

Hogg Robinson Group

12.02.2009

## **HOTELLITUTKIMUS PALJASTAA: MOSKOVA YHÄ MAAILMAN KALLEIN**

Maailmaa koettelevasta taantumasta huolimatta vuosi 2008 oli vaihteleva hotellimarkkinoilla, ilmenee liikematkatoimisto Hogg Robinson Groupin (HRG) tekemästä kansainvälisestä hotellitutkimuksesta. Hotellihinnat nousivat ympäri maailmaa, joskin hitaammin kuin vuonna 2007. Vuoden loppupuoliskolla nousu tasaantui ja paikoin hinnat jopa laskivat, mutta kaupungeissa, joissa kysyntä on tarjontaa suurempi, hinnat nousivat vuoden loppuun asti.

### **Keskeisimmät tutkimuksesta ilmenevät suuntaukset:**

- Moskova oli viime vuonna jo neljättä kertaa peräkkäin maailman kallein liikematkakohde. Hotellihuoneiden hinnat nousivat viime vuonna keskimäärin 9 %.
- Abu Dhabissa hotellihuoneiden hinnat nousivat keskimäärin peräti 26 %, ja kaupunki singahti maailman viidenneksi kalleimmaksi kohteeksi. Abu Dhabin hintojen kova nousu kertoo Lähi-idän liikematkailun voimakkaasta kasvusta – Omanissa, Bahrainissa ja Qatarissa hinnat nousivat keskimäärin yli 20 %.
- Dubai oli poikkeus Lähi-idän noususuuntauksesta: hinnat laskivat yhdeksän prosenttia. Lasku oli seurausta hotellihuoneiden lisääntyneestä tarjonnasta, sillä Dubaihin avattiin merkittäviä uusia hotelleja.
- Lontoossa hinnat jatkoivat tasaista kolmen prosentin kasvua. Muissa Englannin kaupungeissa hinnat pysyivät kuitenkin ennallaan tai putosivat loppuvuonna hiljenneistä markkinoista johtuen.
- Yhdysvaltojen tärkeimmissä kaupungeissa hinnat nousivat subprime-kriisistä huolimatta. New Yorkissa nousua oli 7 %, Washingtonissa ja Bostonissa 6 % ja Houstonissa peräti 19 %.
- Länsi-Euroopassa hotellihuoneiden hinnat pysyivät ennallaan tai laskivat hieman.
- Keskimääräinen yöpymisaika lyheni merkittävästi 1,9 yöstä 1,5 yöhön. Tämä on merkki liikematkojen lyhentämisestä ja heijastelee yritysten kiristyneitä matkustusbudjetteja.
- Kolmen tähden hotellien hinnat nousivat maltillisesti 3,6 %. Kasvu selittyy sillä, että hotellit pyrkivät tarjoamaan liikematkustajille huoneen normaaliin hintaan lisäpalveluja kuten internet yhteyden, parkkipaikan tai aterian.
- Viiden tähden hotellien hinnat kallistuivat keskimäärin lähes 12 %. Nousu viittaa siihen, että taantuma ei ole vielä iskenyt kalleimpien hintaluokkien hotelleihin.

HRG:n kaupallinen johtaja Timo Palmula toteaa, että hotellialalle vuosi 2008 oli monitahoinen. "On täysin selvää, että tämä on haastava aika liikematkustajille ja hotelliyrityksille. Hinnat ovat tasaantuneet ja paikoin laskeneet viime kuukausien aikana, mutta joissakin kaupungeissa kysyntä ylittää edelleen tarjonnan ja hinnat ovat nousseet jopa voimakkaasti", Palmula summaa.

Muuttuvat markkinat tarjoavat myös mahdollisuuksia liikematkustajille. "Liikematkatoimistot ovat nyt asiakkaalle tärkeämpiä kuin koskaan, sillä ne pystyvät etsimään asiakkaalle parhaan

ratkaisun turbulentissa tilanteessa”, kertoo Palmula. ”Nousukaudella hotellit eivät välttämättä myöntäneet huoneita sopimushinnoilla vaan myivät huoneet korkeampaan hintaan. Suuntaus on nyt kääntynyt, ja kun käyttöaste tasaantuu, yritykset hyötyvät sopimushintaisten hotellihuoneiden paremmasta saatavuudesta. Toisaalta koska hotelliyritykset haluavat säilyttää huoneiden hintatason, liikematkailijat voivat saada ilmaiseksi aiemmin maksullisia lisäpalveluja, kuten internetyhteyden, pysäköinnin ja ruoka- ja juomatarjoilun.”

”HRG Nordicin pohjoismaiset tilastot ovat yhteneväiset HRG:n kansainvälisen tutkimuksen kanssa. Hotellimarkkinat hiljentyivät syyskuusta alkaen ja käyttöasteet sekä huoneiden keskihinnat laskivat eri puolella Eurooppaa ainoastaan joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta.” jatkaa Palmula.

”Lokakuussa huonetuotot laskivat Kööpenhaminassa 14 prosenttia sekä Osllossa ja Tukholmassa kuusi prosenttia. Helsinki ja Berliini olivat poikkeuksia: Helsingissä huonetuotot nousivat kaksi ja Berliinissä 11 prosenttia. Suurimmat huonetuottojen pudotukset olivat Prahassa (25 %) ja Roomassa (20%).”

Yritykset pyrkivät käyttämään entistä edullisempia hotelleja, viiden tähden hotellien sijaan neljän tähden hotelleja ja neljän tähden hotellien sijaan kolmen tähden hotelleja.

Vuodesta 2009 on tulossa hotelleille hyvin haastava, sillä samanaikaisesti kysynnän laskun myötä valmistuu monia uusia hotelleja. Muun muassa Kööpenhaminassa ja Tukholmassa on aukeamassa useampi uusi hotelli vuoden 2009 kuluessa.

HRG:n tutkimus perustuu markkinatietoihin, tilastoihin varatuista hotellihuoneista ja englantilaisten asiakkaiden huoneista maksamista hinnoista. Lisäksi on analysoitu HRG Nordicin pohjoismaisten asiakkaiden hotelliostoja vastaavalta ajanjaksolta.

#### **Lisätietoja:**

Timo Palmula  
Commercial Director  
HRG Nordic  
puh. 09-68585204  
gsm 0400-703000  
fax 09-6858 5380  
e-mail: timo.palmula@hrgworldwide.com

**HRG Nordic** on liikematkoihin sekä tapahtumien ja kokousten järjestämiseen erikoistunut yritys, joka toimii Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Se on Hogg Robinson Groupin tytäryhtiö.

**Hogg Robinson Group (HRG)** on palkittu kansainvälisten liikematkapalveluiden tarjoaja. Vuonna 1845 perustetulla HRG:llä on yli 60 vuoden kokemus liikematkustuksesta. Liikepalvelutarjontaan kuuluu yhtiön omistamia liikematkatoimintoja tai liikematkatoimintojen enemmistöosakkuuksia 25 tärkeimmällä kasvumarkkinalla Aasian ja Tyynenmeren alueella, Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa. Sopimuskumppaneiden tukema HRG:n maailmanlaajuinen verkosto kattaa yli 100 maata. HRG on sitoutunut tuottamaan lisäarvoa asiakkailleen. HRG tarjoaa laajan valikoiman liikematkapalveluita, kuten yritysmatkojen hallinnointia, konsultointia ja kulujenhallintaa sekä tapahtumien ja kokouksien järjestämistä.