MARKEDSANALYSE

HOTEL

GILLELEJE

Jour.	**> 528**
Date	**> 14.04.2015**
Ref.	**> JA/SSL**

ANALYSE AF HOTELMARKEDET GILLELEJE

REKVIRENT

Virksomhed	>	Gribskov Kommune
Kontakt Person	>	Vækstudvalget
Adresse	>	Rådhusvej 3, 3200 Helsinge
E-mail	>	tms@gribskov.dk

INDHOLDSOVERBLIK

EXECUTIVE SUMMARY **4**

OPGAVEBESKRIVELSE **4**

RÅDGIVER **4**

REKVIRENT **5**

KILDER, FORBEHOLD & AFGRÆNSNINGER **5**

MARKEDSBESKRIVELSE **5**
- ADGANGSFORHOLD 6

TURISME I GILLELEJE **6**
- TURISMEPROFIL 6
- ATTRAKTIONER & BEGIVENHEDER 7
- SPISESTEDER 8
- TURISMEPOLITIK & UDVIKLINGSPLANER 8
- DELKONKLUSION 11

EFTERSPØRGSELSANALYSE **11**
- UDENLANDSKE OVERNATNINGER 12
- SEGMENTER & REJSEFORMÅL 13
- BELÆGNING & SÆSON 14

UDBUDSANALYSE **17**
- BADE- & SLOTSHOTELLER 18
- KONFERENCEHOTELLER 21
- DELKONKLUSION 24

ANDRE RELEVANTE TURISMEOMRÅDER **25**
- KYST- & BADETURISME 25
- SPA TURISME 27
- KURSUS- & KONFERENCEMARKEDET 29

BELIGGENHEDSANALYSE: 3 GRUNDE **31**

KONCEPTUELLE ANBEFALINGER **34**

OVERORDNET DRIFTSBUDGET **35**

DET VIDERE FORLØB - ANBEFALINGER **37**

KONKLUSION **38**

ERKLÆRING & COPYRIGHT **39**

BILAG 1: ORDFORKLARINGSLISTE **40**

EXECUTIVE SUMMARY

Under forudsætning af, at den foretrukne beliggenhed kan bebygges og ønskes udviklet under de i nærværende rapport beskrevne forudsætninger, og der kan findes interesserede investorer til projektet, er det vores vurdering, at der vil være et marked for et nyt hotel i Gilleleje med de i rapporten beskrevne faciliteter.

I nærværende rapport arbejdes med 3 forskellige scenarier, hvoraf det mest rentable fremviser følgende nøgletal:

Nøgletal for det mest rentable scenarie		
TDKK		
Omsætning	**44**	**mio.dkk**
Antal værelser	**100**	**stk.**
Antal medarbejdere	**40-45**	**omregnet til fuldtidsmedarbejdere**
Antal gæster p.a.	**30-40.000**	**personer**

Forudsætninger og rammer er beskrevet i analysen

OPGAVEBESKRIVELSE

Nærværende rapport har til formål at afdække investorpotentialet for et hotel i Gilleleje, og vurdere tre mulige hotel placeringer.
Rapporten kan bruges som rettesnor til vurdering af potentialet for et nyt hotel i Gilleleje ud fra de beskrevne rammer og faciliteter, som er fastlagt bl.a. i forhold til grundstørrelse og beliggenhed af de pågældende tre grundarealer. Eventuelle andre placeringer, størrelser, koncepter m.v. er således ikke efterprøvet og beskrevet i nærværende rapport.

RÅDGIVER

Nordic Hotel Consulting Vest
Fredens Torv 1b
DK-8000 Århus C
Web: www.nordichotelconsulting.com

John Ankjær
Seniorkonsulent
Tel: 51 15 56 10
Email:ja@nordichotelconsulting.com

Sarah Sonne Larsen
Hotelkonsulent
Tel: 50 59 90 35
Email: ssl@nordichotelconsulting.com

REKVIRENT

Gribskov Kommune
Vækstudvalget
Rådhusvej 3, 3200 Helsinge
tms@gribskov.dk

KILDER, FORBEHOLD & AFGRÆNSNINGER

De primære kilder anvendt i udarbejdelsen af denne rapport inkluderer, men er ikke begrænset til:

- Danmarks Statistik
- VisitNordsjælland
- Gribskov Kommune
- Potentialeplan for Gilleleje (”Den Danske Riviera”)
- Kystturismen i Danmark 2012 (Udarbejdet af Center for Regional- & Turismeforskning for Videncenter for Kystturisme)
- Kulturhavn Gilleleje
- New Nordic Coast Gilleleje, præsentation
- Fakta om Mødemarkedet i Danmark, af Dansk Erhverv, Wonderful Copenhagen, VisitDenmark & MPI
- Udvikling af Stedbundne Turismekoncepter i Danske Kystbyer, 2013, Epinion
- Analyse af Økonomien på de Danske Badehoteller, af Horesta for Videncenter for Kystturisme
- Fakta om Dansk Kystturisme, af Dansk Erhverv, VisitDenmark, Videncenter for kystturisme
- ”Normtal & Analyse”, Horestas normtalsanalyse for 2013/2014
- Analysen om spahoteller på det svenske marked ”*SHR & Svenska Spahotell 2010*”

I efterspørgselsanalysen anvendes blandt andet tal fra Danmarks Statistik, og her skal det bemærkes, at disse ikke indeholder tal fra hoteller med færre end 40 senge. Flere af de danske badehoteller, hvoraf der er mange på den sjællandske nordkyst, har under 40 senge, hvorfor de således ikke indgår i statistikken. Ligeledes er der flere hoteller, som holder lukket i vintermånederne. Disse faktorer gør, at de tal der præsenteres for Landsdel Nordsjælland i Efterspørgselsanalysen, ikke kan betegnes som helt præcise, men nærmere indikative.

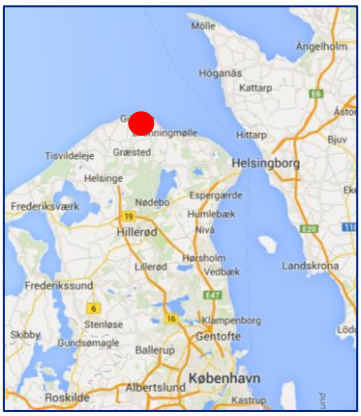
I nogle tilfælde er de nyeste tilgængelige tal fra 2010 eller 2011. Det er især inden for områderne spaturisme, og kystturisme.

MARKEDSBESKRIVELSE

Gilleleje ligger i Gribskov Kommune, og er en havneby tæt ved Sjællands nordligste punkt. Byen blev officielt grundlagt i 1488, og er opstået som et fiskerleje. Man har stadig en aktiv fiskerihavn i dag, men ellers har Gilleleje udviklet sig mere i retning af en attraktiv ferieby. Havnen er opdelt således, at lystbådehavnen har sin egen rolige del i havnen separeret fra den travle fiskerihavn.

I 2014 var der 6.514 faste indbyggere i Gilleleje, men tallet stiger markant i sommerhalvåret, hvor egnens mange sommerhuse tages i brug for sæsonen af de såkaldte landliggere.

Kortene nedenfor illustrerer Gilleleje beliggenhed i Danmark og i Nordsjælland.



Adgangsforhold

Fra Gilleleje Havn er der 81 km, svarende til én times kørsel, til Kastrup Lufthavn syd for København. Generelt er der et godt vejnet i og omkring Gilleleje, hvilket gør byen nem at komme til og fra i bil. Den nærmeste motorvej er E47, og der er knap 25 km til den nærmeste tilkørsel.

Gilleleje har en togstation, hvor til to lokalbaner kører: Hornbækbanen (Helsingør-Hornbæk-Gilleleje) og Gribskovbanen, der kører mellem Hillerød og Gilleleje.

24 km væk driver Scandlines færgeruter mellem Helsingør på den danske side og Helsingborg i Sverige. Færgen afgår flere gange pr time og skaber dermed en nem forbindelse mellem Nordsjælland og Sydsverige.

TURISME I GILLELEJE

I det følgende belyses Gilleleje som turistdestination, hvor der bliver set på turismeprofil, kendskabsgrad, seværdigheder og begivenheder, samt turismerelaterede udviklingsplaner og –ideer.

Turismeprofil

Gilleleje er en kendt destination i Skandinavien, og den syvende mest kendte badeby blandt danskerne. I Sverige er kendskabsgraden højere, da det er den sjette mest kendte badeby i Danmark, og i Norge kommer Gilleleje ind på en ottende plads over de mest kendte danske badebyer. Dette høje kendskab er en styrke og et vigtigt fundament i forhold til at tiltrække turister. Når det kommer til kendskabsgraden af badebyer på Sjælland, ligger Gilleleje i toppen, da langt de fleste af badebyerne med en højere kendskabsgrad er badebyer langs den Jyske vestkyst.

Gilleleje har en lang tradition som feriedestination, hvilket også er med til at forklare den høje kendskabsgrad. Gillelejes turisme kan spores tilbage til begyndelsen af det 19 århundrede, da fyrmesteren Faber anlagde et haveanlæg med lystpavilloner på Nakkehoved. Derefter blev Gilleleje hurtigt et populært udflugtsmål for Kongefamilien, Københavns bedre borgerskab, samt kultureliten. Blandt de danske kunstnere, frekventerede især følgende personer Gilleleje i turisme-øjemed: den kendte danske guldaldermaler Lundbye, digteren Frederik Paludan-Møller, balletmesteren fra den kongelige danske ballet, August Bournonville. Gillelejes mest kendte

turist, må dog være Søren Kierkegaard. Han yndede at besøge Gilleleje for at nyde roen og naturen. Der er rejst en sten på Gilbjergstien til minde om Danmarks verdensberømte filosof.

Gilleleje er endvidere kendt uden for Danmark på grund af de mange danske jøder, som i 1943 blev reddet til Sverige på flugt. De gemte sig i fiskernes både, som smuglede dem over Øresund til sikkerhed i Sverige.

Gilleleje er opstået omkring havnen, og den er stadig et centrum for byen. Den maritime stemning på Gilleleje Havn er intens, og havnemiljøet er kendetegnet ved farvestrålende kuttere, garn, skibe på bedding, og en duft af røget fisk. Mange af de gamle pakhuse er blevet ombygget til restauranter og butikker, til glæde for lokale og besøgende. En stor del af havnen er i dag lystbådehavn med plads til 220 både.

Attraktioner & Begivenheder

Gilleleje og 'Den Danske Riviera' generelt, tilbyder en række interessante attraktioner, som typisk er centreret omkring temaerne natur, kunst og historie. De primære seværdigheder nævnes i tabellen umiddelbart nedenfor. I tillæg til disse har Gilleleje et rigt udbud af små kunsthåndværksteder og –butikker, hvilket er attraktivt for turister. Ligeledes byder området på smukke strande, høje kystlinjer og enestående naturoplevelser. Inden for 2,5 kilometers afstand fra Gilleleje bymidte findes to gode golfbaner.

Attraktioner i Gilleleje
Gilleleje Fyr
Fyrhistorisk Museum
Gilleleje Museum - Skibshallerne & Fiskerhuset
Esrum Kloster
Esrum Møllegård
Søborg Slot (Slotsruin)
Gilleleje Havn
Isefjordsbåden Vilhelm
Munkerup Hus (Kunstmuseum)
Den Gamle Bydel i Gilleje
Snedkeriet, Kulturhavn Gilleleje
Det Gamle Hus i Gilleleje
Søren Kierkegaard Stenen

Kilder: Visit Nordsjælland & Kommunens hjemmeside

I tillæg til de faste seværdigheder, afholdes diverse arrangementer i området. Disse listes nedenfor.

Årlige Begivenheder i Gilleleje

	Nøgleord	Afholdes
Torvedage	Markedsliv, handel	2 gange pr uge, hele sommeren
Kunst i Fileten	Kunstudstilling	Hele sommeren
Jazz på Havnen	Musik, fest, mad	2 dage i august
Græsted Veterantræf & Kræmmermarked	Marked, tivoli, motor, historie	3 dage i maj
Riddermarked på Esrum Kloster	Historie, gøgl, mad, marked	2 dage i juni
Smag på Nordsjælland Festival	Gastronomi, landbrug, terroir	10 dage i juli (spredt på hele Nordsjælland)
Bakkefest i Gilleleje	Fest, marked, gøgl	3 dage i juli
Sildens Dag i Gilleleje	Mad, festligheder	1 dag i august
Gilleleje Festival	Festivalliv, musik	2 dage i august
International Fyrenes Dag	Kultur, historie, natur	2 dage i august
Kulturnat i Gilleleje	Markedsliv, handel	1 dag i august
Middelalder Taffel	Historie, gastronomi	1 dag i september
Gribskov Festival	Festivalliv, Musik	1 dag i maj
Helsinge Byfest	Musik, tivoli	4 dage i juni

Kilde: Visit Nordsjælland

Esrum Kloster fungerer som et lokalt fyrtårn, der udbyder diverse arrangementer i løbet af året, hvilket kan tiltrække mange besøgende. Blandt andet kan nævnes: Klosterkøkken-middagsarrangementer, Høstfestival, adventure camps,

foredrag, vandringer, sommerballet, julemarked, med mere.

Gilleleje er en destination for sig, men indgår også i en større sammenhæng med de andre kystbyer og ”Den Danske Riviera”. Mange af de ferieturister der besøger Gilleleje, vil typisk finde hele området og kysten interessant, og blive tillokket af seværdigheder, naturoplevelser og begivenheder langs hele kysten og kystbyerne. Derfor kan følgende også tilføjes til listerne over turistattraktioner (ligeledes vil der være en længere liste af arrangementer, end medtaget i tabellen oven for):

- Kronborg Slot
- M/S Museet for Søfart
- Louisiana Museum of Modern Art
- Knud Rasmussens Hus
- Rudolph Tegners Museum & Statuepark
- Nivaagaard Samlingen
- Hornbæk Plantage

Spisesteder

Gilleleje by har primært spisesteder i mellemprisklassen, samt nogle pizzarier. Gilleleje Badehotel har en god restaurant, og Restaurant Gilleleje Havn, som et par gange om året afholder gourmet aftener med bl.a. kokke fra udlandet er ligeledes populær. Lokalt (blandt andet i Potentialeplanen for Gilleleje) vurderes det dog, at der mangler flere forskellige bespisningsmuligheder, blandt andet i gourmetkategorien. Med det nuværende udbud er der nogle få gode spisesteder til rådighed for de besøgende i byen. En restaurant med et højt gastronomisk niveau og et spændende koncept, kunne potentielt skabe pr-værdi for Gilleleje og bidrage til at tiltrække turister. Set i lyset af, hvilken fokus der er kommet på gastronomi turisme i de senere år, især i Danmark, er der potentiale i at bevæge sig i den retning.

Turismepolitik & Udviklingsplaner

Gilleleje er en destination, som oplever en nævneværdig udvikling i disse år. Blandt andet er man i gang med Kulturhavnsprojektet, som beskrives i det følgende, ligesom Gilleleje er centrum for projektet ”Den Danske Riviera”, der er et destinationsudviklingsprojekt for en stor del af den Nordsjællandske kyst. ”New Nordic Coast” projektet er også undervejs, og har til formål at udvikle Gilleleje som destination samtidig med, at man sikrer kysten mod fremtidige storme.

Gribskov Kommune har forskellige ideer og planer for nye turismerammer og –oplevelser i Gilleleje. Blandt ideerne er en mole efter sydengelsk forbillede (*pier*) men i en tidssvarende udgave. Molen tænkes i sammenhæng med en attraktion for enden af molen eksempelvis i form af et havbad eller lignende. En anden ide er en trekants-sejlrute for turister mellem Gilleleje-Hornbæk-Kullen. Gilleleje Museum er også pt under udvidelse.

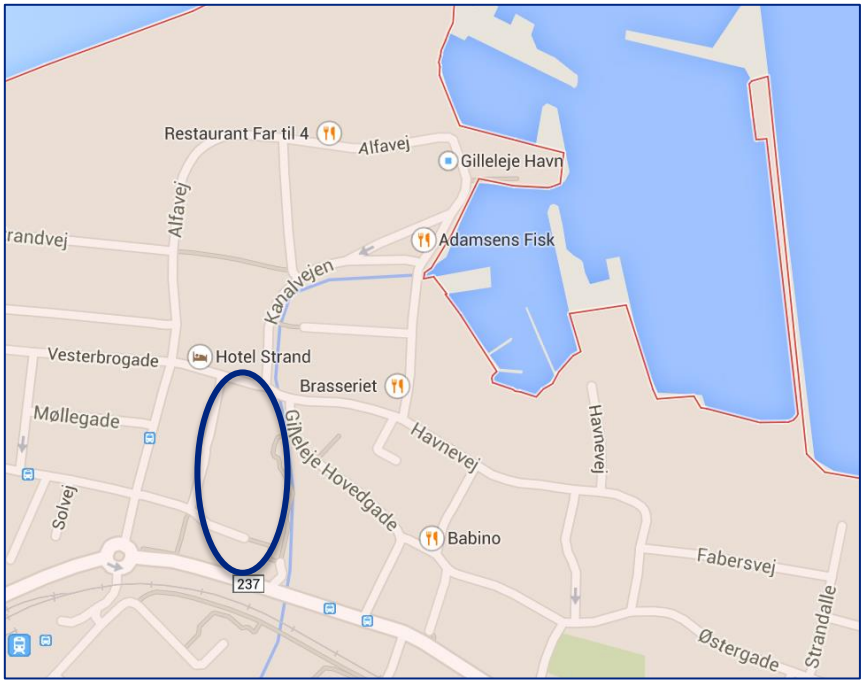
Kulturhavnen

”Kulturhavn Gilleleje” opføres i et forløb, som er opdelt i 3 etaper. Projektet forventes at stå helt færdigt i 2016. Etape 1 indebærer ejerboliger, sundhedshus, og dagligvarer. Etape 2 har fokus på det mere leisure-orienterede, herunder biograf, musik scene, bibliotek, café og museum. Etape 3 omhandler ejerboliger og torvemarked.

Intentionen med udviklingen af Kulturhavn Gilleleje er at revitalisere og samle bykernen, der tidligere har været delt lidt op i to på grund af Fjernvarmegrunden, som har ligget øde hen uden butikker m.v. Ligeledes er det tanken at knytte byens handelsliv tættere sammen med de kunst- og kulturtilbud, man finder i Gilleleje og omegn.

Flere af ovenstående projekter er i skrivende stund blevet færdiggjort og er åbnet, hvilket har givet Gillelejes kultur- og erhvervsliv en vigtig saltvandsindsprøjtning.

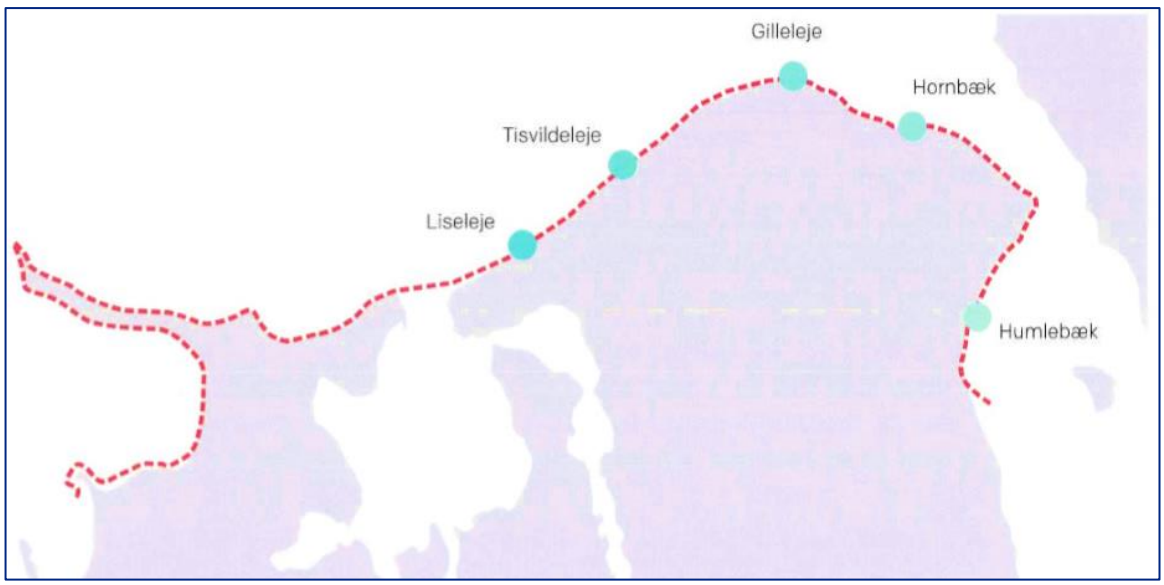
Cirklen nedenfor viser hvor i Gilleleje Kulturhavns-udviklingsprojektet er beliggende.



Den Danske Riviera

Projektet ”Den Danske Riviera” har til formål at udvikle og styrke turismen, samt markedsføringen af denne, på den nordsjællandske kyst. Projektet er udviklet i et samarbejde mellem VisitNordsjælland, Humlebæk, Hornbæk, Gilleleje, Tisvildeleje og Liseleje, samt flere end 100 lokale erhvervsdrivende og ildsjæle.

”Den Danske Riviera” ses nedenfor og inkluderer den markerede kyststrækning samt de fem kystferiebyer: Liseleje, Tisvildeleje, Gilleleje, Hornbæk og Humlebæk, hvor Gilleleje er blevet valgt som portal for ”Den Danske Riviera”.



Rivieraen løber gennem smuk natur, med høje kyststrækninger og børnevenlige strande. De fem byer har hver deres individuelle karakter og kvaliteter, som skal udvikles yderligere. Dette gøres i fællesskab, for at skabe en attraktiv kystferiedestination, med internationalt format og rækkevide.

Visionen for Gilleleje, som portal for Den Danske Riviera:

"Gilleleje skal udfolde sit potentiale som havneby og det kulturelle, fysiske og oplevelsesmæssige knudepunkt på Den Danske Riviera. Gilleleje skal være udflugtsmål hele året og i alt slags vejr for københavnere og internationale turister, på jagt efter autentisk havneliv, folkelige begivenheder, kultur, shopping og afslappende ferieliv. Gilleleje skal tilbyde alt det gode fra Den Danske Riviera, og blive samlings- og udgangspunkt for oplevelser langs hele kysten. Således skal Gilleleje være løftestang for turismen langs Den Danske Riviera."

Gilleleje vil have særligt fokus på disse tre målgrupper, som man vurderer, at byen har et stort potentiale for at tiltrække:

- *Kulturturister*, som typisk er købestærke og nyder det gode liv, og som efterspørger museer, historiske attraktioner, gastronomiske oplevelser og wellness o.l. Bor gerne på hotel, og har et højt døgnforbrug.
- *Hyggeturister*, der værdsætter stemningsfulde rammer, hyggeligt samvær, og folkelige begivenheder. De har typisk et lavt/middel forbrug og indlogerer sig på campingpladser, i sommerhuse eller på kroer/B&Bs.
- *Familieturister*, der overnatter på campingpladser eller i sommerhus. Normalvis har de et lavt forbrug. På ferien efterspørger de natur og sjove oplevelser, som man kan deles om i familien.

Hovedprincipperne for udvikling i Gilleleje er som følger:

- Gør Gilleleje til portal for Den Danske Riviera i henhold til information, infrastruktur og oplevelser
- Tænk mangfoldighed og folkelighed
- Styrk turismens oplevelsesmuligheder på havnen
- Styrk Gilleleje som turistby hele året rundt

New Nordic Coast - Gilleleje

Projektet New Nordic Coast Gilleleje har til hensigt at fastholde og videreudvikle Gillelejes særlige DNA og stedbundne potentialer. Omdrejningspunktet er kysten, hvor nyskabende løsninger skal sikre kysten for fremtiden, samtidig med at udvikle nye attraktioner. Man påtænker en udvikling omkring Gilleleje Havn med fokus på rekreative moler, smukke sandstrande, med mere.

Visionen for projektet er at:
- styrke Gilleleje som hovedportal for Den Danske Riviera
- binde byen og havet bedre sammen for at optimere Gilleleje som attraktion
- skabe nye overnatningsmuligheder og attraktioner af en høj kvalitet
- sammentænke kystudvikling og kystsikring

For at sikre udviklingen af kystområderne har Gribskov Kommune igangsat et Kyst- & Turismeprogram samt afsat midler til kystudvikling. På kystsikringsfronten har man indgået samarbejde med Helsingør og Halsnæs Kommuner om 'Nordkystens Fremtid', hvilket er et fælles kystsikringsprojekt. Den rekreative kystudvikling søges kombineret med kystsikring, så man skaber et positivt og sammenhængende fundament for fremtiden.

Nedenstående illustration fra arkitektfirmaet White viser, hvordan Gilleleje kan se ud i fremtiden med moler og sandstrande samt klitmiljøer langs vandet.

Delkonklusion

Der er et bredt udbud af seværdigheder og arrangementer i Gilleleje og på nordkysten generelt. Endvidere sker der i disse år en omfattende udvikling af destinationen med blandt andet kystsikring, reakreativ udvikling af kystområderne, story telling, nye attraktioner og oplevelser med mere.

Der er rigeligt at opleve i og omkring Gilleleje, hvilket tiltrækker mange gæster i ferieperioderne, men det er ikke nok til at skabe en helårsforretning for et nyt hotel. Det er dog helt almindeligt for kystdestinationer, og betyder ikke nødvendigvis en negativ business case. Det er dog en forudsætning at hoteller i sådanne markeder, får integreret nogle faciliteter og oplevelser, som kan bidrage til at skabe helårsforretning og gøre hotellet til en 'destination i sig selv'. Dette stiller store krav til et hotels kvalitet af faciliteter, produkt og service.

EFTERSPØRGSELSANALYSE

I det følgende præsenteres turismen og hotelefterspørgslen i landsdel Nordsjælland. Hvor data ikke er til rådighed for landsdelen, anvendes Region Hovedstaden, samt Region Sjælland, da førstnævnte dækker Gilleleje geografisk, men giver et usikkert billede af nordkysten, da den også indeholder tal for København. Forventeligt ligger den nordsjællandske kyst et sted mellem de to regioner, når det kommer til efterspørgsel. Kapitlet igennem sammenlignes med Danmark generelt. Vi har valgt at anvende tallene fra perioden 2009 til 2014, hvilket viser historik, og illustrerer udviklingen de senere år.

Tabellen nedenfor viser udviklingen i antal overnatninger for Landsdel Nordsjælland, som har opnået en flot fremgang med en gennemsnitlig årlig vækstrate på 6,45 procent, hvilket er højere end vækstraten for Danmark generelt, der er på 4,20%. I 2014, var der 644.971 overnatninger på hoteller og feriecentre i Landsdel Nordsjælland.

Antal Overnatninger 2009 - 2014 i Landsdel Nordsjælland & i DK, Hoteller & Feriecentre

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gsn 09-14	Gsn. årlig vækst
Danmark	13.601.086	14.626.919	15.820.430	16.244.777	16.581.968	17.412.013	15.714.532	4,20%
Landsdel Nordsjælland	443.150	511.168	550.682	571.080	594.193	644.971	552.541	6,45%

Kilde: Danmarks Statistik

Overnatningerne i Landsdel Nordsjælland er kendetegnet ved en stor del danske overnatninger (80 procent) i forhold til udenlandske (20 procent). Fremgangen i overnatninger genereres temmelig ligeligt af danske og udenlandske gæster.

Danske & Udenlandske Overnatninger 2009 - 2014 i Landsdel Nordsjælland, Hoteller & Feriecentre									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gsn 09-14	Gsn. årlig vækst	Pct. fordel. på gsn.
Landsdel Nordsjælland	443.150	511.168	550.682	571.080	594.193	644.971	552.541	6,45%	
Danske overnatninger	355.963	418.977	430.706	447.512	480.195	516.533	441.648	6,40%	80%
Udenlandske overnatninger	87.187	92.191	119.976	123.568	113.998	128.438	110.893	6,67%	20%

Kilde: Danmarks Statistik

I Gribskov Kommune registrerede man i 2013, 475.000 overnatninger, og turismeomsætningen blev beregnet til cirka 1,5 mia.

Udenlandske Overnatninger

I perioden 2009 til 2014, har der været flest overnattende gæster fra Sverige, Norge, Storbritannien og Holland i Landsdel Nordsjælland. Især svenskerne besøgte talstærkt Nordsjælland, og der var over dobbelt så mange overnatninger genereret af svenskere som af nordmænd, der kom ind på en 2. plads. En stigning i antal overnatninger på mere end 50 procent fandt sted (fra 2009 til 2014) blandt følgende nationaliteter: schweizere, italienere, englændere, svenskere og franskmænd. Det skal dog ses i lyset af en generel vækst i udenlandske overnatninger, som i perioden var 47 procent. Det viser dog at de nævnte nationaliteter bidrog signifikant til denne udvikling.

Top 8 Mest Besøgende Nationaliteter, Landsdel Nordsjælland, Hoteller & Feriecentre, 2009-2014									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Sum 09-14	Gsn 09-14	Udvikl. i % 09-14
Sverige	21.961	22.662	31.804	37.507	33.282	34.630	181.846	30.308	58%
Norge	10.182	12.275	14.426	15.910	13.338	14.848	80.979	13.497	46%
Storbritannien	6.791	6.573	10.239	10.463	10.780	11.733	56.579	9.430	73%
Nederlandene	6.174	6.901	7.803	6.105	4.929	6.177	38.089	6.348	0%
USA	4.116	4.690	7.201	3.732	4.602	4.837	29.178	4.863	18%
Schweiz	2.144	2.231	3.484	3.964	4.230	4.227	20.280	3.380	97%
Italien	1.637	1.577	2.775	2.807	2.042	3.045	13.883	2.314	86%
Frankrig	1.378	2.388	3.164	2.179	2.336	2.083	13.528	2.255	51%

Kilde: Danmarks Statistik

I Gribskov Kommune stod danskere for 71 procent af overnatningerne i 2013, mens de resterende 29 procent var udenlandske gæster.

Epinion udarbejdede i foråret 2013 en evaluering af de danske kystbyers kendskabsgrad og attraktivitet. Den viste, at Gilleleje er en kendt destination blandt danskere og vurderes temmelig attraktiv, selvom det blot er otte procent af de adspurgte der planlægger at besøge Gilleleje inden for de kommende fem år. Blandt nordmænd og især svenskere, er kendskabsgraden også høj. De vurderer endvidere Gilleleje som værende en attraktiv destination. Hele 11 procent af de adspurgte svenskere har intention om, at besøge Gilleleje inden for de nærmeste fem år. I Tyskland er Gilleleje mindre kendt.

Gilleleje - Attraktivitet & Kendskab 2013								
	Danskere	Plads 1-19**	**Nordmænd**	Plads 1-19**	**Svenskere**	Plads 1-19**	**Tyskere**	Plads 1-19**
Kendskab til Gilleleje (pct af adspurgte)	85%	7	18%	9	31%	6	3%	17
Har besøgt Gilleleje de sidste fem år (pct af adspurgte)	13%	8	4%	7	5%	5	1%	16
Vurdering af Gillelejes attraktivitet (0-10 skala)*	7,7	7	7,0	5	7,8	3	6,6	10
Forventer at besøge Gilleleje de næste fem år (pct af adspurgte)	8%	10	4%	6	11%	3	2%	15

Kilde: Epinion rapport: Udvikling af stedbundne turismekoncepter i danske kystbyer, 2013. Baseret på >500 interviews i hvert land.

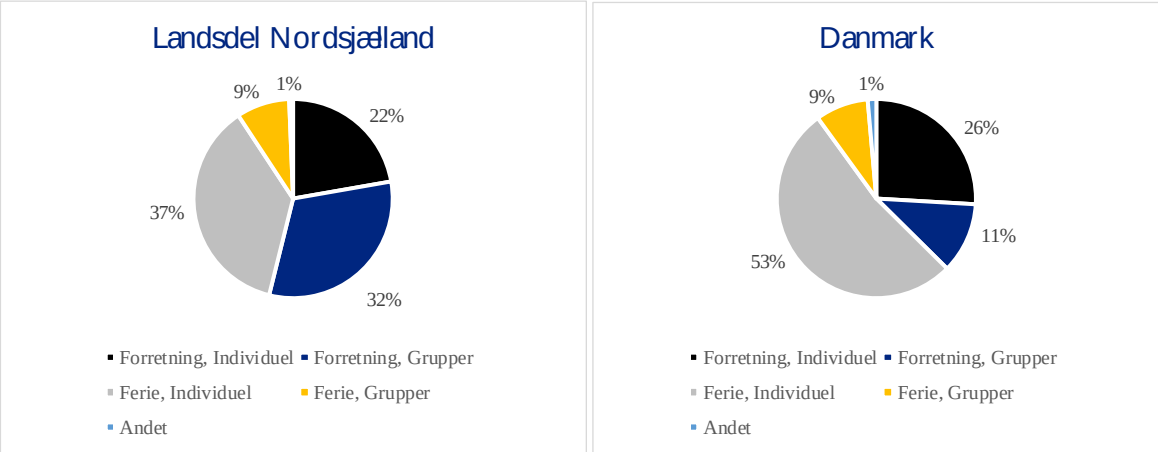
** Skala fra 1-10, hvor 10 er bedst*

*** Plads fra 1-19 ud af de 19 Kystbyer som indgik i analysen. 1 er bedst.*

Segmenter & Rejseformål

I Landsdel Nordsjælland er majoriteten af de overnattende gæster individuelle feriegæster (37 procent). En anden topscorer er, lidt usædvanligt, forretningsgæster i grupper (32 procent), hvilket på landsplan blot udgør 11 procent. Det skyldes sandsynligvis de mange konferencehoteller, og badehoteller med konferencefaciliteter i Nordsjælland, hvilket tiltrækker grupper af forretningsrejsende til møder, konferencer og teambuilding. Andelen af individuelle ferierejsende er også i den høje ende, men dog lavere end i Danmark generelt.

Rejseformål, Hoteller & Feriecentre, Gsn. 2009 - 2014



Kilde: Danmarks Statistik

Obs: Inkluderer kun hoteller med >40 senge

Selvom forretningsgæster i grupper udgør så stor en andel af de overnattende gæster i Landsdel Nordsjælland, er det den kategori, som har haft den laveste procentvise fremgang fra 2009 til 2014, med en gennemsnitlig årlig vækstrate på knap 4 procent. Der har været særlig stor fremgang i både ferierejsende i grupper (11,96 procent) og individuelle ferierejsende (7,78 procent).

Rejseformål - Hoteller & Feriecentre, 2009-2014

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gsn. 09-14	Gsn. årlig vækst
Landsdel Nordsjælland	**443.150**	**511.168**	**550.682**	**571.080**	**594.193**	**644.971**	**552.541**	**6,45%**
Forretning, Individuel	112.247	103.485	114.166	122.873	130.212	154.663	122.941	5,49%
Forretning, Grupper	137.198	176.261	195.701	183.804	182.908	172.733	174.768	3,91%
Ferie, Individuel	154.589	188.048	197.325	219.191	220.203	242.290	203.608	7,78%
Ferie, Grupper	36.336	40.368	39.090	41.195	57.703	71.578	47.712	11,96%
Andet	2.780	3.006	4.400	4.017	3.167	3.707	3.513	4,91%
Danmark	**13.601.086**	**14.626.919**	**15.820.430**	**16.244.777**	**16.581.968**	**17.412.013**	**15.714.532**	**4,20%**
Forretning, Individuel	3.536.800	3.664.327	4.023.090	4.255.172	4.417.688	4.538.382	4.072.577	4,24%
Forretning, Grupper	1.734.959	1.692.878	1.806.390	1.822.132	1.822.981	1.963.227	1.807.095	2,08%
Ferie, Individuel	6.904.723	7.758.594	8.502.314	8.612.234	8.675.203	9.134.607	8.264.613	4,77%
Ferie, Grupper	1.251.847	1.340.244	1.300.849	1.262.278	1.428.336	1.520.802	1.350.726	3,30%
Andet	172.757	170.876	187.787	292.961	237.760	254.995	219.523	6,70%

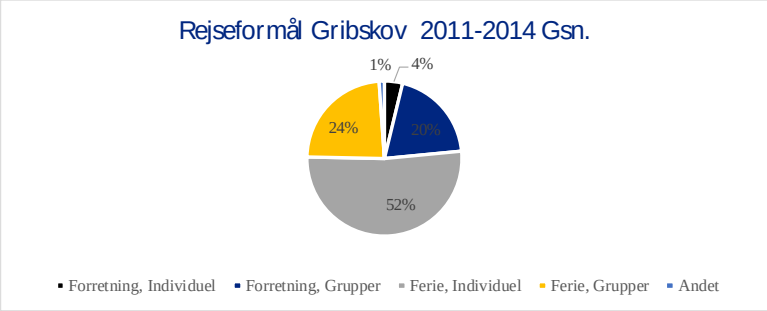
Kilde: Danmarks Statistik

Obs: Inkluderer kun hoteller med >40 senge

Ser man på Gribskov Kommune inklusiv Gilleleje, er det helt tydeligt en feriedestination, hvor 52 procent af de besøgende er individuelle ferierejsende. Der er også forholdsvis mange grupper, både inden for ferie og forretning. Andelen af individuelle forretningsrejsende er meget lille, svarende til blot 4 procent. Der er sket en enorm stigning fra 2011 til 2014 indenfor ferierejsende i grupper,

Overnatninger Gribskov - Rejseformål 2011 - 2014

	2011	2012	2013	2014	Gsn. 11-14	Gsn. årlig udvikl. % 11-14
Gribskov	**91.251**	**92.898**	**99.816**	**102.597**	**96.641**	2,97%
Forretning, Individuel	3.716	2.729	2.481	5.745	3.668	11,51%
Forretning, Grupper	19.011	20.981	21.879	14.202	19.018	-7,03%
Ferie, Individuel	54.014	49.414	47.074	49.943	50.111	-1,94%
Ferie, Grupper	13.147	18.328	27.333	32.318	22.782	25,21%
Andet	1.363	1.446	1.049	389	1.062	-26,91%



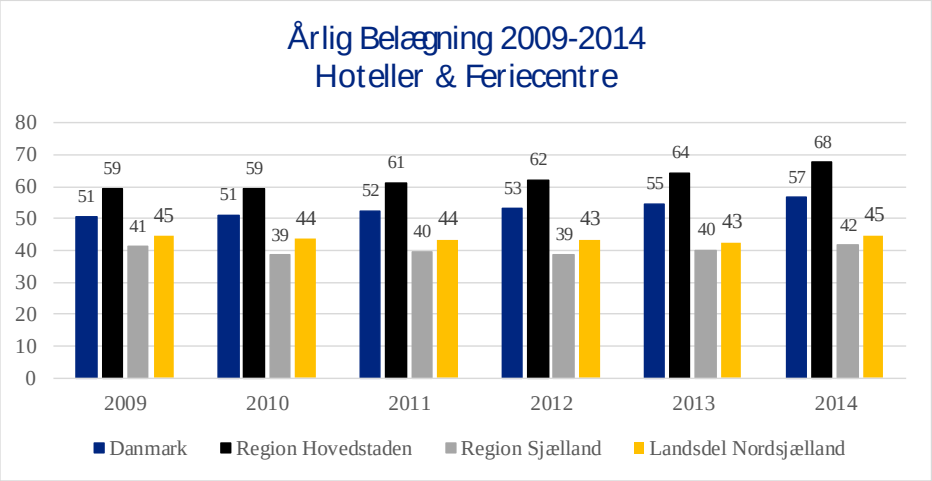
Kilde: VisitNordsjælland

Belægning & Sæson

Diagrammet nedenfor viser den gennemsnitlige årlige belægning, som blev opnået i henholdsvis Danmark, Region Hovedstaden, Region Sjælland, og Landsdel Nordsjælland i perioden fra 2009 til 2014. Det er tydeligt at Hovedstaden ligger bedst. København By havde følgende årlige belægning i perioden: 62,1 i 2009, 64,1 i 2010, 65,7 i 2011, 67,5 i 2012, 69,6 i 2013 og 73,6 i 2014. Dermed kan vi konkludere at København, ikke overraskende, er hovedårsagen til den høje belægning i Region Hovedstaden. Man kan altså konkludere, at belægningen er lavere uden for selve København. Landsdel Nordsjællands belægning er noget lavere end Region Hovedstaden, men dog konsekvent højere end belægningen i Region Sjælland.

Det skal bemærkes at disse tal fra Danmarks Statistik, ikke indeholder hoteller med færre end 40 senge. Flere af de danske kyst- og badehoteller, blandt andet på den sjællandske nordkyst, har under 40 senge, hvorfor de således ikke indgår i statistikken. Ligeledes er der flere hoteller, som holder lukket i vintermånederne. Disse faktorer påvirker belægningsstatistikken for Landsdel Nordsjælland i en negativ retning, og viser dermed ikke det fulde reelle billede.

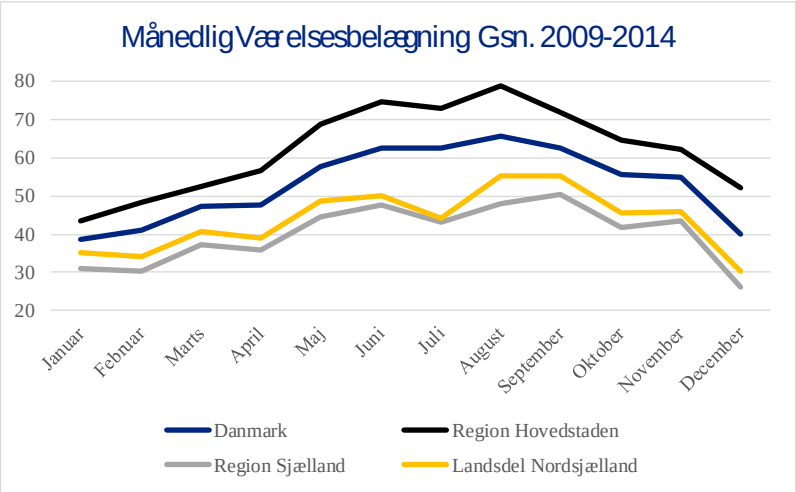
Region Hovedstaden oplevede en vækstrate på 2,39 procent i gennemsnit pr år, mens den for Danmark generelt var 1,87 procent og mere beskedent 0,40 procent for Region Sjælland. Landsdel Nordsjælland har ligget rimelig stabilt uden de store vækstrater.



Kilde: Danmarks Statistik

Obs: Inkluderer kun hoteller med >40 senge

Diagrammet herunder viser, at de nævnte regioner samt landsdele overordnet følger samme sæsonudsving, som hele Danmark. Der er få afvigelser, eksempelvis i juli, hvor Landsdel Nordsjælland oplever et stort dyk i belægningen. Det skyldes forventeligt at Nordsjælland har mange konferencehoteller og –overnatninger, og at de små kysthoteller, som har højsæson i juli, ikke indgår fuldtalligt i statistikken.

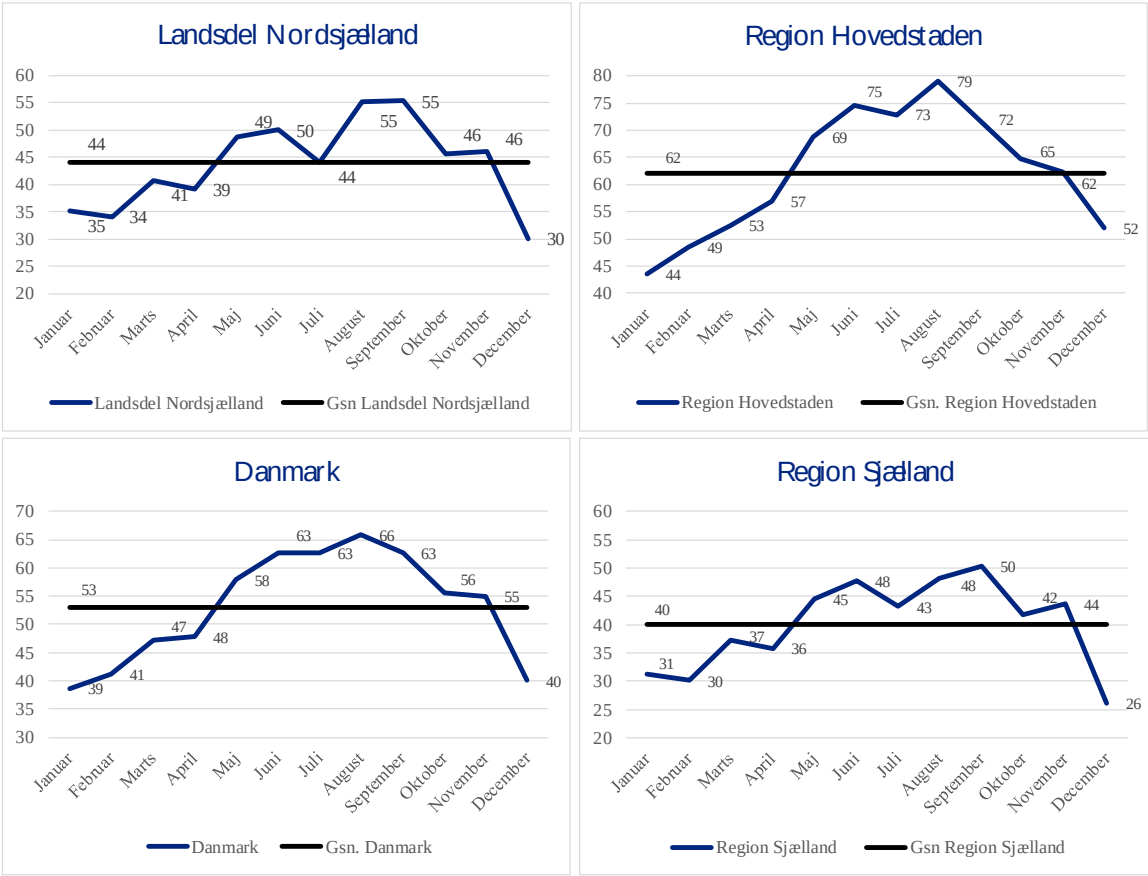


Kilde: Danmarks Statistik

Obs: Inkluderer kun hoteller med >40 senge

Betragter vi sæsonudviklingen yderligere, ses det at højsæsonen for Landsdel Nordsjælland er maj til november, med undtagelse af juli. For de nordsjællandske kystbyer, vil belægningen dog være høj i sommersæsonen og lav om vinteren. Højsæsonen for Region Hovedstaden, Region Sjælland og Danmark er maj til oktober.

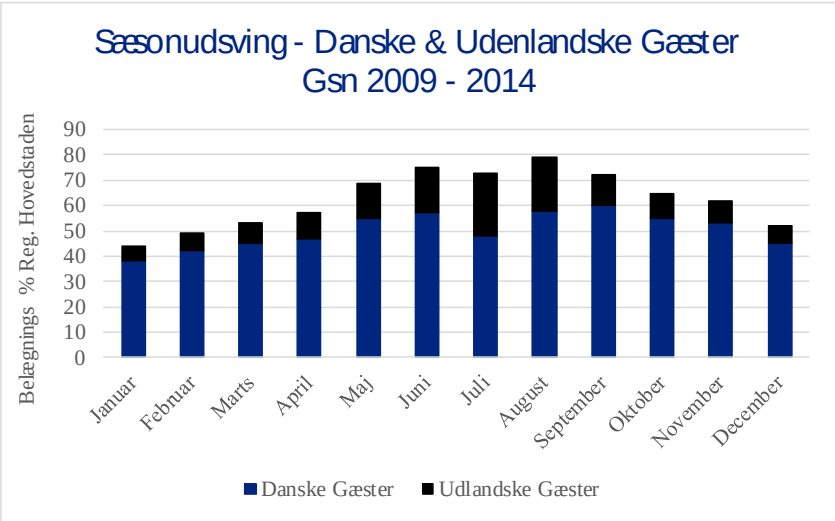
Månedlig Værelsesbelægning, Gsn 2009 - 2014



Kilde: Danmarks Statistik

Obs: Inkluderer kun hoteller med >40 senge

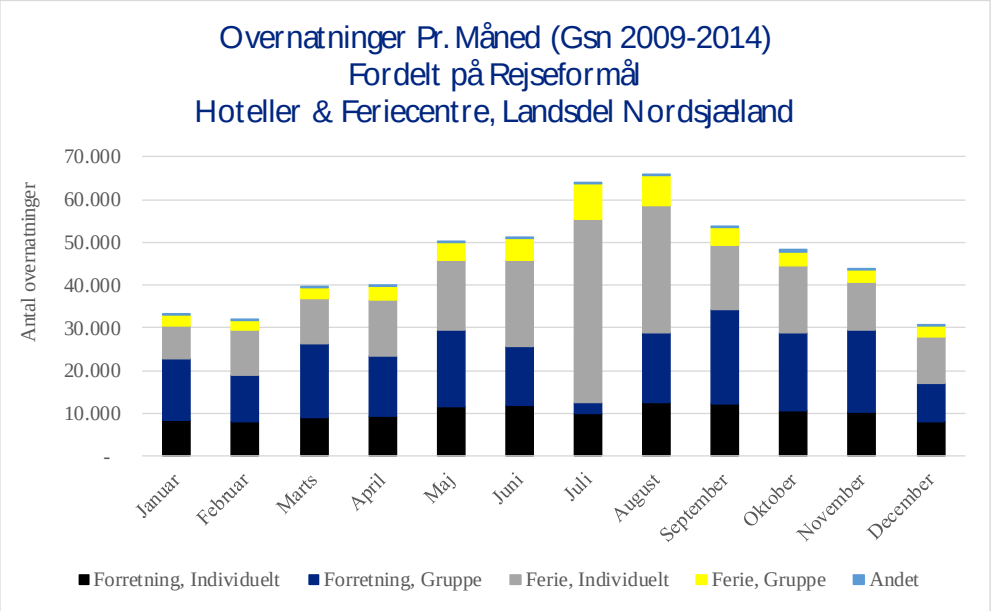
Nedenstående diagram viser fordelingen på danske og udenlandske overnatninger i løbet af et år. Maj til oktober er kendetegnet ved en større repræsentation af udenlandske overnatninger end det er tilfældet i de resterende måneder.



Kilde: Danmarks Statistik

Endvidere er det relevant at betragte, hvordan de forskellige segmenters efterspørgsel udvikler sig i løbet af året. Individuelle feriegæster er meget dominerende i juli, ligesom man også oplever mange individuelle feriegæster i

juni og august. Ferierejsende i grupper er også flest i sommermånederne. Individuelle forretningsgæster er nogenlunde statisk i løbet af året, ligesom dem med andre rejseformål generelt fylder lidt i billedet hele året. Forretningsrejsende i grupper, hvilket er et vigtigt segment i denne landsdel, repræsenterer en meget lille andel i juli, hvilket ikke er overraskende, da møder, konferencer, og teambuilding events generelt er nedtonet i industriferien. Dog fylder de godt op uden for sommersæsonen, hvilket gør dem til et yderst vigtigt segment for området, da de bidrager kraftigt til at holde belægningen oppe uden for feriesæsonen, hvor de er vanskeligere at tiltrække ferierejsende. Der er dermed et meget fornuftigt business mix i Landsdel Nordsjælland, hvilket er en styrke for området.



Kilde: Danmarks Statistik

Obs: Inkluderer kun hoteller med >40 senge

UDBUDSANALYSE

Hotelkapaciteten er steget i de seneste år i Landsdel Nordsjælland, som tabellen neden for viser. Der er sket en årlig gennemsnitlig vækst i antallet af hoteller og feriecentre på 4,1 procent fra 2009 til 2014, mod 1,9 procent for landet generelt. I rene tal, er der sket en fremgang på otte nye etablissementer. I samme periode, er værelsesantallet i landsdelen øget med 4,9 procent i snit pr år, fra 1.843 samlet set i 2009 (gennemsnit for året, for at tage forbehold for måneder uden for sæson, hvor der kan være lukket) til 2.459 værelser i 2014. Den højere vækst i værelsesantal sammenlignet med antallet af hoteller og feriecentre, indikerer at den gennemsnitlige kapacitet pr hotel/feriecenter er steget fra 2009 til sidste år, og det ses også af tredje linje.

Hoteller & Feriecentre i Landsdel Nordsjælland 2009 - 2014

	2009	2010	2011	2013	2014	Gsn. årlig udvikl. 09-14
Hoteller & Feriecentre	29	31	37	38	37	4,1%
Antal Værelser	1.843	2.167	2.370	2.451	2.459	4,9%
Gsn. Antal Værelser Pr. Hotel (Beregnet)	64	69	64	65	66	

Kilde: Danmarks Statistik

Kun hoteller med minimum 40 senge deltager i statistikken

Jævnfør Gilleleje Potentialeplan, forefindes der ud over hotelkapaciteten; et sommerhusudlejningsbureau, 13 Bed & Breakfasts samt Gilleleje Camping. I Potentialeplanen står nævnt, at man savner et hotel, der kan matche

nutidens efterspørgsel. Analyse eller argumentation for denne konklusion er ikke angivet, og det betragtes derfor som en observation der er gjort i forbindelse med en kortlægning af turismen til potentialeplanen, og en sådan observation vil naturligvis blive taget i betragtning.

Bade- & Slotshoteller

I det følgende gennemgås Gilleleje eksisterende hoteludbud, samt hoteller inden for en 15 km radius, hvilket er inden for cirklen på kortet herunder. Det inkluderer hermed: Gilleleje Badehotel, Hotel Strand, Sauntehus Slotshotel, Havreholm Slot. I umiddelbart nærhed, er også Helenekilde Badehotel og Tisvilde Strandhotel, som begge ejes af tidligere balletdanser Alexander Kølpin. Disse medtages også i nærværende afdækning af hoteludbuddet, grundet deres profil, sammenlignelige beliggenhed og korte afstand (18 km) til Gilleleje.

Først præsenteres det nuværende hoteludbud ganske overordnet, her nedenfor. Der er også indsat en tabel, som viser, hvordan hotellerne er blevet vurderet af tidligere gæster, hvilket indikerer deres niveau i markedet og value for money. Senere i kapitlet gennemgås hotellerne med individuelle beskrivelser. Der tegner sig et billede af, at det eksisterende hoteludbud i og omkring Gilleleje, er domineret af kystnære, mindre hoteller i upscale kategorien. De tilbyder faciliteter såsom gourmetrestaurant, konference og i nogen udstrækning wellness, for at tiltrække gæster i og uden for sæsonen. Ydermere tilbyder mange af hotellerne typisk faciliteter til afholdelse af selskaber. Havgården Badehotel og Kildegaard Badepensionat kan mere betegnes som udvidede B&Bs, med en højere værelseskapacitet, og selskabs- samt mødeforretning.

Udbud af Bade & Slotshoteller

	Kapacitet	Beliggenhed	Kategori*	Restaurant	Wellness	Møde/Konference	Afstand til strand
Gilleleje Badehotel	24	Gilleleje	Upscale	Ja	Ja	Ja	200 m
Hotel Strand	24	Gilleleje	Budget	Nej	Nej	Nej	100 m
Sauntehus Slotshotel	33	Hornbæk	Upscale	Ja	Pool	Ja	3 km
Havreholm Slot	26	Hornbæk	Upscale	Ja	Ja, eksternt	Ja	4 km
Helenekilde Badehotel	28	Tisvildeleje	Upscale	Ja	Yoga	Ja	50 m
Tisvildeleje Strandhotel	24	Tisvildeleje	Upscale	Ja	Yoga+massage	Ja	200 m

Kilder: Hotellernes respektive hjemmesider, www.hotel.dk, www.booking.com

** Vurderet af NHC med udgangspunkt i den tilgængelige information*

Gilleleje Badehotel opnår de bedste gæstevurderinger online, selvom vi her må tage højde for, at der ikke kan sammenlignes med Helenekilde Badehotel og Tisvildeleje Strandhotel. Sauntehus Slotshotel og Havreholm Slot ligger lige efter Gilleleje Badehotel og opnår ligeså flotte karakterer. Derimod er gæsternes vurdering af Hotel

Strand noget lavere, og her kritiseres især komfort, renlighed, inventarets stand og value for money.

Online Gæstevurderinger - Bade & Slotshoteller				
	Hotel.dk	**Booking.com**	**Tripadvisor.dk**	**Vægtet Gsn**
Gilleleje Badehotel	8,9/10	7,4/10	3,5/5	**4,0/5**
Hotel Strand	6,5/10	6,5/10	3/5	**3,2/5**
Sauntehus Slotshotel	8,4/10	7,6/10	3,5/5	**3,9/5**
Havreholm Slot	FFA	7,8/10	3,5/5	**3,8/5**
Helenekilde Badehotel	IT	IT	4/5	-
Tisvildeleje Strandhotel	IT	IT	FFA	-
Gennemsnit	7,9	7,3	3,3	

Kilder: De nævnte hjemmesider
Obs: Minimum 10 anmeldelser før 'karakteren' er taget med i tabellen. Hvis <10, benævnes det med FFA = For få anmeldelser. Det gennemsnitlige antal anmeldelser var 104 for de 22 anmeldelser som er medtaget, for både Bade & -Slotshoteller, samt Konferencehoteller
IT = Ikke tilgængelig på den gældende side

Tabellen herunder giver et indblik i prisniveauet for overnatninger på bade- og slotshotellerne. Et vigtigt nøgletal for hoteller er ADR (Average Daily Rate), men da vi ikke har adgang til nedenstående hotellers ADR, har vi indhentet en APR (Average Published Rate) fra booking.com samt hotellernes egne hjemmesider. Bade- og slotshotellerne har typisk faste priser, som ikke varierer efter sæson og efterspørgsel, hvilket kan undre, når der er tale om en så sæsonpræget forretning. Den gennemsnitlige udbudte værelsespris for de seks hoteller er 1.290 dkk. ADR er typisk noget lavere end APR. Det skal bemærkes at APR i tabellen herunder er inklusiv moms og morgenmad, medens ADR (Average Daily Rate) som hovedregel angives eksklusiv moms og morgenmad.

Prisniveau (Overnatning) - Slots & Badehoteller				
	Højsæson*	**Lavsæson****	**Gsn.**	**Faste/Flydende Priser**
Gilleleje Badehotel	1.490	1.490	1.490	Pt uklart
Hotel Strand	990	990	990	Faste
Sauntehus Slotshotel	1.050	975	1.013	Flydende
Havreholm Slot	1.300	1.300	1.300	Faste
Helenekilde Badehotel	1.595	1.595	1.595	Faste
Tisvildeleje Strandhotel	1.350	1.350	1.350	Faste
Gennemsnit				

** Overnatning, dobbelt/twin værelse, lørdag til søndag i juli (d. 11-12)*
*** Overnatning, dobbelt/twin værelse, tirsdag til onsdag i december (d. 1-2)*
OBS: Alle priser er hentet d 10 april 2014. Kriterier: 1 voksen, inkl. morgenmad, fri afbestilling
OBS: De billigst priser som er angivet, er brugt.
OBS: Helenekilde og Tisvildeleje Strandhotel er ikke på booking.com, og priserne er derfor hentet på egne hjemmesider. Kristerierne er de samme.

Gilleleje Badehotel

På stedet for Gilleleje Badehotel, åbnede et pensionat i 1896, som blev centrum for kultureliten, der kunne finde på at slå sig ned i uger eller måneder af gangen over sommeren. Gilleleje Badehotel, som vi kender det i dag, med det hvide hovedhus og de blå balkoner, blev opført i 1908 og er dermed et af Sjællands ældste hoteller. Atmosfæren fra begyndelsen af 1900-tallet er bevaret takket være nænsom vedligeholdelse og renovering gennem tiden. Hotellet er lyst indrettet med svenskinspirerede møbler, og de gennemgående farver er almueblå samt hvid. Generelt er det nostalgi, historie, badeliv og romantik der kendetegner stedet.

Gilleleje Badehotel har en naturskøn beliggenhed på toppen af en 30 meter høj klint ved Gilbjerghoved. Herfra er der en unik udsigt over havet, samt til Kullen og Mölle i Sverige. Neden for hotellet er en bred sandstrand.

Gilleleje Badehotel har 24 dobbeltværelser. Heraf er 16 beliggende i Hovedbygningen, mens otte findes i Gilbjerghuset. Alle værelser har eget bad og toilet, og de fleste har havudsigt, og egen balkon eller solterrasse. I

tillæg til de 24 værelser, råder Gilleleje Badehotel over Strandhuset, der har to dobbeltværelser, eget køkken, stue, pejs og havudsigt.

Gilleleje Badehotel byder på wellness i en indendørs badeafdeling med sauna, dampbad, tyrkisk bad, og mulighed for massage. Endvidere har hotellet en gourmetrestaurant, og tilbyder konferencefaciliteter.

Hotel Strand

Hotel strand blev bygget i 1896 og er gennem årene blevet restaureret. I skrivende stund er Hotel Strand i henhold til gæstevurderingerne modent til endnu en renovering, eller udskiftning af inventaret. Hotellet har 24 værelser, som alle er forskellige. Flere af værelserne har balkon. I stueetagen forefindes en kinesisk restaurant, der drives af en ekstern restauratør.

Hotel Strand er beliggende i centrum af Gilleleje, med et godt udbud af restauranter, butikker, og blot 100 meter til havet samt Gillelejes hyggelige fiskehavn.

Hotel Strand er helårsåbent, men receptionen har begrænsede åbningstider:

- Vinterhalvåret fra kl. 09.00 - 15.00
- Sommersæson fra kl. 07.00 - 20.00

Hotel Strand priser er faste:

- Enkeltværelse: 570 dkk
- Enkeltsuite: 710 dkk
- Dobbelt u. toilet: 820 dkk
- Dobbelt u. toilet og bad: 850 dkk
- Dobbeltværelse: 990 dkk
- Dobbeltsuite: 1.100 dkk
- Ekstra opredning: 175 dkk.

Sauntehus Slotshotel

Sauntehus er opført i 1914 og er et af landets yngste godser. Hovedbygningen, som har en hvis ekstravagance i sin arkitektur, er omgivet af en enestående park med sjældne træer og vækster. I 1998 blev Sauntehus indrettet som hotel, og rummer 33 værelser inklusiv fem suiter. Hotellet har en indendørs swimmingpool, en gourmetrestaurant, bar, møde- og konferencefaciliteter med plads til op til 140 deltagere, egen parkeringsplads, opholdsstue, internet, vinkælder og room service.

Beliggenheden lige ved Hornbæk Plantage er et naturskønt og populært udflugtsmål, som har inspireret danske kunstnere gennem tiden, blandt andet Jens Juel og Holger Drachman.

Havreholm Slot

Beliggende ved Klosterris Hegn i Hornbæk, findes Havreholm Slot. Hovedbygningen er opført i 1872 på en højtliggende festplads over for Gurre Å. Havreholm Slot og dets beboere blev jævnligt besøgt af Holger Drachman, Henrik Pontoppidan samt andre litterære.

I slutningen af 1980´erne, blev hovedbygningen renoveret, og der blev opført tennisbaner, swimmingpool og andre sportsfaciliteter, fordi man legede med tanken om at opføre en Country Club efter amerikansk forbillede. I samme ombæring blev der opført hytter til overnatning i parken. Planen om en Country Club blev ikke til noget, og i 1989 blev slottet omdannet til et moderne hotel- og konferencecenter, med respekt for husets historie. Hotellet blev drevet med et højt serviceniveau, og for at øge facilitetsudbuddet, blev en ni-hullers golfbane anlagt på slottets jorde. I dag drives Havreholm Slot af Charlotte Høyer og Bjarke Sørensen. Af nye tiltag er golfbanen blevet omlagt til en spændende parkour-bane i parkens trætoppe. Der er også kommet et nyt fokus på gastronomi.

Havreholm Slot tilbyder bl.a. gourmetrestaurant, konferencefaciliteter, teambuilding, og wellness-oplevelser via et samarbejde med de nyetablerede KURBADET by Ilse Jacobsen i Hornbæk. Overnatning på Havreholm Slot foregår i gæstehuse, der er omgivet af smuk natur. Nogle er velegnede til børnefamilier, mens andre passer til konferencegæster.

Helenekilde Badehotel

Helenekilde Badehotel, som oprindeligt var privat bolig, blev opført I 1896. Allerede i 1904 blev huset ombygget til en badepension, der hver sommer oplevede travlhed, idet den københavnske overklasse tog nordpå for at holde sommer- og badeferie. I 2001 købte Jes Kølpin hotellet, og i 2008 overdrog han det til sin søn, den tidligere balletdanser Alexander Kølpin. Sidstnævnte renoverede Helenekilde i 2009 med badehoteltradition og livskvalitet som nøgleord.

Hotellet har fire mødelokaler med plads fra 2 til 30 deltagere, og en gourmetrestaurant, samt et wellness program, der involverer diverse yoga-hold for hotellets gæster. Værelseskapaciteten er 28 værelser, og Helenekilde er et populært sted for selskaber.

Tisvildeleje Strandhotel

Tisvildeleje Strandhotel blev bygget i 1895 af den driftige købmand Frederik Nielsen. Da togskinnerne blev ført helt til Tisvildeleje, ombyggede han ejendommen til en badepension.

I 2008 overtog Alexander Kølpin hotellet, og siden er de gamle bygninger blevet renoveret. Indretning og stemning har til formål at lede tankerne hen på Den Afrikanske Farm med varme farver, bambus og karavane stemning.

Hotellet har i alt 24 værelser, der alle har privat bad og toilet. Tisvildeleje Strandhotel tilbyder mødefaciliteter for 2 – 40 gæster, og danner endvidere ramme for mange selskaber i løbet af året. Hotellet har en restaurant, som det meste af året primært er åbent i forbindelse med arrangementer. Ferie og konferencegæster kan tilføje en wellness oplevelse til deres ophold gennem yoga eller massage.

Konferencehoteller

I denne del præsenteres det primære udbud af konferencehoteller i en radius på omkring 30 km fra Gilleleje. De er primært beliggende i og omkring Helsingør, som p.t. oplever en enorm vækst i konferenceturisme. Cirklen på kortet herunder indikerer det geografiske område. De hoteller, der således medtages i dette afsnit, er:

- Strand- & Badehotel Marienlyst
- Comwell Borupgaard
- Bymose Hegn Hotel & Kursuscenter
- Konventum Konferencecenter

Udbud af Konferencehoteller nær Gilleleje

	Kapacitet	Beliggenhed	Kategori*	Wellness	Restaurant	Max Konf. Kapacitet**
Strand- & Badehotel Marienlyst	158/210***	Helsingør	Upscale	Undervejs	Ja	360
Comwell Borupgaard	149	Snekkersten	Upscale	Ja	Ja	330
Konventum Konferencecenter	222	Helsingør	Midscale	Nej	ja - kun selskaber	250
Bymose Hegn & Kursuscenter	112	Helsinge	Midscale	Pool	ja - kun selskaber	150

Kilder: Hotellernes respektive hjemmesider, www.hotel.dk, www.booking.com

** Vurderet af NHC med udgangspunkt i den tilgængelige information*

*** Maksimalt antal konferencedeltagere i ét lokale. Nærmere beskrivelse af antal lokaler, faciliteter, m.m. findes i de individuelle præsentationer nedenfor.*

**** Hotel Marienlyst har i skrivende stund 158 værelser, men har ansøgt om at udvide kapaciteten til 210*

De fire konferencehoteller får generelt gode anmeldelser fra brugerne, med en gennemsnitskarakter på 4 ud af 5. Især Comwell Borupgaard og Strand & Badehotel Marienlyst, er vellidte. Det skal bemærkes at sidstnævnte pt gennemgår omfattende konceptuelle og indretningsmæssige forandringer, og de gæsteanmeldelser som fremgår af tabellen nedenfor, er derfor baseret på det tidligere produkt samt et nutidsbillede, hvor halvdelen af hotellet er færdigrenoveret.

Online Gæstevurderinger - Konferencehoteller

	Hotel.dk	Booking.com	Tripadvisor.dk	Vægtet Gsn	Vægtet Gsn
Strand- & Badehotel Marienlyst	8,5/10	8,1/10	3,5/5	4,0	**4,0/5**
Comwell Borupgaard	8,3/10	8/10	4/5	4,1	**4,1/5**
Konventum Konferencecenter	FFA	8/10	4/5	4,0	**4,0/5**
Bymose Hegn & Kursuscenter	FFA	7,6/10	4/5	3,9	**3,9/5**
Gennemsnit	8,4	7,9	3,9		

Kilder: De nævnte hjemmesider
Obs: Minimum 10 anmeldelser før 'karakteren' er taget med i tabellen. Hvis <10, benævnes det med FFA = For få anmeldelser. Det gennemsnitlige antal anmeldelser var 104 for de 22 anmeldelser som er medtaget, for både Bade & - Slotshoteller. samt Konferencehoteller
IT = Ikke tilgængelig på den gældende side

Tabellen herunder giver et indblik i prisniveauet for overnatninger på konferencehotellerne. Et vigtigt nøgletal for hoteller er ADR (Average Daily Rate), men da vi ikke har adgang til nedenstående hotellers ADR, har vi indhentet en APR (Average Published Rate) fra booking.com. Konferencehotellerne bruger typisk flydende priser, hvor værelsesprisen tilpasses efterspørgslen. Derfor varierer priserne fra højsæson til lavsæson. Den gennemsnitlige

udbudte værelsespris for de tre hoteller er 1.293 dkk. ADR er typisk noget lavere end APR. Det skal bemærkes at APR i tabellen herunder er inklusiv moms og morgenmad, medens ADR (Average Daily Rate) som hovedregel angives eksklusiv moms og morgenmad.

Prisniveau (Overnatning) - Konferencehoteller				
	Højsæson*	**Lavsæson****	**Gsn.**	**Faste/Flydende Priser**
Strand- & Badehotel Marienlyst***	1.390	1390	1.390	Pt uklart
Comwell Borupgaard	1.698	1298	1.498	Flydende
Konventum Konferencecenter	1.160	820	990	Flydende
Bymose Hegn & Kursuscenter		*Ikke muligt at booke*		
Gennemsnit				

** Overnatning, dobbelt/twin værelse, tirsdag til onsdag i september (d. 8-9)*
*** Overnatning, dobbelt/twin værelse, lørdag-søndag i december (d. 12-13)*
**** Bemærk at det er baseret på Marienlysts priser for u-renoverede værelser*
OBS: Alle priser er hentet på booking.com, d 10 april 2014. Kriterier: 1 voksen, inkl. morgenmad, fri afbestilling
OBS: De billigst priser som er angivet, er brugt.

Strand- & Badehotel Marienlyst

Strand- & Badehotel Marienlyst er et af landet ældste og mest velkendte hoteller. Det er opført i flere tempi, og består af bygninger tilbage fra 1859 og frem til år 1991. Hotellet er naturskønt beliggende ned til Øresund i Helsingør.

Hotellets 158 værelser renoveres i skrivende stund fra top til tå. Man har også søgt om tilladelse til at udvide kapaciteten med yderligere 52 værelser. Konferenceafdelingen er af Horesta klassificeret som et 5 stjernet konferencecenter, og en renovering af lokaler og faciliteter er netop blevet afsluttet. De er af en høj kvalitet, og matcher samtidig ejendommens nye profil som strand- og badehotel. Marienlyst har 18 konferencelokaler i alt, fordelt på et konferenceareal på 1.500 m2. I tillæg dertil er en stor banquet-afdeling.

På F&B-siden er hotellets à la carte restaurant, Brasserie 1861, blevet renoveret i 2014, og fremstår nu rigtig flot. Den er beliggende i glaspavilloner direkte ned til Øresund med en enestående havudsigt. Restaurant Marienlyst varetager morgenmad, frokostbuffeter, konferencebespisning, pensioner o.l. Endelig har hotellet Casino Marienlyst, der er Danmarks ældste kasino. I dag rummer hotellet også et subtropisk badeland, som vil blive omdannet til spa og wellness.

Borris Tangaa Nielsen ejer hotellet og har siden overtagelsen gennemført renoveringer i etaper. Produktet handler nu om skandinavisk badehotelånd, imødekommenhed, kvalitet, samt professionelle konference- og selskabsrammer.

Comwell Borupgaard

I Snekkersten findes den tidligere herregård Borupgaard, som i dag er omdannet til hotel. Hotellet er naturskønt beliggende tæt på havet, og fra tagterrassen er der udsigt til Sverige. Comwell Borupgaard er et moderne konferencehotel, og et af Danmarks bedste spahoteller. På overnatningsdelen, tilbyder hotellet 149 værelser, hvoraf fire er suiter. Restauranten servicerer konferencer og selskaber, men Borupgaard har også en à la carte restaurant af høj kvalitet.

Konferenceafdelingen råder over 10 moderne, funktionelle plenumlokaler, og 16 mindre mødelokaler samt grupperum. Endvidere forefindes en konferencesal, som kan rumme op til 330 mødedeltagere.

Wellness & spaafdelingen inkluderer blandt andet en aqua spa, fitness rum, spaterrasse med hot tubs og sauna, udendørs jacuzzi og en bred palette af massager og diverse skønheds- og velværebehandlinger.

Ejendommen er omkranset af en smuk park, som delvis inkorporeres i hotellets spamiljø. Nøgleord på Comwell Borupgaard er ro og harmoni, og man stræber efter at skabe perfekte rammer til konferencer, kurser, udstillinger

og fester.

Bymose Hegn Hotel & Kursuscenter
Ti minutters gang fra Helsinge Station, eller fem minutters kørsel fra motorvejen findes Bymose Hegn Hotel & Kursuscenter. Vejby Strand og Hesselø-bugten ligger knap 15 minutters kørsel fra Bymose Hegn.

Hotellet råder over 112 moderne og velindrettede værelser, hvoraf én er en suite. Faciliteter for gæsterne inkluderer indendørs pool og saunafaciliteter til fri afbenyttelse. Endvidere har man bordtennis, billard, volleyballbaner samt petanque.

Konferenceafdelingen udgør en stor konferencesal med plads til maksimalt 150 gæster, fire plenumlokaler og 18 grupperum. En særskilt ejendom, Bymosegård, rummer ét plenumlokale, tre grupperum og en café. Bymose Hegn har stort fokus på lærende møder og kreativ indlæring, hvilket kommer til udtryk i en spændende serie tilbud for kursus og konferencegæster, herunder læringsværktøjer, mødefacilitatorer, øvelser til krop og hjerne, teambuilding aktiviteter, med mere.

Bymose Hegn er en del af Pindstrup Centret, der afholder kurser for familier med børn med handicap, samt ferielejre for børn med og uden handicap. Foreningen Pindstrup Centret blev stiftet i 1971 på initiativ af spejderbevægelsen.

Konventum Konferencecenter
Konventum, også kendt som LO Skolen, ligger smukt placeret ved stranden i Helsingør og har en fantastisk udsigt over Øresund. Bygningen er anerkendt internationalt for sin smukke arkitektur. Hotellet har 222 værelser, og i konferenceafdelingen forefindes 49 grupperum, hvoraf det største kan rumme op til 250 gæster. Endvidere er der 10 udstillingsrum.

Til Konventum hører et stort parkområde på 300.000 m2, hvori man finder petanque, boldspil, samt en 9-huls par 3 golfbane. Derudover tilbyder Konventum følgende faciliteter: Fitness, sauna, bibliotek, bar, og billard. På oplevelsessiden udbyder Konventum en bred palette af teambuilding muligheder for konference- og firmakunder.

Konventum er kendt for et fokus på kunst, og rummer blandt andet en enestående kunstsamling, indeholdende mere end et tusinde originale værker af Heerup, Asger Jorn, Lizzi Malow, Trampedach, Arnoldi, Karl Åge Riget, Henning Damgaard Sørensen med flere. Hotellet bruger også kunst i oplevelsestilbud til gæsterne med blandt andet kunstophold, foredrag, og kunstnermøder. Et andet fokus er musik, hvor Konventum i et samarbejde med Center for Arbejdsliv & Læring, arrangerer morgensang, pianobar, tirsdags-cocktails med mere.

Delkonklusion

Her præsenteres en række centrale punkter og konklusioner fra ’Udbud’ kapitlet.

- Hoteludbuddet på den nordsjællandske kyst, deler sig i to hovedgrupper:
  - Små, romantiske bade- og slotshoteller i en høj standard og med gourmetrestaurant, selskabsforretning og lidt mødeaktivitet.
  - Større konferencehoteller, med stor kursus- og konferenceforretning, spa og wellness i varierende udstrækning, selskaber, med mere.

- Man kan stille spørgsmål ved, om det er de modeller, som passer bedst til destinationen, og som kan tiltrække overnatninger i markedet, eller om hoteludbuddet er for homogent. Det er dog vores vurdering, at det er disse to kategorier, som passer bedst til nordkysten på grund af blandt andet destinationens profil, efterspørgslens karakter, og nærhed til København.

- Lokalt i Gilleleje og Nordsjælland vurderes det, at der mangler et hotel i en høj kvalitet beliggende i Gilleleje. Det fremgår af interviews og diverse rapporter, men argumentation og analyse til at understøtte denne holdning fremgår ikke. Det må dog tages med i betragtning, når lokale, turismekyndige personer fremkommer med sådanne observationer.

- Samtlige hoteller i nærværende udbudsanalyse, tilbyder møde- eller konferencefaciliteter, og selskabsmuligheder. Endvidere har de fleste restaurant, og mange tilbyder sportsbaner, spil, wellness, eller diverse aktiviteter og oplevelser. Det er tydeligt at den sjællandske nordkyst, som er kendetegnet ved en høj efterspørgsel i sommersæsonen, er en stærk destination fra juni til august. Resten af året er dog en udfordring for hotellerne, hvorfor de har måttet implementere faciliteter og tilbud, der kan medføre en efterspørgsel udenfor højsæsonen for at opnå et tilstrækkeligt forretningsgrundlag. Hotellerne er med til at skabe en helårsforretning for dem selv, ved at gøre egne hoteller til selvstændige destinationer.

- Badehoteller, slotshoteller, og i en hvis grad konference (og spa) hoteller, adskiller sig gerne lidt fra mere traditionelle lineære hoteller, ved at gæsterne vælger hotel før destination. Det vil sige, at hvis man eksempelvis vil på badehotel, vælger man badehotel ud fra faktorer såsom profil, faciliteter, kvalitet, ry, online vurderinger, pris, med mere, før man ser på beliggenhed. De samme parametre kan være gældende for konferencebookere, der først og fremmest skal have et arrangement til at gå op i en højere enhed, omend de ofte har en idé om et geografisk område p.g.a. logistik for deltagerne o.s.v. Dette betyder at et eventuelt nyt hotel i Gilleleje, hvis det placeres i en af de nævnte kategorier, ikke kun vil være i konkurrence med det lokale udbud af overnatningssteder, men for eksempel også Svinkløv, på badehotelsiden, og AC Bella Sky på konferencehotelsiden.

- Værelsespriserne for egnen er høje, og i samme niveau for bade- og slotshoteller samt konferencehoteller.

ANDRE RELEVANTE TURISMEOMRÅDER

I det følgende gennemgår vi tre forskellige særområder inden for dansk turisme, som det vil være oplagt at betragte i forhold til en destination som Gilleleje og det udbud, der findes i regionen. Kapitlet omfatter derfor kyst- og badeturisme, spaturisme, samt kursus- og konferenceturisme.

Kyst- & Badeturisme

Kystturisme og kystferiedestinationer har den fordel, at det lægger sig op af en stærk historiefortælling omkring tidligere tiders værdier, nærvær, drømme, ferieliv. Især de nordsjællandske badebyer betragtes som kystturismens vugge, hvor velhavende københavnere og kultureliten fra anden halvdel af 1800 tallet drog til for at nyde roen, naturen, og dyrke sine relationer.

Ifølge VisitDenmark, Videnscenter for Kystturisme og Dansk Erhverv, er definitionen på kystturisme: ”al turisme med ferie som formål, der ligger uden for landets fire største byer; København, Århus, Odense og Aalborg”. Nordsjælland, herunder Gilleleje, karakteriseres som en ’Eget Sommerhus-Destination’, og derfor er der færre kommercielle overnatninger end andre kystdestinationer i Danmark.

I Landsdel Nordsjælland, skete en stigning på 94.626 overnatninger fra 2010 til 2012, fra 1.491.418 i 2010 til 1.586.044 i 2012. Det svarer til en fremgang på 6,3 procent. Disse overnatningstal inkluder overnatninger i feriehuse, i lystbådehavne, på vandrerhjem, på campingpladser og på hoteller samt feriecentre. Sidstnævnte, hoteller og feriecentre, fik de fleste overnatninger med en markedsandel på henholdsvis 34 procent, 36 procent og 36 procent i 2010, 2011, og 2012. Overnatninger på vandrerhjem og i feriehuse gik også frem, mens efterspørgslen på lystbådehavne var uændret, og overnatninger på campingpladser gik tilbage.

I 2011 lå størstedelen af kystturisme-overnatningerne i Jylland, mens 14 procent af overnatningerne var på Sjælland og Nordsjælland. Sammenlignet med andre turistformer, bruger kystturisterne generelt færre penge i døgnet, men til gengæld er deres ophold normalt af længere varighed. Hotelgæsterne har det højeste døgnforbrug (915 dkk), men deres ophold varer typisk lidt kortere (4,5 dage i gennemsnit) end på andre overnatningstyper, hvilket giver et gennemsnitligt forbrug pr. ophold pr. person på 4.118 dkk, hvilket er det højeste blandt forskellige overnatningsgrupper.

Nøgletal Kystturisme - Hotelgæster 2011

	Opholds-længde	Døgnforbrug pr pers (dkk pr døgn)	Gsn. forbrug pr ophold pr person	Str på rejsegruppe (antal pers. i gsn)	Gsn forbrug pr rejse-gruppe pr ophold
Hotel	4,5	915	4.118	2,7	11.277
Kystturisme i alt*	8,4	396	3.326	3,0	9.978

** Gennemsnit for alle overnatningsgrupper - inkl. hotel*

Kilde: Fakta om Dansk Kystturisme, af Dansk Erhverv, VisitDenmark, Videncenter for kystturisme.

Halvdelen af kystturisterne er danskere, mens udenlandske overnatninger fordeler sig på 37 procent tyskere, 5 procent nordmænd, 3 procent svenskere, 2 procent hollændere og 3 procent andre nationaliteter. For kystturister i Danmark, er 48 procent familier med børn (i hele landet generelt), mens 52 procent rejser uden børn. For danske kystturister er det cirka fifty-fifty, mens svenskere og især nordmænd primært rejser med børn, når de besøger de danske kyster. Tyskere, hollændere og turister fra andre lande rejser primært uden børn under kystferier i Danmark. Det er i høj grad Nordjylland og Bornholm der tiltrækker børnefamilierne, mens Sjælland og Nordsjælland foretrækkes til ferier uden børn. Sjælland & Nordsjælland besøges særligt af danskere, svenskere, hollændere og andre nationaliteter. Eftersom hotelovernatninger på de danske kyster generelt primært genereres af svenskere og andre nationaliteter, er Sjælland og Nordsjælland oplagt til et større hoteludbud end andre regioner.

Diagrammet nedenfor viser en markant, men ikke overraskende efterspørgselskurve. Der er en klar højsæson i sommerperioden, fra juni til august.

Kilde: Fakta om Dansk Kystturisme, af Dansk Erhverv, VisitDenmark, Videncenter for kystturisme.

En rapport udarbejdet af Horesta i 2014 for Videncenter for Kystturisme, afdækker de danske badehoteller. Følgende kendetegner badehotellerne (med forbehold for en relativ lav svarprocent i undersøgelsen, der således primært er indikativ):

- Badehotellerne har en gennemsnitlig værelseskapacitet på 35 værelser.
- Omsætningen er omkring 9,9 mio. dkk, hvilket er lidt lavere end et almindeligt dansk hotel.
- Den årlige belægning når 38,2 procent og gennemsnitsprisen for et værelse er 630 dkk (excl. Moms).

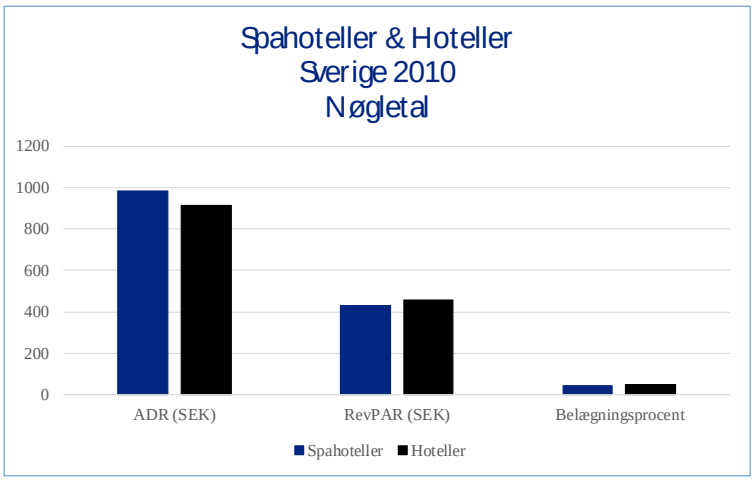
- I højsæsonen, juli og august, er belægningen 86,8 procent og 80,9 procent, mens den er tilsvarende lav i fx januar med blot 8,5 procent.
- F&B omsætningen svarer til 63,5 procent af den samlede omsætning.
- Der er en relativ stor personalestab svarende til 0,4 fuldtidsbeskæftige pr værelse, sammenlignet med 0,31 for andre hoteller. Det skyldes primært den store F&B omsætning, som er personaletung. Lønudgifterne udgør derfor en højere andel end på andre hoteller.
- En anden høj udgiftspost på badehoteller er vedligeholdelse, hvilket skyldes bygningernes alder (gennemsnitsalderen er 111 år) og kystnære placeringer, som udsætter dem for vind og vejr.
- Badehoteller opnår et højere resultat før skat end sammenlignelige hoteller. Ifølge Horesta, er årsagen formegentlig lavere husleje, finansiering og afskrivninger – igen på grund af hotellernes alder.
- Udgifter til el, vand og varme er gennemsnitligt lavere. Sandsynligvis fordi mange badehoteller holder lukket om vinteren, og dette påvirker gennemsnittet.
- Et gennemsnitligt badehotel opnår en GOPPAR på 87 dkk, før husleje, ejendomsudgifter, renter og afskrivninger.

Spa Turisme

VisitDenmark oplyser at spa & wellness trenden har slået rod i Danmark, og at der er sket en vækst i antallet af spacentre de seneste ti år. Det er ikke længere en eksklusiv oplevelse, der kun er forbeholdt de få, men en oplevelse som flere og flere benytter jævnligt.

Nærværende afsnit giver et indblik i spamarkedet i Skandinavien, primært repræsenteret af Sverige hvor datagrundlaget er størst. Den primære kilde anvendt til dette afsnit, er rapporten *Spamarknaden i Sverige 2010*, som baserer sig på dataindrapportering fra 68 svenske spahoteller. Tallene i rapporten er fra 2010, men er de nyeste der er offentliggjort. Det vurderes, at de opgivne tal ikke er direkte forældede, og at de har en vis indikativ værdi. For at kunne sammenligne spahoteller med svenske hoteller generelt, er der også anvendt 2010-tal for almindelige hoteller.

I 2010 var der i alt 279 hoteller med spa i Sverige. De omsatte sammenlagt for 4.100 millioner SEK. Nedenstående diagrammer illustrerer hvordan svenske spahoteller klarer sig i forhold til de svenske hoteller generelt. Belægningen på spahotellerne er cirka fem procentpoints lavere, mens ADR er højere. Disse faktorer giver udslag i en RevPar, som er lidt lavere end på almindelige hoteller, uden at forskellen dog er særlig markant. Både almindelige hoteller og spahoteller oplevede en stigning i belægning, ADR og RevPar fra 2009 til 2010.



Kilde: SHR & Svenska Spahotell, 2010

Det svenske sparådgivningshus og driftsselskab, Raison d'Être Spas oplyser, at generelt kan hoteller med spa opnå gennemsnitspriser, der er op mod 40 procent højere, end hvis de ikke havde spa. Det afhænger dog i høj grad af

faktorer såsom beliggenhed, produkt, kvalitet, oplevelser, integration med hotellet, ledelse, kommerciel forståelse, med mere.

Tabellen nedenfor giver indblik i et gennemsnitligt spahotel. Det er især behandlinger og træning, der giver en høj omsætning, ligesom salget i spashops ofte er højt. I gennemsnit genererede de 20.000 spagæster pr. spahotel, en omsætning på 426 SEK pr. døgn pr. person. På omkostningssiden, stod spaafdelingen for 19 procent af de samlede lønudgifter.

Et Gennemsnitligt Spahotel 2010, Sverige	
Areal i m2 (total)	11.600
Areal i m2 (spa-afdeling)	1.000
Kapacitet (antal hotelværelser)	160
Antal behandlingspladser	12
Antal sidderpladser i restaurant	300
Totalt antal spagæster	20.000
Heraf dagsgæster	*2.589*
Antal spabehandlinger	6.463
Værelsesomsætning (i tusinde SEK)	27.274
Spaomsætning (i tusinde SEK)	8.514
Heraf behandling af mentale aktiviteter (i tusinde SEK)	*3.529*
Øvrige aktiviterer (i tusinde SEK)	*387*
Idræt og fysiske aktiviteter (i tusinde SEK)	*2.118*
Produktsalg (i tusinde SEK)	*600*
Udlejning af badekåber (i tusinde SEK)	*264*
Lokaleleje (i tusinde SEK)	*1.072*
Øvrigt spa salg (i tusinde SEK)	*511*
Totale lønomkostninger (i tusinde SEK)	22.689
Heraf lønomkostninger, spa (i tusinde SEK)	4.277

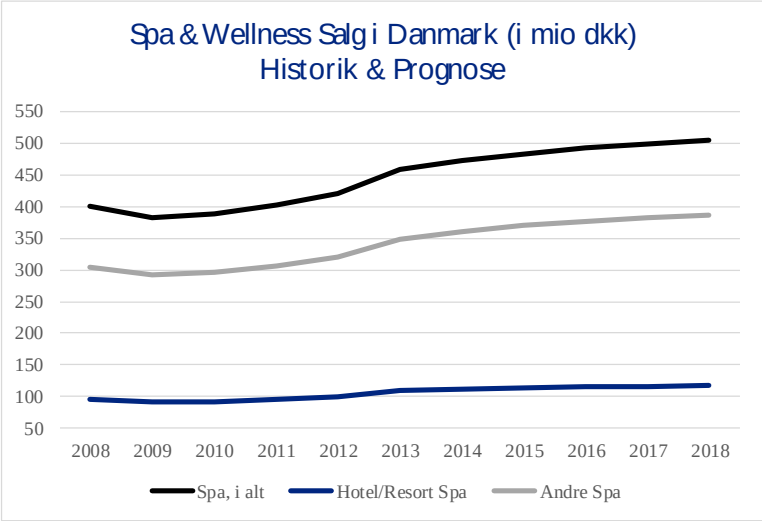
Kilde: SHR & Svenska Spahotell

Tabellen herunder viser, at spahotellerne genererer en omsætning, der er betydeligt højere end på almindelige hoteller og over dobbelt så høj som årsomsætningen for et gennemsnitligt konferencehotel. Spahoteller kan dog kræve en stor medarbejderstab, hvilket bevirker, at sådanne hoteller kan være meget udgiftstunge. Man skal endvidere budgettere med en konstant udvikling og opdatering af personalet, så de kan varetage nye behandlinger, udvide deres viden, blive fortrolige med nye produkter, osv. I tillæg dertil, har spahoteller også høje udgifter til el, vand og varme. Man må påregne høje indledningsvise og løbende investeringer, samt jævnlig og udgiftstung vedligeholdelse i enhver spa. Her skal det dog bemærkes, at såfremt forretningsmodellen er sat fornuftigt op for en spaafdeling, bør den kunne give overskud. Ergo er det vigtigt at udvikle den rette spa profil, indhold og model fra begyndelsen, og jævnligt revidere disse.

Diverse Nøgletal - En Sammenligning				
	Konferencehotel	**Hotel**	**Spahotel**	**Gsn.**
Areal i m2	6.212	7.173	11.600	8.445
Kapacitet (antal værelser)	77	132	160	120
Årsomsætning (i tusinde SEK ekskl. moms)	31.000	45.000	73.621	49.874
Antal medarbejdere	30	38	48	39

Kilde: SHR & Svenska Spahotell

Nedenstående diagram og tabel giver et lille indblik ind i det danske spa-marked. Det ses at spasalget er steget 2,29 procent pr år i gennemsnit fra 2008 til 2013. I denne periode fandt finanskrisen sted, hvilket påvirkede danskernes forbrug på luksuriøse oplevelser herunder spa. På baggrund af dette må det derfor betragtes som en flot fremgang. Prognosen for 2014 til 2018 viser en konservativ forventning til spasalgets udvikling sammenlignet med de seneste år men dog en fornuftig årlig vækstrate på 1,34 procent i snit. Euromonitor forventer, at denne vækst primært vil genereres af danske spagæster.



Kilde: Euromonitor International

Sundhed & Wellness Turisme, Salg (i millioner) 2008 - 2013 & Prognose 2014 - 2018															
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Gsn 08-13	Gsn årlig udvikl. 08-13	2014	2015	2016	2017	2018	Gsn 14-18	Gsn årlig udvikl. 14-18
Spa, i alt	**400**	**383,1**	**388,7**	**402,1**	**420,5**	**458,6**	**408,9**	**2,29%**	**472,1**	**483,6**	**492,4**	**499,4**	**504,6**	**490,42**	**1,34%**
Hotel/Resort Spa	95,9	91,4	92,3	96,2	100,1	110,2	97,7	0,73%	112,5	114,1	115,4	116,5	117,5	115,2	0,87%
Andre Spa	305	291,7	296,4	305,9	320,4	348,4	311,2	2,27%	359,6	369,4	377,0	382,9	387,1	375,2	0,85%

Kilde: Euromonitor International

Ifølge Euromonitor var der i 2008, 2009 og 2010, et antal på 40 spa hoteller/resorts i Danmark, mens der i 2011, 2012 og 2013 var 41 hotel/resort spa. Hvis man fordeler ovenstående spaomsætning (for spa hotel/resort) på antal spa hoteller/resorts, giver det en gennemsnitlig årlig spaomsætning hvert sted på 2.412.346 dkk for perioden 2008-2013. I 2013 var den steget til 2.687.805 dkk.

Der er relativt stor spredning på de danske spahotellers nøgletal, hvilket skyldes:

1) at de enkelte spahotellers faciliteter, størrelse og strategi er forskellige
2) at antallet af spahoteller der indrapporterer deres nøgletal og økonomi, er meget begrænset

Derfor angives, med en række forbehold, følgende indikationer for danske spahotellers økonomi:

- Omsætning pr. spa-medarbejder er tæt på totalomsætning pr. medarbejder for hoteller generelt.
- Spaomsætningen pr. værelse er gennemsnitlig 100.000 DKK årligt, men varierer meget.
- Omkostninger til råvarer/indkøb til spa udgør 20-30 procent af spaomsætningen.
- Den primære udgift er til personale, og udgør i snit 40 procent af spaomsætningen.
- Det er vanskeligt, at skille udgifter til el, vand og varme fra den øvrige hoteldrift, men generelt er disse poster meget høje hos hoteller med spa, eller blot en pool.
- Der er betydelige stordriftsfordele ved spa.

Der er forskellige holdninger til, hvorvidt en hotelspa skal være en selvstændig indtægtskilde, eller om den i stedet har en støttefunktion til hotellet og dets andre faciliteter, hvormed man accepterer et nul eller et lille tab på spa-bundlinjen. Førstnævnte holdning vil typisk komme til udtryk i form af mere fokus på at skabe et positivt resultat. Derimod kan sidstnævnte holdning resultere i en lidt nedprioriteret drift, fordi forventningerne til et overskud er små eller helt fraværende.

Kursus- & Konferencemarkedet

Efter nogle magre år under krisen, hvor konferencer og møder ude af huset blev sparet væk, er efterspørgslen nu ifølge CBS pænt stigende igen. Der afholdes flere møder og konferencer ude, ligesom flere er parate til at betale mere for kvalitetsbetonede konferenceoplevelser.

Tabellen nedenfor giver et overblik over mødemarkedet i Danmark, og viser blandt andet at 37 procent af mødeomsætningen i Danmark genereres i Region Hovedstaden. Størstedelen af denne konferenceaktivitet finder nok sted i København, selvom Nordsjælland har et yderst aktivt konferencemarked.

Der er en overvægt af møder/konferencer med danske deltagere uden overnatning, hvilket er ærgerligt eftersom de er mindre lukrative end de andre segmenter. Udenlandske mødegæster med overnatning har det største daglige forbrug på 3.030 dkk i snit. De mødetyper der står for mest omsætning, er konferencer og kongresser samt kurser.

Mødemarkedet i Danmark		
Samlet omsætning på mødemarkedet i Danmark	**20,8 mia**	i %
Heraf Region Hovedstaden	7,7 mia	
Heraf Region Sjælland	2,1 mia	
Segmenter: Mødedeltagerne i Danmark		
Danske deltagere uden overnatning	12,2 mia	59%
Danske deltagere med overnatning	5,1 mia	24%
Udenlandske deltagere uden overnatning	2 mia	10%
Udenlandske deltagere med overnatning	1,5 mia	7%
Mødetyper (i hele Danmark)		
Konfernecer & Kongresser	9,8 mia	47%
Fagmesser	1,2 mia	6%
Kurser	6,7 mia	32%
Andre Møder	3,0 mia	15%

Kilde: Fakta om Mødemarkedet i Danmark, af Dansk Erhverv, Wonderful Copenhagen, VisitDenmark & MPI
OBS: Tallene er fra 2012

Ser man på Nordsjælland generelt, er der sket en fremgang på ni procent i overnattende mødegæster fra 2013 til 2014. Ifølge VisitNordsjælland, udgør møderelaterede overnatninger nu 20 procent af alle turistovernatninger. Netværket Unikke Mødesteder samt et øget samarbejde mellem konferencestederne har haft en positiv effekt og fremmet mødeturismen i området.

Især sker der en enorm vækst i konferencemarkedet i Helsingør. Der er fra 2010 til 2014 sket en stigning på 20 procent i antallet af MICE overnatninger. I Gribskov Kommune er det omvendt gået 16 procent tilbage. Det skal bemærkes, at der er en betydelig forskel på infrastruktur, profil, og udbud af konferencefaciliteter, hvorfor man dårligt kan sammenligne de to. Nedenstående tabel giver et indblik i MICE markedet i Gribskov Kommune de seneste fire år. Den negative vækst kan skyldes flere faktorer. Måske er Gribskov Kommune traditionelt ikke en konferencedestination, eller måske er der ikke store nok faciliteter, til at kunne imødekomme behovet fra konference- og mødegæster. Det kan også være en manglende efterspørgsel, men eftersom segmentet går frem i Nordsjælland generelt, vurderes dette ikke umiddelbart at være tilfældet.

MICE Gribskov 2011 - 2014

	2011	2012	2013	2014
Gribskov				
MICE Overnatninger*	24.090	25.156	25.409	20.336
Andel MICE**	10%	11%	11%	8%
Vækst MICE***	0%	4%	1%	-20%

Kilde: VisitNordsjælland

** Forretningsrejsende (grupper samt individuelle) og øvrige, ifølge VisitNordsjælland*

*** Andel af MICE overnatninger i Nordsjælland, som ligger i Gribskov*

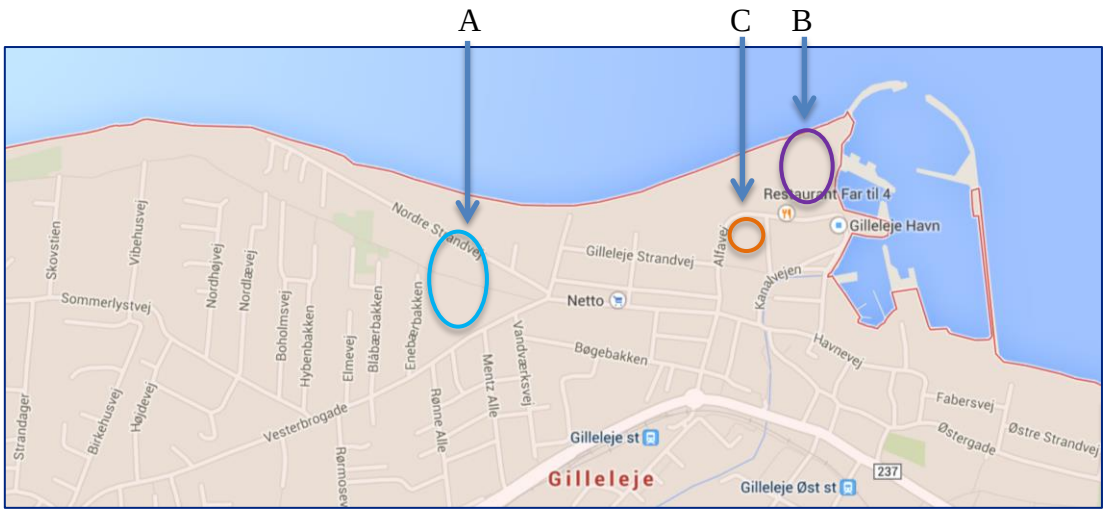
**** Den procentvise vækst som er angivet i 2011 kolonnen er væksten fra 2010 til 2011, osv.*

Ifølge fremtidsforsker Anne Skare Nielsen fra Future Navigator, stiller fremtidens mødedeltagere krav om autentiske oplevelser, overraskelser og kvalitet. Når de bruger tid på at mødes fysisk, skal der være et andet udbytte, end det man får ved mobil- og onlinekontakt. Hun nævner begrebet ”high tech – high touch” og mener at vores gennemdigitaliserede hverdag øger behovet for at mødes fysisk og interagere med kollegaer, kunder og samarbejdspartnere på møder, til konferencer osv. Det stiller dog krav til møde- og konferencestederne, som skal kunne tilbyde noget andet, end det man får ved et virtuelt møde. Fremtidens mødebookere søger forkælelse, originalitet og kvalitet – bedre produkter, ikke flere produkter. ”Vi er ikke tilfredse med blot at få en buffet af valgmuligheder. Vi vil også have hjælp til at sætte det hele sammen” siger Anne Skare Nielsen. På forplejningssiden vurderer hun, at vi vil se en øget efterspørgsel efter lokale råvarer, kvalitet og originalitet. Der er også høje krav til konferencestederes personale, der - som i samtlige øvrige servicefunktioner - skal være smilende, engagerede og hjælpsomme.

BELIGGENHEDSANALYSE: 3 GRUNDE

Kortet nedenfor markerer beliggenheden for hver af de tre grunde, som Gribskov Kommune har udpeget til et muligt hotelprojekt.

Grund A: Vist med en turkis ring: Den såkaldte Pyramidegrund.
Grund B: Markeret med en lilla ring: Strandplacering ved havnen.
Grund C: Fremhævet med en orange ring: Er i dag en parkeringsplads.



Grund A: ”Pyramidegrunden”.

Ejendommen er beliggende på Vesterbrogade 56 i Gilleleje, og rummer i dag bl.a. bibliotek og museum. Ejendommen ejes i dag af Gribskov Kommune, som påtænker at udbyde en del af matriklen til salg. Arealet, der

påtænkes udbudt er på ca. 4.850 m2. Derudover kan der eventuelt senere erhverves et fredet areal på ca. 600 m2. På den del af matriklen, som ikke udbydes til salg ligger det gamle rådhus, som ligeledes er fredet.

Der er en række krav og begrænsninger til et fremtidigt byggeri på grunden, som eksempelvis hensyn til det gamle Rådhus osv.
Vi har i nærværende analyse ikke taget hensyn til konsekvenserne af de specifikke krav ifm. fremtidig bebyggelse, men udelukkende vurderet ejendommen ud fra størrelse og beliggenhed.
Ejendommen er beliggende med uhindret havudsigt ud over vandet til Kullen i Sverige, og der er gode adgangsforhold fra Gillelejes indfaldsveje, samt en overkommelig afstand til Gilleleje station. På grund af grundens størrelse vil det eventuelt være nødvendigt at bygge således, at en del af faciliteterne vil vende mod syd, og dermed ikke få havudsigt.

Arealet ligger højt i.f.t. kystlinjen, hvilket giver god udsigt samt øget sikkerhed i.f.t. fremtidige storme og oversvømmelser.

Der skal udarbejdes ny lokalplan for arealet.

Grund B: Strandplacering ved havnen.

Grundarealet er beliggende på kysten lige ved siden af indsejlingen til Gilleleje Havn, og udgør et areal på ca. 12.000 m2.
Grunden ejes i dag af Gilleleje havn, men påtænkes udbudt til salg og udnyttet i forbindelse med realisering af projektet New Nordic Coast, der bl.a. også indeholder forslag om etablering af en mole (”pier”) i forbindelse med fremtidig kystsikring.
Da arealet ligger tæt på kysten med havnen som nabo er udsigtsforholdene uovertrufne, og tilbyder en kombination af uspoleret havudsigt med kig til Sverige og fiskerbådenes trafik til og fra havnen.
Da havnen er det centrale punkt i byen, vil det aktuelle grundareal få en stor synlighed samt lette adgangsforhold for kørende trafik.
Kommunen arbejder med en kystsikringsplan, for at minimere risiko ved storme og oversvømmelser. Dette vil være en forudsætning for eventuelle byggeplaner på arealet, da det ellers vil ligge meget udsat. Arealet blev eksempelvis meget berørt af eftervirkningerne af stormen ”Bodil” i december 2014.

Grund C: Nuværende parkeringsareal på Alfavej.

Grunden er beliggende lige umiddelbart syd for arealet beskrevet som ”Grund B” tæt på Gilleleje Havn kun adskilt fra hav og strand af en offentlig vej. Arealet udgør ca. 5.700 m2, er i dag ejet af Gribskov Kommune, og er indrettet med ca. 100 stk. offentlige parkeringspladser. Disse parkeringspladser er nødvendige for byens liv, og forudsættes genetableret ved et eventuelt byggeprojekt på grunden. Eneste realistiske mulighed for dette vurderes til at være i form af en parkeringskælder, da det ikke vil være hensigtsmæssigt (og sikkert heller ikke vil kunne bevilges) at bygge i højden på grunden.
En sådan investering vil angiveligt beløbe sig til ca. 15-20 mio.dkk. Vi har ikke foretaget driftsmæssige kalkuler i forbindelse med en sådan investering, da vi ikke har viden om området.

Arealet vil i store træk kunne tilbyde samme udsigt som ”Grund B”, dog lidt mindre autentisk, da en del af udsigten vil være suppleret af bymæssigt miljø, trafik m.v. Det vil dog på grund af grundens størrelse formentligt blive nødvendigt at bygge således, at nogle af faciliteterne vil vende mod syd, og dermed kun have udsigt til bymiljøet og ikke til havet.

Med hensyn til sikkerheden i relation til fremtidige storme og oversvømmelser, vil denne placering ikke i samme omfang som ”Grund B” være afhængig af fremtidig offentlig kystsikring.

For at sammenligne de forskellige beliggenheder for et hotel har vi sat de 3 forskellige lokationer ind i nedenstående sammenligningsark og vægtet dem i forhold til hinanden ud fra en scala fra -1 til +2. Lokationerne er vurderet ud fra kriterierne synlighed, adgangsforhold, havudsigt, grundarealets størrelse, omgivelser, sårbarhed overfor vejrforhold, adgang til havet samt kendte restriktioner for grunden i.f.m. et byggeprojekt.

Vurdering af 3 Lokationer			
	Grund A	**Grund B**	**Grund C**
Synlighed	**0**	**+1**	**+1**
Adgangsforhold	**+1**	**+1**	**+1**
Udsigt	**+1**	**+2**	**+1**
Grundens Størrelse	**0**	**+2**	**0**
Omgivelser	**0**	**+2**	**+1**
Sårbarhed overfor vejrforhold	**+2**	**-1**	**0**
Adgang til havet	**0**	**+2**	**+1**
Kendte restriktioner i.f.m. byggeri*	**0**	**0**	**-1**
Total vægtet beliggenhed	**+4**	**+9**	**+4**

**For Grund A skal der tages hensyn til det eksisterende gamle Rådhus.*
**For Grund B kender vi ikke pt. til lovgivning og rammer i.f.m. byggeri.*
**For Grund C skal der retableres ca. 100 p-pladser i.f.m. byggeri, hvilket kan besværliggøre et projekt.*

Når grundens størrelse er et parameter, er det ud fra den betragtning, at et evt. hotelprojekt i Gilleleje ud fra delkonklusionerne i nærværende rapport formentligt vil skulle indeholde både en form for spa/wellness faciliteter og konferencefaciliteter. Dette vil således stille krav til størrelsen.
Som det kan ses af tabellen, er det uden sammenligning Grund B, der scorer den højeste vægtede beliggenheds karakter, hvor Grund A og Grund B er på niveau med hinanden.

Efter ovenstående model vil den mest optimale hotel placering være Grund B. Denne placering bestyrkes yderligere af, at en stor del af gæsterne på et kommende hotel i Gilleleje jf. nærværende rapport vil være fritidsgæster indenfor segmentet "Det gode Liv". Disse gæster tiltrækkes i høj grad af nærheden til kysten og havudsigten, og er endvidere villige til at betale et tillæg til værelsesprisen for at opnå dette.
Det vil være logisk og endvidere en konkurrencemæssig fordel for et hotel i Gilleleje at kunne tilbyde nærhed til kysten og havudsigt. Disse parametre vil give et nyt hotel store fordele i relation til at tiltrække de mest betalingsvillige gæster.

I alle ovenstående beliggenheds scenarier tager vi forbehold for, at de forskellige grundarealer kan bebygges med det fornødne antal kvadratmeter for at rumme et hotel med de nedenfor beskrevne faciliteter.

KONCEPTUELLE ANBEFALINGER OG FORRETNINGSMODEL

Der er et bredt udbud af seværdigheder og arrangementer (se afsnittet "Attraktioner og Begivenheder") i Gilleleje og på nordkysten generelt. Det er med til at skabe en høj kendskabsgrad for destinationen og tiltrække besøgende. Der er meget at opleve i og omkring Gilleleje, hvilket tiltrækker mange gæster i ferieperioderne, men det er ikke nok til at skabe en helårsforretning for et nyt hotel. Der må derfor tænkes faciliteter og oplevelser ind i et hotelkoncept, for at hotellet selv kan tiltrække det nødvendige antal gæster uden for højsæsonen.

På baggrund af ovenstående samt for at ramme de for området mest efterspørgende segmenter (individuelle fritidsgæster samt konferencegæster) vurderer vi således, at et nyt driftsoptimeret hotel i Gilleleje udover hotelværelser skal kunne tilbyde faciliteter indenfor spa/wellness, konference og selskaber. Dette stiller krav til værelsesantallet, der skal være større end på traditionelle kyst-/badehoteller. Ligeledes stiller det selvsagt krav til bebyggelsesprocenten på de respektive grundarealer. Vi har i vores driftsscenarier arbejdet med et værelsesantal på 100 værelser.
Hotellet bør tilbyde et restaurantprodukt i et niveau, som afspejler hotellets gæster, og som afspejler området i forvejen begrænsede udbud. Et højt profileret restaurantprodukt vil endvidere virke som markedsføringsorgan for

værelsessalget, konferencesalget og spa/wellness salget.

Hotellet bør være et naturligt sted for afholdelse af selskaber, fester m.v. for lokale samt for beboere i Københavnsområdet.

Et fremtidigt hotelprodukt i Gilleleje bør henvende sig til følgende segmenter:

- Fritidsgæster; par der rejser uden børn ("Det Gode Liv")
- Fritidsgæster; +60 par (for at sæsonudjævne efterspørgslen)
- Fritidsrejsende indenfor spa og wellness
- Dagsgæster indenfor spa og wellness
- Konferencegæster med overnatning
- Dagsgæster indenfor konference og møder
- Selskabsgæster
- Restaurantgæster fra lokalområdet

De forskellige beliggenheder har forskelligt omsætningspotentiale, da hotelgæster f.eks. i vid omfang er villige til at betale mere for en god udsigt, som eksempelvis havudsigten beskrevet i forbindelse med "Grund B" – strandarealet ved havnen. Dette smitter yderligere af på hotelgæsternes købelyst, når det kommer til F&B-ydelser (restaurantydelser) og spaydelser. I tabellen nedenfor har vi indikeret betydningen af de forskellige scenarier i relation til opnået værelsespris pr. solgt værelse (ADR), opnået værelsesomsætning pr. tilgængeligt værelse (Revpar) samt en indekseret restaurantomsætning (F&B Index) og en indekseret spaomsætning (Spa Index). De 2 sidstnævnte er indekseret i forhold til det optimale scenarie, som i dette tilfælde er beliggenheden på stranden ved havnen (Grund B).

Omsætningspotentiale i.f.t. beliggenhed

Beliggenhed	ADR*	Belægningspct.	Revpar**	F&B Index***	Spa Index****
Grund A - "Pyramide grunden"	**800**	**55%**	**440**	85	85
Grund B - Strandareal ved havnen	**875**	**60%**	**525**	100	100
Grund C - Parkeringsareal ved havnen	**800**	**55%**	**440**	90	90

**) Average Daily Roomrate - Gennemsnitspris pr. solgt værelse*

***) Revenue per available room - Værelsesomsætning pr. tilgængeligt værelse*

****) Restaurantomsætning i procent af restaurantomsætningen i det bedste scenarie (Grund B)*

*****)Spaomsætning i procent af spaomsætningen i det bedste scenarie (Grund B)*

Tabellen viser en større evne til at tiltrække et betalingsvilligt publikum, jo bedre beliggenheden er. Specielt muligheden for havudsigt vil have en positiv effekt på omsætningen. Ovenstående model er naturligvis opstillet efter vores vurdering og erfaring, og er forudsat, at hotellet i alle 3 scenarier leverer samme kvalitetsmæssige niveau.

De angivne belægningsprocenter og gennemsnitspriser er vurderet ud fra eksisterende hoteller af tilsvarende størrelse med tilsvarende beliggenheder i Danmark, og vurderes som realistisk opnåelige.

Da den eksisterende konkurrence i lokalområdet er meget begrænset, vil man med det rette hotel koncept have mulighed for hurtigt at opnå en stor konkurrencemæssig position på lokalmarkedet. Tallene fra ovenstående tabel er anvendt i nedenstående driftsbudgetter.

OVERORDNET DRIFTSBUDGET

Nedenstående driftsbudgetter er udarbejdet ud fra de ovenfor skitserede driftsscenarier. Tallene er baseret på et normalt drifts år efter en fornuftig introduktion på markedet – typisk år 3 eller år 4 efter åbning. Der må i et nybygget hotels første operative år forventes en underskudsgivende drift.

Der er foretaget sammenligning med relevante branchetal fra Horestas Normtalsanalyse for 2013/2014 for kategori 4, der består af hoteller i provinsen med en omsætning på mellem 15 og 60 mio.dkk.
Hvor der har været belæg for det, har vi fraveget normtallene, eksempelvis på gennemsnitspris pr. solgt værelse og belægning, da disse tal i høj grad afhænger af destination og beliggenhed. I disse tilfælde har vi anvendt erfaring fra vores øvrige analyse arbejder for tilsvarende eksisterende hoteller.

HOTEL I GILLELEJE - DRIFTSBUDGET I DRIFTSSTABILISERET ÅR (ÅR 4)				
Driftsbudget hotel i Gilleleje				Alle beløb i TDKK.
		Scenarie		
Hovedtal	"Grund A"	"Grund B"	"Grund C"	Horesta 4
	55%	60%	55%	Normtal 13/14
Omsætning				(øvre kvartil)
Værelsesomsætning	16.055	19.169	16.055	
Konferenceomsætning	2.992	3.520	3.168	
Spa og wellness omsætning	5.304	6.240	5.616	
F&B omsætning (selskaber og a la carte)	9.499	11.176	10.058	
Morgenmadsomsætning	3.371	3.681	3.371	
Omsætning i alt	**37.221**	**43.786**	**38.268**	100,00%
Direkte omkostninger	6.129	6.949	6.335	
	16,5%	15,9%	16,6%	17,5%
Dækningsbidrag 1	**31.092**	**36.837**	**31.933**	
	83,5%	84,1%	83,4%	82,50%
Lønninger i alt	14.152	15.379	14.541	
	38%	35%	38%	38,0%
Dækningsbidrag 2	**16.940**	**21.458**	**17.392**	
	45,5%	49,0%	45,4%	44,5%
Fælles omkostninger				
Personale	1.950	1.950	1.950	
Lokale- og ejendomsomkostninger	2.200	2.200	2.200	
Salg og markedsføring	1.225	1.225	1.225	
Administration	1.025	1.025	1.025	
Kapacitetsomkostninger i alt	**6.400**	**6.400**	**6.400**	
	17,2%	14,6%	16,7%	18,9%
Resultat før husleje, afskr. og renter (GOP)	**10.540**	**15.058**	**10.992**	
	28,3%	34,4%	28,7%	25,6%
Nøgletal				
Antal værelser (Normtal: i gennemsnit pr. hotel)	100	100	100	119
Belægningsprocent	55,0%	60,0%	55,0%	55,0%
ADR (gennemsnitspris pr. værelse solgt)	800	875	800	623
Revpar	440	525	440	343
Trevpar	1.020	1.200	1.048	743
Goppar	289	413	301	190
Totalomsætning pr. værelse	372.211	437.855	382.679	271.019
Samlet løn%	38,0%	35,1%	38,0%	38,0%
Rengøringsomkostning pr. solgt værelse	107,0	100,7	107,0	76,0
Linnedomkostning pr. solgt værelse	16	16	16	24
Omkostning til rengøring i alt i pct	5,8%	5,0%	5,6%	8,1%

Ovenstående budget er udarbejdet på grundlag af delkonklusionerne i nærværende rapport samt følgende forudsætninger.

Antal værelser:	100	
Fordeling:		
Standardværelser	100	
Studios/suiter	0	
Åbningsdage p.a.:	365	
F&B outlets:	2	Restaurant og bar
Spa/ wellness	ja	Ca. 1.000 m2
Konferenceafdeling	ja	
Selskabsafdeling	ja	
Mulighed for tilkøb af morgenmad	ja	
Bemandet reception	ja	
Natbemanding reception	ja	
Pris pr. linnedskift pr. enkeltværelse	23,67	
Pris pr. linnedskift pr. dobbeltværelse	45,06	
Gennemsnitlig opholdslængde. Antal dage:	2,5	
Gæster pr. værelse i gennemsnit	1,75	
Salgspris for morgenmad pr. person INKL moms	120	
Omkostning til vareforbrug til morgenmad pr. person ex moms:	30	
Omkostning til vareforbrug øvrig F&B omsætning	28%	

Der budgetteres med omsætning fra såvel selskaber, a la carte restaurant og spa faciliteter. Omsætningen fra især spa faciliteterne er sat meget konservativt, når vi sammenligner med spa hoteller i såvel Danmark og Sverige. Dette begrundes med, at der er stor usikkerhed om de realistisk mulige byggearealer på de forskellige grunde, samt størrelsen af investeringerne i sådanne faciliteter.
Budgettet viser et Resultat før husleje, afskrivninger og renter på (GOP) på mellem 28,3% og 34,4% af omsætningen for de beliggenheds scenarier svarende til mellem TDKK 10.540 og TDKK 15.058. Scenariet "Grund B" (strandarealet ved havnen) viser det bedste resultat.

GOP skal, for at projektet skal være rentabelt, kunne dække omkostningen til husleje i de tilfælde, hvor bygningen er ejet af en anden juridisk enhed, og i tilfælde af samme ejer for ejendom og drift skal beløbet dække udgifter til forrentning og afdrag på lån samt øvrige ejendomsomkostninger.

Markedslejen for et hotel med ovenstående omsætningsfordeling vurderes til at ligge mellem 7,0 og 8,5 mio.dk, hvilket der i alle 3 scenarier er plads til i det budgetterede GOP. Det vurderes, at det beskrevne hotel vil kræve en bygning på min. 6.000 m2, hvilket umiddelbart virker i overkanten til såvel arealerne "Grund A" og "Grund C".

Ud fra en estimeret forrentningsprocent på f.eks. 6,5% vil der skulle bygges for mellem 108 og 130 mio.dk, hvilket vi umiddelbart vurderer som realistisk på baggrund af de oplysninger, som vi p.t. har modtaget. Byggeprisen svarer til en pris pr. m2 i niveauet TDKK 18 og 22.

Ved realisering af et hotelprojekt som beskrevet ovenfor vil lokalsamfundet blive påvirket af effekten af at blive tilført nye arbejdspladser (ca. 40-45 årsværk) samt 30-40.000 nye gæster pr. år.

DET VIDERE FORLØB - ANBEFALINGER

Vi vil anbefale følgende forløb, for at komme videre med projektet.

- Konkretisering af de forskellige grundarealer m.h.t. byggeprocenter o.s.v.
- Få afdækket eventuelle specielle forhold i forbindelse med byggeri på grundarealerne (pilotering mv).
- Finjustering af ovenstående grove budget, når vi kender til de faktiske muligheder på grundarealerne.
- Involvering af nøgle personer i lokalområdet (branchefolk m.v.)
- Workshop dag hvor projektet vendes og drejes med input fra f.eks. arkitekt, landskabsarkitekt, miljøfolk, turistfolk, (NHC?) o.s.v.
- Kontakt til potentielle investorer og /eller mulige operatører

KONKLUSION

På grund af Gillelejes ”brand” værdi, dens bymiljø og dens i forvejen høje kendskabsgrad mener vi, at der er grundlag for at opnå en omsætning for et kommende hotel, som er et pænt stykke over regionens gennemsnit. Vi har således i vores kalkulationer anvendt belægningsprocenter og værelsespriser, som ligger højere end branchens gennemsnit.

Områdets begivenheder og aktiviteter vurderes ikke at kunne skabe den fornødne efterspørgsel til et nyt hotel, hvis der ikke tilføres det pågældende hotel faciliteter, der i sig selv kan skabe efterspørgsel i form af højt profilerede restaurantfaciliteter, konferencefaciliteter og en spa/wellness afdeling.

Vi finder det endvidere sandsynligt, at et nyt hotel med det rigtige koncept og velfungerende restaurantfaciliteter og spa faciliteter vil kunne tiltrække mange dagsgæster fra det Storkøbenhavnske område.

Ligeledes vil selskabslokaler i forbindelse med restaurantfaciliteterne kunne tiltrække bryllupper, runde fødselsdage, firmafester m.v., som også vil kunne bidrage til belægningsprocenten.

I facilitetsbeskrivelsen har vi foreslået aktiviteter indenfor spa / wellness området for at kunne strække sæsonen ud over den normale sommerperiode og dermed skabe en højere gennemsnitlig årlig belægning på hotellet. Disse faciliteter skal gennemtænkes meget nøje, således at de ikke vil påføre driften af hotellet for høje driftsomkostninger. Spa segmentet er i stor fremgang i eksempelvis Sverige, og vi har indhentet sammenligningstal fra det svenske spa marked.

Da en væsentlig del af de besøgende i landsdel Nordsjælland er konference gæster, har vi i vores model endvidere foreslået at indrette en del af hotellet med kursus- og konferencefaciliteter. Dette vil yderligere styrke sæsonudjævningen, og i øvrigt komplementere spa/wellness faciliteterne.

I nærværende beskrivelse arbejder vi med et hotel med 100 værelser. Dette er valgt ud fra, at der endnu ikke er fastlagt en endelig beliggenhed, og der derfor er usikkerhed om grundarealets størrelse. De 100 værelser kan betragtes som en minimums størrelse, da investering i konference og ikke mindst spa/wellness faciliteter vil kræve en vis værelseskapacitet for at kunne forsyne faciliteterne med det fornødne antal gæster. Et hotel med et højere antal værelser vil givetvis vise bedre økonomiske nøgletal. Vi har dog i vores sammenligninger anvendt tal fra hoteller med samme antal værelser som der p.t. er anvendt i kalkulationerne.

Som det fremgår af målgruppeafsnittet, besøges Gilleleje i dag primært af danske og skandinaviske gæster. Vi mener, at de primære markeder for overnattende gæster på et kommende hotel vil være de samme, som allerede i dag findes i Gilleleje, og et nyt hotel vil således relativt hurtigt kunne opnå en fornuftig markedsandel.

Målgruppen for hotelgæsterne vil være par der rejser uden børn (”Det Gode Liv”), fritidsgæster +60 (sæsonudjævning), fritidsrejsende indenfor spa og wellness, konferencegæster, dagsgæster indenfor spa og wellness, selskabsgæster og restaurantgæster.

På baggrund af ovennævnte, samt under forudsætning af, at der kan bygges de beskrevne antal kvadratmeter på de beskrevne eller tilsvarende beliggenheder til de anførte byggesummer, og såfremt der kan findes investorer til projektet, som kan acceptere de anførte betingelser, mener vi således, at der vil være et marked for et nyt hotel i Gilleleje.

Af de vurderede 3 beliggenheder viser kalkulationen for grundarealet ved havnen (”Grund B”) det mest positive resultat, og de 2 øvrige beliggenheder vil formentlig ikke kunne rumme det fornødne byggeri til et rentabelt projekt i den størrelse, som er beskrevet i nærværende rapport.

I tilfælde af, at ansøgningen om bebyggelse på strandgrunden ved havnen ikke imødekommes, kan en anden størrelse hotelprojekt på en af de 2 øvrige beliggenheder vise sig at være rentabelt såfremt forudsætningerne og konceptet ændres, men denne model er ikke belyst i nærværende rapport.

Et nyt hotelprojekt som beskrevet i nærværende rapport vil tilføre lokalområdet ca. 40-45 nye arbejdspladser samt 30-40.000 nye gæster årligt.

ERKLÆRING & COPYRIGHT

Nærværende rapport er udarbejdet på grundlag af vores research og de oplysninger, som er blevet stillet til rådighed for os på tidspunktet for rapportens udfærdigelse. Nordic Hotel Consulting giver dog ingen garantier og kan ikke drages til ansvar for resultaterne af de beslutninger som træffes på grundlag af denne rapport.

Undertegnede erklærer herved ikke på nogen måde, ved slægtskab eller andet, at være i afhængighedsforhold til adkomsthaver eller rekvirent, eller i øvrigt at have nogen økonomisk eller anden uvedkommende interesse i analysens udfald.

Rapporten må ikke uden Nordic Hotel Consultings skriftlige tilladelse benyttes af andre end rekvirenten eller relevante interessenter relateret til projektet. Analysen må ikke anvendes til andre formål end angivet, eller i øvrigt gengives helt eller delvist.

John Ankjær
Senior Konsulent

Sarah Sonne Larsen
Hotelkonsulent

BILAG 1: ORDFORKLARINGSLISTE

Belægningsprocent	Andel af værelser der er udlejet i % af det mulige antal udlejede værelser.
ADR	*Average Daily Roomrate.* Gennemsnitlig pris opnået pr. solgt værelse eksklusiv moms og eksklusiv morgenmad.
RevPAR	*Revenue per available room*. Opnået værelsesomsætning pr. tilgængeligt værelse. Udregnes i praksis ved at gange belægningsprocent med ADR, og er det mest sigende nøgletal for et hotel til vurdering af kapacitetsudnyttelsen.
GOP	*Gross Operating Profit.* Resultat før husleje, afskrivninger og finansiering.
GOPPAR	*GOP per available room.* Den andel af Resultatet før husleje, afskrivninger og finansiering, som hvert tilgængeligt værelse bidrager med.
F&B	*Food & Beverage.* Restaurantomsætning (Mad og drikkevarer).
APR – Average Published Rate	Den gennemsnitlige værelsespris som fremkommer ved at søge på de officielt tilgængelige kanaler eller egen hjemmeside på en given dato på et givent hotel. Angives i Danmark inklusiv moms og ofte også inklusiv morgenmad.
Faste priser	Når prisen for det samme værelse ikke varierer i forhold til efterspørgsel, sæson m.v.
Flydende priser	Når der arbejdes med prisfastsættelsen på et hotelværelse i forhold til høj- og lavsæson, i forbindelse med store begivenheder og dermed stor efterspørgsel. Kan også eksempelvis forekomme i form af specielle weekendpriser osv.
Revenue Management	Ledelsesform, der sikrer at hotellet jævnligt overvåger markedet; checker konkurrenternes priser på fremtidige datoer m.v. og justerer egne priser og egen tilgængelighed i henhold til omgivelserne og til fremtidig efterspørgsel.