

ANNORDIA

NEWSLETTER #2 2015

KRÖNIKA

ÖKA VÄGHÅLLNINGEN I INVESTERINGEN

MED ETABLERINGSSTUDIER

VD HAR ORDET

"Besök vår monter under Business Arena den 16-17 september 2015 på Stockholm Waterfront Congress Centre."

KRÖNIKA

"Varför är etableringsstudier viktiga vid hotellinvesteringar och vad bör de omfatta?"

HOTELLMARKNAD

"Antal sålda rum ökade i alla tre storstadskommunerna under årets första sex månader jämfört med i fjol."

VD HAR ORDET

DET HAR VARIT FULL FART hos oss på Annordia under både våren och sommaren. Sedan förra nyhetsbrevet har vi hjälpt Klöverna att finna en operatör till ett lägenhetshotell i Kista. Den nuvarande kontorsbyggnaden ligger i ett mycket bra läge, strax norr om Kistamässan. Klöven tecknade ett hyresavtal med StayAt som löper över 20 år. Hotellet kommer att få cirka 170 lägenheter och beräknas öppna i augusti 2016.

Under det andra kvartalet blev det klart att Kungsleden förvärfvar profilbyggnaden Skrapan i Västerås. Byggnaden inrymmer hyresgäster som exempelvis First Hotel, Västerås Stad, KPMG och ICA. Hotellet har 203 rum och på de översta våningsplanerna ligger dess restaurang och cocktailbar med en fantastisk utsikt över staden. Vi var rådgivare till Kungsleden avseende hotellet.

Vi har även fått ett annat spännande uppdrag från Kungsleden om att rekrytera en operatör till ett hotell i Vasastaden i centrala Stockholm. Det tilltänkta hotellet kommer att ligga i anslutning till det snabbväxande forsknings- och näringslivsområdet i Hagastaden, vilket gör läget attraktivt för en nyetablering. På drygt 7 700 kvadratmeter kommer hotellet att omfatta nästan 200 rum, en unik restaurangmiljö och flera möteslokaler. Just nu håller vi på att utvärdera inkomna anbud tillsammans med fastighetsägaren.

I samband med att vi medverkade vid Fastighetsvärldens seminarium Hotell- och Fastigheter på Berns i maj, publicerade vi en rapport i samarbete med Business Sweden och Stockholm Business Region. Rapporten Swedish Hotel Investment Guide 2015 behandlar den svenska hotellmarknaden och riktar sig främst till internationella investerare och operatörer, men kan även vara intressant för nordiska aktörer. Rapporten finns att ladda ned från vår hemsida.

Vi har också en spännande höst att se fram emot. I nästa nyhetsbrev hoppas vi kunna berätta om den operatör som slutligen vinner förhandlingen om Klöverns hotell vid resecentrum i både Västerås och Örebro, ett arbete vid påbörjade för Klöverna i våras.

Ett annat spännande pågående uppdrag är att finna en lämplig operatör åt Midroc på Ångfärjetomten i centrala Helsingborg. Enligt det föreslagna konceptet planeras en hotell- och kongressanläggning om cirka 16 400 kvadratmeter med 15 möteslokaler och 253 hotellrum. Under hösten återkommer vi med vinnaren som kommer att driva anläggningen på en av Helsingborgs vackraste platser.

Vi vill också passa på att hälsa er varmt välkomna till vår monter på Business Arena i Stockholm den 16 och 17 september. Vi svarar gärna på era frågor och berättar om fler spännande nyheter då.

Avslutningsvis vill vi önska er en skön höst med förhoppningsvis lite sol och värme!



HANS ÅKE PETERSSON
hansake.petersson@annordia.com
070-699 37 51

BUSINESS ARENA STOCKHOLM

16-17 SEPTEMBER 2015 STOCKHOLM WATERFRONT CONGRESS CENTRE

INTRESSERAD AV ATT INVESTERA I HOTELLFASTIGHETER?

DÅ FÅR DU INTE MISSA MONTER 102.

**VI VISAR NYCKELTAL FÖR MARKNADEN, PRESENTERAR NYA
HOTELLPROJEKT OCH BERÄTTAR VAD DU SOM FASTIGHETSÄGARE
BÖR TÄNKA PÅ VID HOTELLINVESTERINGAR.**

Varje hotellprojekt, nytt som befintligt, kräver ofta en individuell bedömning. Alla hotellrörelser är unika och har olika profiler. Hotell är också komplexa rörelser med flera olika intäktskällor. Verksamheten har dessutom stora cykliska svängningar i beläggning mellan såväl veckodagar och helger som mellan säsong och årstider. Vad bör man då som fastighetsägare tänka på för att minimera risken för felaktiga investeringar och inte sladda av vägen?

ÖKAD VÄGHÅLLNING MED ETABLERINGSSTUDIER

DET FINNS VISSA UTMANINGAR med att vara ägare till hotellfastigheter. Alla hotellrörelser är unika med sina olika förutsättningar och profiler. Även om alla hotell har gemensamt att de lever på gäster, så skiljer de sig i sättet att tillfredsställa gästernas önskemål. Hotellens läge och koncept får därför avgörande betydelse för verksamhetens förmåga att skapa lönsamhet. Och för att kunna generera goda hyresintäkter till fastighetsägaren. Bedömningen av en marknadsmässig hyresintäkt kräver därför viss kunskap och förståelse för den speciella marknadssituation som råder på hotellmarknaden.

För att uppnå en pålitlig hyresbedömning, och sedermera korrekt värdering av hotellfastigheten, behöver fastighetsägare till hotell kunskap om hotellrörelser och den marknadssituation som det aktuella hotellet befinner sig i - nu och i framtiden. I denna artikel diskuteras därför etableringsstudien som varje hotellprojekt, nytt som befintligt, bör utgå ifrån för att minimera risken för felaktiga investeringar. Vad bör då en sådan studie innehålla? Och vilken information behövs för att kunna uppnå en korrekt hyresbedömning för hotell? När

ALLA HOTELLPROJEKT BÖR UTGÅ FRÅN EN ETABLERINGSSTUDIE FÖR ATT MINIMERA RISKEN FÖR FELAKTIGA INVESTERINGAR.

vi på Annordia genomför en etableringsstudie baseras den på fyra steg:

STEG 1 MARKNADSANALYS

Det inledande steget bör alltid bestå av en marknadsanalys. I analysen görs en övergripande bedömning av utvecklingen på orten för det aktuella hotellet, och i omvärlden. Rumsförsäljning är ju framförallt kopplad till affärs- och privatgäster samtidigt som beläggningen i hög grad följer konjunkturutvecklingen. Därför bör även känslighets- och riskanalyser genomföras med olika tillväxttall för både affärs- och privatresandet.

Kongresser och konferenser utgör även en betydande del av omsättningen för många hotell. Därför bör även utvecklingen av den framtida mötesindustrin studeras för att kunna besvara frågor som exempelvis; Vilka lägen är mest attraktiva för möten? Och vilka branscher är mest mötesintensiva? Kommer video- och telefonkonferenser ersätta personliga resor i större utsträckning än idag?

Därtill utgörs en stor del av hotellmarknaden av utländska resenärer, vilket kommer att öka ännu mer framöver. Där-

för är även utvecklingen på valutamarknaden viktig och huruvida kronans värde påverkar vissa målgrupper mer än andra.

Vad som kanske utgör marknadsanalysens allra viktigaste moment är att söka kunskap om ortens framtida utveckling. Är företagen på orten konkurrenskraftiga och framtidsstarka? Är det företag som genererar många besökare till orten? Finns myndigheter eller statliga och kommunala organisationer, och hur ser framtiden ut för dessa? Hur är standarden på ortens infrastruktur idag och hur ser ambitionerna ut för framtiden? Har orten ett aktivt kultur-, nöjes- och sportliv? Är det en turistort med framtidsvisioner?

STEG 2 HOTELLMARKNAD

Nästa steg bör innefatta en analys av ortens hotellmarknad. Här är det viktigt att både utreda nuläget och hur den lokala marknaden har utvecklats historiskt för att fastställa i vilken fas marknaden befinner sig idag. Vi tar fram statistik över rumsbeläggningen på orten, i dess centrala delar och för hotell i periferin och även på kringliggande orter. Vi ser över prisbild. Vem äger hotellen och vilka koncept arbetar man med? Hur ser målgruppsprofilen ut - fördelningen mellan affärs- och konferensgäster samt grupp- och privatresenärer. Hur stor del av gästerna är nationella och internationella?

Är konferensmarknaden viktig för ortens hotell? Detta är ett urval av variabler som bör studeras för att kunna få ett gediget prognosunderlag.

En bedömning av den framtida utvecklingen utgör den svåraste, men kanske viktigaste fasen av etableringsstudien. Att se in i kristallkulan för att bedöma hur den framtida nyckeltalsutvecklingen blir på den aktuella orten. Prognosen bör bland annat baseras på trender och all relevant fakta som har observerats i etableringsstudien första steg. Framtidsbedömningen bör också innefatta en analys om hur konkurrenssituationen kan komma att förändras över tid. Finns det ett behov av ytterligare rumskapacitet? Och i sådana fall inom vilka segment? Hur många nya hotell och rum planeras? Kommer några konkurrenter att försvinna eller förändra sin profil? Planerar några befintliga hotell att bygga till?

Vi bygger upp vår prognosmodell i två steg för att kunna få en korrekt och väl förankrad uppfattning om ortens framtida utveckling. Inledningsvis prognostiserar vi ortens utbud i form av antal disponibla rum, och därefter bedöms efterfrågan i form av antal sålda rum och snittpris. Slutligen sammanfattar vi prognosen i ett förväntat genomsnittligt RevPAR över en tioårsperiod. Det är viktigt att notera att ingen marknad är den andre lik. Alla bedömningar måste därför vara lokalt förankrade.

STEG 3 KONCEPT

Som vi nämnde tidigare i artikeln har både läge och koncept avgörande betydelse för hotellets lönsamhetspotential. Läget kan vara svårt att påverka, men däremot finns ofta möjligheten att skapa ett koncept som kan optimera hotellets hyresbetalningsförmåga.

Genom att ha prognostiserat den lokala hotellmarknadens utveckling, har vi fått tillräckligt med information för att kunna fastställa vilket hotellkoncept som marknaden är i behov av. Är det ett fullservicehotell med stora mötesytor? Eller ett enklare rum- och frukosthotell? Marknaden kanske hellre efterfrågar ett destinationshotell i form av en spaanläggning? Och hur många rum bör hotellet ha, och hur stor restaurangyta?

Innan själva hyresbedömningen genomförs är det således viktigt att utforma ett lämpligt koncept och rumsantal för att kunna beräkna en marknadsmässig hyra.

STEG 4 HYRESBEDÖMNING

Hur kommer då hotellet att lyckas i den framtidsbild vi har tagit fram för den aktuella orten? Bedömningen av framtida hyresnivåer blir i hög grad beroende av bedömd omsättning, försäljningsmix och kostnadsstruktur, som i sin tur ligger till grund för hyresbetalningsförmågan. Den-

na är avgörande vid en värdebedömning av hotellfastigheten. Tidsperspektivet är också viktigt - den bedömda hyresbetalningsförmågan måste ses på lång sikt.

När vi genomför en hyresbedömning upprättar vi en tioårig resultaträkning som baseras på både det framtagna konceptet och marknaden framtida utveckling. Att basera hotellets betalningsförmåga på endast nuläget eller när marknaden toppar är knappast rimligt! Bedömningen måste tåla både hög- och lågkonjunktur, både upp- och nedgångar för företagen på orten, nedläggningar och nyetableringar samt både överskott och brist på hotellrum.

AVSLUTANDE ORD

Man kan tycka att operatörens marknads-kännetal och kunskaper om den egna rörelsen borde utgöra ett tillräckligt underlag för att bedöma hyresbetalningsförmågan. Många nöjer sig också med detta. Men vår uppfattning är att det krävs en objektiv analys, opåverkad av särintressen, och utförd av företag med bred kunskap och erfarenhet av hotellmarknaden. Således är det viktigt att notera betydelsen av dessa kunskaper om man vill få fram en rättvisande och pålitlig hyresbedömning och sedermera värdering av hotellfastigheten. Om man tar snabba genvägar är risken stor att man sladdar av vägen.

ÅRET VID HALVTID

I fjol noterade storstads-kommunerna Stockholm, Göteborg och Malmö toppnoteringar i antal sålda rum. Privatmarknaden uppvisade en större procentuell ökning av rumsförsäljningen jämfört med företagsmarknaden - en utveckling som väntas fortsätta framöver. Det kan delvis förklaras av en förbättrad inhemsk makroekonomi och ett lågt ränteläge, vilket stimulerar privatkonsumtionen. Den goda utvecklingen fortsatte även under det första halvåret för innevarande år.

STOCKHOLM

Kommunen visade en positiv utveckling under årets första halvår med över 2,3 miljoner sålda rum. Det motsvarar en ökning med över fyra procent jämfört med samma period 2014. Under det andra kvartalet ökade dessutom rumsförsäljningen med hela 25 procent jämfört med årets första kvartal. Två hotell om totalt 210 rum öppnade under det första halvåret, vilket ökade kommunens rumsutbud med drygt en procent. I slutet av januari slog Connect Hotels upp dörrarna till sitt femte hotell. Hotellet är beläget i Kista och omfattar 112 rum. Samma månad öppnade

Hotel Kungs-trädgården med 98 rum på Västra Trädgårdsgatan i CBD.

Trots kapacitetsökningen under det första halvåret steg beläggningsgraden med över en procentenhet jämfört med samma period i fjol. Dock sjönk snittpriset med nästan tre procent under årets sex första månader i jämförelse med samma period föregående år. Det innebär att RevPAR minskade med knappt en procent under motsvarande period. Utvecklingen var dock särskilt stark i januari och antal sålda rum ökade med nästan 12 procent jämfört med samma månad förra året. Den starka utvecklingen beror till viss del på att EM i konstakning arrangerades i Ericsson Globe vid månadsskiftet. Evenemanget attraherade 38 000 besökare, varav drygt hälften övernattade på hotell enligt Stockholm Visitors Board. Under det första halvåret ökade efterfrågan bland utländska resenärer med nästan åtta procent jämfört med motsvarande period 2014. Den största ökningen utgjordes av internationella gäster utanför Europa som ökade sina gästnätter med över 12 procent.

Under de senaste åren har sålda rum bland privatresenärer ökat kraftigt, medan företagsresandet har haft en svagare positiv utveckling. Samma utveckling noterades under det första halvåret; jämfört med samma period 2014 steg antal sålda rum på privatmarknaden med nästan 13 procent.

Motsvarande jämförelse visar dock att rumsförsäljningen på företagsmarknaden var oförändrad.

GÖTEBORG

Trots att rumsutbudet har ökat kraftigt i Göteborg under de senaste åren, uppvisade västkustorten den

starkaste utvecklingen bland de tre storstads-kommunerna under årets första halvår. Antal sålda rum ökade med över åtta procent till över en miljon rum jämfört med det första halvåret i fjol. Motsvarande jämförelse visar att snittpriset steg med nästan sju procent jämfört med motsvarande halvår föregående år, vilket innebär en ökning i RevPAR med knappt tio procent. Den starka utvecklingen på Göteborgsmarknaden beror till stor del på att flertalet event och kongresser har arrangerats i Göteborg under våren. Bland annat attraherade Volvo Ocean Race drygt 335 000 besökare under en vecka i juni.

Undet det första kvartalet färdigställde Hotel Gothia Towers en stor utbyggnad. Under hösten 2014 smygöppnade hotellet sitt tredje torn, men det var först i februari i år som samtliga 475 nya rum var uthyrningsbara. Det ökade rumsutbudet med över fem procent. Även om följande etablering inte ägde rum under det första halvåret, kan det ändå vara värt att notera att marknaden har tillförts ytterligare en anläggning - strax utanför Göteborg öppnade Kviberg Park Hotel & Conference med 121 rum den 10 juli.


I likhet med Stockholm har efterfrågan bland internationella resenärer ökat under årets första halvår. Antalet gästnätter bland utländska resenärer ökade med cirka 20 procent jämfört med samma period föregående år.

MALMÖ

Hotellmarknaden i Malmö kommun utvecklades över förväntan under det första halvåret i år. Som mest ökade antal sålda rum med nästan 21 procent i juni jämfört med samma månad föregående år, då Nordea Masters arrangerades och lockade drygt 100 000 besökare. Totalt steg rumsförsäljningen med cirka 11 procent under de sex första månaderna till knappt 457 000 rum, jämfört med det första halvåret i fjol.


I likhet med Göteborg brottas Malmö med en kraftig utbudsökning. Snittpriset föll i fjol och den negativa trenden fortsatte under det första halvåret i år; prisenivån minskade med över en procent mot samma halvår 2014. En god rumsförsäljning resulterade dock i att beläggningsgraden ökade med knappt två procentenheter under årets första halvår mot samma period i fjol. Sammantaget ledde det till att RevPAR ökade med över en procent, enligt motsvarande jämförelse.

Två nya hotell har etablerats hittills i år. Best Western Malmö Arena Hotel i Hyllie öppnade i mars med 295 rum. Och i början på maj slog Clarion Hotel & Congress Malmö Live upp dörrarna med 444 rum på Universitetsholmen. Under det första halvåret ökade även antalet internationella gästnätter med cirka 13 procent i Malmö. Tack vare de nyetablerade evenemangshotellen kommer det internationella resandet sannolikt att öka ytterligare framöver.




	BELÄGGNING			SNITTPRIS			REVPAR		
	2015	2014	%-enhet	2015	2014	%	2015	2014	%
Jan	55,1	50,4	4,8	1041	1024	1,6	574	516	11,2
Feb	59,8	59,3	0,5	1084	1084	0,1	649	643	0,9
Mar	65,1	63,4	1,7	1070	1075	-0,5	696	682	2,1
Apr	63,0	64,3	-1,3	1088	1195	-9,0	686	768	-10,8
Maj	76,1	76,0	0,1	1212	1264	-4,1	922	961	-4,0
Jun	80,3	77,5	2,8	1215	1238	-1,9	975	960	1,6
H1	66,7%		▲ 1,4%	1128 kr		▼ 2,8%	753 kr		▼ 0,7%

Källa: SCB/Tillväxtverket



	BELÄGGNING			SNITTPRIS			REVPAR		
	2015	2014	%-enhet	2015	2014	%	2015	2014	%
Jan	49,7	54,0	-4,3	884	890	-0,8	439	481	-8,7
Feb	55,1	54,9	0,3	882	866	1,9	487	475	2,4
Mar	59,8	58,6	1,2	910	919	-1,0	544	538	1,1
Apr	60,4	57,7	2,6	893	858	4,1	539	495	8,8
Maj	73,7	69,4	4,3	1052	952	10,4	775	661	17,3
Jun	77,9	71,1	6,8	1078	923	16,9	840	656	28,1
H1	63,0%		▲ 1,9%	964 kr		▲ 6,5%	607 kr		▲ 9,8%

Källa: SCB/Tillväxtverket



	BELÄGGNING			SNITTPRIS			REVPAR		
	2015	2014	%-enhet	2015	2014	%	2015	2014	%
Jan	47,4	51,3	-3,9	774	798	-3,0	367	409	-10,3
Feb	54,4	51,6	2,8	771	791	-2,5	420	409	2,8
Mar	61,9	55,9	6,0	804	837	-3,9	498	468	6,4
Apr	62,5	58,4	4,1	785	794	-1,1	491	464	5,8
Maj	69,6	73,0	-3,4	847	844	0,3	589	617	-4,4
Jun	70,7	68,5	2,2	808	812	-0,4	571	556	2,8
H1	61,7%		▲ 1,8%	803 kr		▼ 1,4%	496 kr		▲ 1,5%

Källa: SCB/Tillväxtverket



STOCKHOLM

Birger Jarlsgatan 41A, SE-111 45 Stockholm

www.annordia.com | +46 8 400 272 75

GÖTEBORG

Lilla Bommen 6, SE-411 04 Göteborg