blandt mindre virksomheder. 17 pct. af de mindre virksomheder angiver således dette som en af deres udfordringer i 2018 mod blot 3 pct. blandt de store virksomheder.

Samme mønster ses, når det gælder anskaffelse af finansiering. Mens 17 pct. af de mindre hotel- og restaurantvirksomheder angiver adgang til finansiering som en aktuell udfordring gælder det kun 3 pct. af branchens største virksomheder.



Om undersøgelsen

HORESTA Viden & Udvikling gennemførte ved årsskiftet en større medlemsundersøgelse. I alt modtog vi besvarelser fra 194 virksomheder i overnatnings- og bospisningserhvervet fordelt over hele landet.

Denne delanalyse, som omhandler hotel- og restauranterhvervets udfordringer samt virksomhedernes strategi for 2018, er den tredje i rækken.

De to forudgående delanalyser afdækkede henholdsvis mangelen på arbejdskraft og virksomhedernes vurdering af de øjeblikkelige tendenser i efterspørgslen, herunder forventningerne til 2018.

Du kan læse de øvrige analyser på HORESTAs hjemmeside.

Bilag 1: Strategiske tiltag i 2018

ALLE VIRKSOMHEDER	I MEGET HØJ GRAD	I HØJ GRAD	I MINDRE GRAD	UÆNDRET	TVÆRTIMOD	VED IKKE
VI ANSÆTTER MERE PERSONALE	4%	16%	26%	48%	3%	2%
VI LANCERER NYE PRODUKTER/TILBUD	6%	38%	32%	22%	0%	2%
VI SATSER PÅ NYE MARKEDER/KUNDESEGMENTER	4%	27%	27%	41%	0%	2%
VI SATSER PÅ UDDANNELSE AF MEDARBEJDERNE	6%	27%	27%	37%	1%	3%
VI FOKUSERER PÅ OMKOSTNINGSBESPARELSER	10%	37%	24%	27%	1%	1%
VI ØGER ÅBNINGSTIDEN	1%	8%	18%	68%	5%	2%
VI FORVENTER AT EKSPANDERE/OPKØBE	4%	7%	11%	60%	9%	9%
VI OUTSOURCER FUNKTIONER/ARBEJDSOPGAVER	2%	5%	10%	68%	11%	4%
VI VIL INDGÅ I NYE ALLIANCER/KÆDESAMARBEJDER	2%	7%	14%	64%	8%	6%
VI SATSER PÅ AT FORBEDRE KVALITETEN	12%	32%	35%	21%	0%	1%
VI RENOVERER ELLER UDBYGGER	12%	28%	27%	27%	3%	3%
VI FORØGER MARKEDSFØRINGSBUDGETTET	4%	12%	37%	42%	4%	2%
VI SÆTTER FOKUS PÅ DIGITALISERING	13%	26%	29%	28%	1%	2%