

# Reiseliv 1

BRANSJEMAGASINET FOR HOTELL, RESTAURANT & OPPLEVELSE

«Time over»  
for timeshare?

Enorme tap av  
losjinntekter for  
storbyhotellene

Norske gjester  
kan ikke berge  
vintersesongen

**Bente Bratland Holm** - Alle våre aktiviteter har som mål å bidra til at vi, i den andre enden av pandemien, fortsatt har et solid norsk reiselivsprodukt.



# Norsk Sommelier Utdannelse

## Kurs og studier 2021

Norsk Sommelier Utdannelse har utdannet innen vinfaget i 18 år med stor suksess.  
Kurs og studier arrangeres over store deler av landet.



### Grunnkurs Vin mars / september

I tillegg til sommelierstudiet som er godt igang for i år, tilbyr vi flere ulike kurs. Vårt Grunnkurs Vin går over fire intensive studiedager. Her vil du få en god introduksjon til vinens verden.

Dato for neste Grunnkurs:  
2., 3., 9., 10. Mars, i Oslo.

### Online Grunnkurs

Vi har utformet et 4 dagers online kurs der du får tilgang på våre egne opptak samt viner på smakeflasker tilsendt per post. På denne måten kan du lære og smake uavhengig av hvor du befinner deg i landet. Kurset er tilgjengelig fra mai.

### Skreddersydde kurs

Vi får stadig forespørsler fra restauranter og hoteller rundt om i landet som ønsker å kurse sine ansatte. I disse tilfellene lager vi et opplegg tilpasset dine ønsker og kommer dit du er. Ta kontakt om dette skulle være interessant for din bedrift.

Se vår nettside [vinkelneren.no](http://vinkelneren.no) for komplett kursoversikt og kursbeskrivelser:

- Intro til Vin - halvdagskurs
- Grunnkurs Vin - 4 dager
- Fordypning Grunnkurs - 8 dager
- Online Grunnkurs Vin - 4 dager
- Master Sommeliers Introductory
- Master Sommeliers Certified

# Reiseliv 1

## Utgiver:

Dagens Perspektiv AS  
Grubbegata 14,  
0179 Oslo  
+47 24 077 007

[adm@dagensperspektiv.no](mailto:adm@dagensperspektiv.no)

## Redaktør

Hans Kristiansen  
[hans@medierogledelse.no](mailto:hans@medierogledelse.no)

## Publisher:

Magne Lerø  
[ml@dagensperspektiv.no](mailto:ml@dagensperspektiv.no)

## Annonser:

A2Media, Hilde  
Holtekjølen  
[hilde@a2media.no](mailto:hilde@a2media.no)  
+47 9012 7006

## Abonnement/ kundeservice:

[www.reiseliv1.no](http://www.reiseliv1.no)  
Tlf. 24077 007  
[abo@dagensperspektiv.no](mailto:abo@dagensperspektiv.no)

## Layout:

Bram Design

## Trykk:

Printall AS

## Forside foto:

Fjord Norge/  
Visit Voss.  
Foto: Jon  
Hunnålvatn Tøn

ISSN: 0806-0029

Reiseliv1 er redigert i tråd med reglene i Vær Varsom-plakaten, Redaktørplakaten og Tekst-reklameplakaten.

Klager ang. presseetiske spørsmål kan rettes til PFU.



HANS KRISTIANSEN  
REDAKTØR

## Reisebransjen vil komme sterkt tilbake

\* Starten på 2021 ble ikke noe bedre enn avslutningen av fjoråret, med nye nedstengninger, skjenkestopp og andre begrensninger i folks liv. Det har vært svært liten aktivitet i reiselivsbransjen i første kvartal, så langt, men mange har store forhåpninger til 2. og 3.kvartal.

De siste månedene, etter at flere produsenter meldte at de hadde lykket med å utvikle covid-19 vaksiner, har vi øynet et lys i enden av tunnelen. Vi har fått skuffelser tidligere, da vi trodde pandemien nærmet seg slutten, men takket være vaksiner og generell pandemitretthet, er det mye som taler for at vi kan starte nedtellingen nå.

Det skulle vært fullt kjøp på norske vintersportssteder i disse dager, men dansker og andre utlendinger, som vanligvis fyller opp ukedagene, må holde seg hjemme. Nå er det kun norske skigjester som kommer, men de kan på ingen måte kompensere for bortfallet av utlendinger, de fleste steder. Det samme gjelder nordlysturismen, i Nord-Norge. Mange kommuner er helt avhengige av turismen, når turistene uteblir får det store negative ringvirkninger i lokalsamfunnet.

For å få fart på reiseaktiviteten over grensene igjen, er det mange som nå ønsker seg en alternativ modell til å behandle hele land som røde risikoområder. De mener det er bedre å legge opp til testing ved avgang og ankomst, uten karantene. Så lenge pålegget om karantene ved ankomst gjelder, vil ikke folk flest reise.

Da virusmitten kom for rundt ett år siden, begynte det som en helsekrise, men det tok ikke lang tid før det også ble en økonomisk krise, både for bedrifter og ansatte. Mange har vært permittert i snart ett år, det koster mye både økonomisk og mentalt. For at jobbene skal komme tilbake igjen, må folk begynne å reise og benytte serveringsstedene, slik de gjorde før.

Vi vet at enden på pandemien nærmer seg, men vi vet ikke om det blir i vår, eller om det tar enda noen måneder. Mye tyder på at vi må leve med coronaviruset fremover. Hvis det stemmer, må vi finne en riktig avveining mellom hensynet til folkehelsen og hensynet til å opprettholde økonomisk og sosial aktivitet.

Et stort antall hotellansatte med lang erfaring og høy kompetanse er allerede sagt opp, og dyktige medarbeidere med spesialkompetanse, f.eks. på IT, forsvinner til andre bransjer, som synes sikrere.

Petter A. Stordalen har annonsert et blodbad for hotellbransjen i 2021, nå når alle regningene som ble skjøvet på fra i fjor skal betales, bl.a. utsatte terminer for MVA og arbeidsgiveravgift. De første konkursene er allerede kommet.

På kort sikt er eneste redning at kompensasjonsordningene fra det offentlige må dekke alle reelle uunngåelige utgifter. Men det som egentlig må til er at hoteller, serveringssteder og andre reiselivsbedrifter kommer tilbake i normal drift, så raskt som mulig.

De internasjonale børsene viser positive tall, også for de fleste store operatørene innen reisebransjen. Alle skjønner at reisebransjen kommer sterkt tilbake. Det er ingen tvil om at vi trenger hoteller, restauranter, transportselskaper, aktivitetsleverandører og andre tilbydere, i fremtiden også. \*



Leverandøren med det lille ekstra

VÅRE VAREMERKER



VALGT AV



Vil du vite mer om hva Black Design / Vevle Interiør kan tilby?

Ta kontakt på tlf: 74 08 62 00, e-post: [andre.vevle@blackdesign.no](mailto:andre.vevle@blackdesign.no) eller ta en titt på: [forhandler.blackdesign.no/horeca](http://forhandler.blackdesign.no/horeca)



# I denne utgaven



**16** - Vi er forsiktig optimistiske når det gjelder hotellåret 2021, sier Tom Flanagan Karttunen, Area Senior Vice President i Radisson Hotel Group.

**Det viktigste for oss er at regjeringen ser tiltak mot ansatte og bedrifter i en sammenheng. ”**

**42** - Jeg har vært i kontakt med mange som har det tungt, sier Clas Delp, forbundssekretær i Fellesforbundet.



**10** Atle Hovi på Beitostølen, kan tilby flotte skiforhold, men norske gjester kan ikke erstatte de mange utlendingene som ikke kommer denne vinteren.

**Idag kan hvem som helst booke seg inn på timeshare-anleggene og trenger ikke betale mer for en ukes opphold enn hva medlemmene må betale i årlig avgift. ”**

**26** ANFIs to 5-stjerners resorts på Gran Canaria har vært verdens bestselgende timeshareanlegg, med over 33.000 andelseiere, derav rundt 7000 norske.



**20** På få år har REKOM tatt posisjonen som Nordens største og en av Europas ledende bargrupperinger.



**54** Dag E. Tjersland driver fire restauranter i Oslo-området. Det er knalltøffe tider for ham og hans bransjekolleger.



**56** - Alle våre aktiviteter har som mål å bidra til at vi, i den andre enden av pandemien, fortsatt har et solid norsk reiselivsprodukt, sier reiselivdirektør Bente Bratland Holm.



**32** Mange hoteller har installert ladestasjoner for elbil det siste året. Nordmenn reiser mer i eget land og da er lademuligheter for elbil blitt ekstra viktig.

**Faste Spalter**

- 06.** Nyhet
- 36.** Presidentens spalte
- 56.** Portrett
- 60.** Hotellplaner
- 61.** Konkurs
- 61.** Reiselivskalender
- 62.** Bransjenytt
- 64.** Produktnytt

## 4 fra reisebransjen, av de 5 selskapene som fikk mest corona-kompensasjon

Scandic Hotels, Color Line, Hurtigruten og Oslo Plaza, sammen med seismikk-selskapet PGS Geophysical, fikk i alt 46 prosent av totalbeløpet på nesten NOK 900 millioner. Resten er fordelt på rundt 2800 bedrifter, ifølge NRK.no.

- **Scandic Hotels**  
NOK 145,1 millioner (september til desember).
- **Color Line**  
NOK 92,3 millioner (september til desember).
- **PGS Geophysical**  
NOK 66,6 millioner (september og oktober).
- **Hurtigruten**  
NOK 65,1 millioner (september og oktober).
- **Oslo Plaza**  
NOK 32,9 millioner (september til desember).

Disse tallene gjelder kun utbetalinger i siste kompensasjonsrunde 2020.

For få tilskudd til å dekke faste, unngåelige kostnader, må bedriften blant annet ha hatt et omsetningsfall på 30 prosent, som hovedsakelig skyldes coronapandemien.

Ordningen gjelder fra september 2020 og ut februar 2021. Regjeringen har sagt at ordningen vil videreføres så lenge det er behov. \*

Foto: Michelin



## Fortsatt stjernedryss for franske restauranter

Selv om restaurantene i det meste av verden har lagt et katastrofalt år bak seg, og fortsatt har store problemer, har Guide Michelin fortsatt å drysse stjerner over bransjen. Nylig kom nye guider både for Frankrike og UK.

Michelin innrømmer at det er uvanlige tider for å dele ut stjerner, men de vil fortsette å gi restaurantbransjen positiv oppmerksomhet, noe som gjør folk flest interessert

Michelin Guide France inneholder 638 stjerneverstaurant, inkludert 57 nye. I Frankrike er det nå 534 restauranter med 1 stjerne, derav 54 nye. 74 med 2 stjerner, derav 2 nye og 30 med 3 stjerner, derav 1 ny, AM par Alexandre Massia i Marseille.

AM par Alexandre Massia i Marseille har nå fått sin tredje Michelinstjerne.



# Velkommen til Reiseliv1

Bladet du leser nå har skiftet navn fra HRR (Hotell, Restaurant & Reiseliv), til Reiseliv1.

Bladet har nå blitt en del av Dagens Perspektiv, og med det har vi modernisert oss og utvidet antall sider med blant annet med en fast seksjon om ledelse. Det aller meste av innholdet og valg av temaer, vil trofaste lesere kjenne igjen.

Vi vil også fremover være bransjens talerør og formidle nyheter, gode historier og inspirasjon. Vi håper lesere og annonsører vil like endringene, og vi er fortsatt åpne for tips om stort og smått i reisebransjen.

**Picasso** DIGITAL

# La **Mona**, din digitale assistent hjelp dere igjennom krisen

- Digital betaling
- Digital innsjekk
- Digital utsjekk
- Digital nøkkelutlevering
- Alt styres via gjestens mobil

Mona er Picasso Digital's nye digitale assistent, som påtar seg en rekke oppgaver, slik at dere får mer tid til service og sparer kostnader til drift.

Mona reduserer dessuten potensiell smitterisiko ved å eliminere en rekke fysiske kontaktpunkter, samt reduserer klimabelastning ved utelukkende å operere digitalt **via gjestens mobiltelefon.**



**AK** TECHOTEL

Se mer på [www.techotel.no](http://www.techotel.no)  
Ring oss på +47 66776900



## Britannia er blitt TV-stjerne

\* Nå er TV-serien om Britannia Hotel klar og kan ses på TV Norge og Discovery+. Serien på ni episoder følger hotellets ansatte bak kulissene i første driftsår etter gjenåpningen.

Helt siden Britannia Hotel stengte dørene 01. juli 2016 for en treårig totalrenovering, har et filmteam fra Ekkofilm fulgt hele prosessen frem til gjenåpningen. Hele første driftsår i 2019, til og med Michelin-utdelingen i februar 2020, er filmet og blir en del av TV-serien.

Hotellets eier, Odd Reitan, er med i serien og vi får bli bedre kjent med ham og drømmen om Britannia Hotel. I tillegg stifter vi bekjentskap med mange av de ansatte, som daglig står overfor spennende utfordringer og oppgaver, som må løses for å sikre et femstjernes opphold til gjestene.

Vi får blant annet bli med på renoveringen og planleggingen av nye Britannia Hotel, alle forberedelsene og selve åpningen av hotellet, vi får se hotellets guest relations manager forberede besøk av verdenskjente rockestjerner, 17. mai feiring, markedsføring og promotering av hotellet ute i verden, Speilsalens jakt på en Michelinstjerne, og selvsagt samspillet mellom alle de ulike avdelingene i driften av et stort og omfattende luksushotell. \*

# En av verdens største tax-free kontrakter ute på anbud

En av verdens største og mest lukrative kontrakter på salg av avgiftsfrie varer er i spill. Avinor har invitert til anbudskonkurranse om drift av alle selskapets tax-free butikker.

\* Butikkene er ved flyplassene i Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim, Kristiansand, Ålesund, Tromsø, Bodø, Harstad/Narvik, Molde og Kristiansund. Verdien av kontrakten estimeres til rundt NOK 30 milliarder i omsetning gjennom hele kontraktperioden, som strekker seg fra 2023 til 2027.

Denne kontrakten er blant verdens mest attraktive og lønnsomme innen luftfarten, og vil sikkert interessere mange operatører innen global duty free. Norske flypassasjerer kjøper mer duty free enn de fleste, og salget på ankomst utland er spesielt sterkt og står for over halvparten av omsetningen på Oslo Lufthavn. Handlekurven er større og mer variert på norske lufthavner enn på lufthavner i utlandet. Det er selvfølgelig den store prisforskjellen mellom duty free og Vinmonopolet som gjør at nordmenn handler så mye vin og brennevin.

– Vi har vært svært fornøyd med dagens driver, Travel Retail Norway, nå ønsker vi å gå ut i det internasjonale markedet for å sikre at vi fremover får de beste betingelsene og de beste butikkene, sier konserndirektør for kommersielt område i Avinor, Joachim Lupnaav Johnsen.



Inntektene fra tax-free-butikkene er et viktig fundament for Avinors økonomi, og har tradisjonelt utgjort rundt 28 prosent av selskapets årlige inntekter.

– Ved å samarbeide med verdens beste og mest effektive operatører, sikrer vi et økonomisk grunnlag som gjør at vi kan utføre vårt samfunnsoppdrag og drifte vårt flyplassnettverk, også i årene som kommer, sier Johnsen.

## Sterk trafikkøkning i 2022

Pandemien har selvsagt påvirket tax-free omsetningen negativt, som følge av den markante passasjeredgangen. Trafikkutviklingen avhenger av reiserestriksjoner, smittesituasjon og ikke minst vaksine. Avinors langsiktige scenarier for utenlandstrafikk viser en sterk økning i 2022, og at man når 2019-nivået i perioden rundt 2024/2025.

Anbudet er delt på tre pakker som dekker Oslo, større lufthavner og små lufthavner. Avinor sier det kan bli en eller flere vinnere av anbudene. Gebr. Heinemann-eide Travel Retail Norway, vant den forrige anbudskonkurranse i 2004 og





Salget på ankomst utland er spesielt sterkt og står for over halvparten av omsetningen på Oslo Lufthavn. Foto: Avinor

startet virksomhet i januar 2005.

Til Moodie Davitt eZine Report, sier Joachim LupnaavJohnsen at online-shopping vil bli enda viktigere i fremtiden, og her er det store muligheter for den eller de nye operatørene. Avinor forventer at vin og brennevin fortsatt vil utgjøre det største salgsvolumet på ankomst, mens det blir en mer balansert blanding på avgang, inkludert stadig mer parfyme og kosmetikk.

Et usikkerhetsmoment er om tax free kvoten vil bestå fremover. Avinor sier at alle politiske risikoer som kan føre til forandringer, vil bli dekket under avtalepunktene i den nye kontrakten. Vi er ganske sikre på at duty free-systemet vil vare ut kontraktsperioden. Det viktige er prisene på Vinmonopolet, hvis kundene på duty free ikke ser særlig prisforskjell, handler de ikke. Når det gjelder fleksibilitet i dette anbudet, bygger vi inn mekanismer som tar høyde for ulike scenarier, slik som det vi er inne i nå, inkludert politisk risiko, sier Johnsen til Moodie Davitt eZine Report.

Deadline for å levere tilbud er 23.april. Det regnes med at kontraktene kan signeres i august. Da blir det rundt 16 måneder til oppstart i januar 2023. \*

## Innhentingsfasen vil vare minst til slutten av 2023

Selv om vaksineutrulling er vellykket, vil det ta lengre tid før reisevirksomheten normaliserer seg. - Flyelskaper og hoteller må bygge opp kapasiteten igjen skritt for skritt. De siste analysene fra Tourism Economics, viser at innhentingsfasen minst vil vare til slutten av 2023. Reiser til Tyskland fra europeiske land vil innhente seg raskere enn fra andre markeder, mens fritidsreiser vil komme raskere tilbake enn forretningsreiser, sier Petra Hedorfer, administrerende direktør i Tysklands Nasjonale Turistkontor (DZT).

- FN's turismeorganisasjon UNWTO prognostiserer en tilbakegang i internasjonale besøk på mellom 60 og 80 prosent. Det er dramatisk. I tillegg kan vi ikke forvente en lineær innhentingssprosess. I fjor sommer gikk jo infeksjonstallene tydelig ned, men i høst fikk vi et sterkt tilbakeslag, som påvirket mange europeiske land. Etter min mening må vi innstille oss på en lengre gjenreisningsfase.

Det finnes likevel mange grunner til å være optimistisk. Aller mest fordi millioner av mennesker venter på å igjen kunne reise uhindret, oppdage nye land og kulturer, dra på forretningsreiser og treffe folk personlig. Studier fra IPK International viser at i flere land er folk generelt sett mer innstilt på å reise utenlands igjen.

Pandemien skyter fart på mange endringsprosesser og har eksempelvis gjort bærekraft enda viktigere. Nesten 80 prosent av utenlandsreisende fra våre hovedmarkeder kan se for seg at pandemien vil føre til mer bærekraftig turisme. 55 prosent av de spurte i den siste covid-19-studien fra IPK International, angir at en mer naturorientert ferie er aktuell for dem.

Nye undersøkelser fra European Travel Commission viser at bylivsentusiaster vil være de første som begynner å reise igjen.

Tyskland er et viktig messe- og konferanseland, dette segmentet vil ha utfordringer over lengre tid. Med 23 prosent i 2019, er forretningsreiseandelen av innkommende turisme i Tyskland uforholdsmessig høy, både fordi vi er det ledende messelandet, men også grunnet landets geografiske posisjon som konferanselokasjon i Europa. Akkurat på dette området forventer vi store endringer. Det vil sannsynligvis i større grad preges av alternativer i fremtiden, som virtuelle og hybride formater, sier Petra Hedorfer i DZT. \*

Petra Hedorfer er administrerende direktør i Tysklands Nasjonale Turistkontor (DZT).



# «Time over» for timeshare?

Timeshareselskapet ANFI på Kanariøyene anklages for å prøve å unnlate å betale mange millioner euro i kompensasjon til timeshareeiere, som domstolen har pålagt dem å gjøre, på grunn av tvilsomme salgsmetoder.



\* ANFIs to 5-stjerners resorts på Gran Canaria har vært verdens bestselgende timeshareanlegg, med over 33.000 andelseiere, derav rundt 7000 norske, siden åpningen i 1992. Den norske gründeren Bjørn Lyng, som døde i 2006, eide halvparten av selskapet. Men de siste årene har det vært en sterk nedgang i populariteten til timeshare over hele verden, mange eksperter tror bransjen vil ha problemer med å overleve.

– Resten av reisebransjen har fornyet seg og gått forbi timeshare-modellen, sier Jack Dawson, kontraktseksperter i European Consumer Claims (ECC). - Dagens forbrukere kan bo på samme resorts, til samme pris, uten å måtte forplikte seg økonomisk på forhånd, og uten å betale en årlig avgift. Det er ikke lenger noen fordeler ved dyre klubb-medlemskap, sier Dawson.

Timeshare-prinsippet går ut på at man kjøper rettighet til en, eller flere uker i en bestemt leilighet på et ferieanlegg, i tillegg må man betale en årlig avgift som skal gå til vedlikehold, administrasjon etc. Da timeshare-resortene kom for alvor på 1980- og 90-tallet, kunne de tilby betydelig høyere kvalitet enn normale charterferie-resorts og -hoteller. Men i dag kan hvem som helst booke seg inn på timeshare-anleggene og trenger ikke betale mer for en ukers opphold enn hva medlemmene må betale i årlig avgift. Det er ikke lenger noen økonomisk fordel å være timeshare-andelshaver. Det er nå svært vanskelig å selge timeshare-andeler, noe mange eksisterende eiere prøver på. Covid-19

pandemien har gjort det enda verre, andelseierne er nødt til å betale full årsavgift, selv om de ikke kan benytte sine ferieuker.

– Å komme seg ut av en timesharekontrakt er vanligvis ikke lett, og siden det nesten ikke er salg av nye andeler, er operatørene desperate etter å holde på medlemmer som er forpliktet til å betale årlige avgifter. Dette er en inntektskilde de ikke har råd til å miste, sier Andrew Cooper, adm. dir. i ECC.

## Saksøkt for store summer

Fra 1999 er det kommet en rekke nye europeiske lover og regler for å beskytte kundene fra pågående timesharelger. Nesten alle de store timeshare-resortene har ignorert disse reglene og er derfor blitt saksøkt for store summer i kompensasjon.

Dette gjelder også ANFI. Ett timeshare-klageselskap alene (CLA) har over 600 rettskjennelser imot selskapet, på tilsammen rundt EUR 8 millioner (NOK 82 millioner) i kompensasjon til tidligere medlemmer.

Mange av ANFIs aktiva, inkludert en golfbane, vedlikeholds-fondet og til og med EUR 600.000 (NOK 6,2 millioner) i skatterabatt, er det tatt beslag i. Disse kravene kommer på toppen av alle problemene med covid-19 og gjør at mange medlemmer frykter at deres kostbare medlemskap ikke har noen verdi i fremtiden.

Ifølge den spanske avisen El Diario, opplyser et advokatfir-



Anfi del Mar, med 869 leiligheter, ligger flott til ved Arguineguin på Gran Canaria.

ma som representerer tidligere ANFI-klienter, at ANFI flytter på verdier, for å unngå å oppfylle pålegg fra domstolene, noe som i tilfelle vil være kriminell aktivitet.

## Lyng-familien ute

Lyng-familien hadde vært med fra starten, de solgte i 2016 sin halvdel av Anfi del Mar ved Arguineguin på Gran Canaria, til hotellkjeden IFA Hotels. Prisen var EUR 41,2 millioner (NOK 426 millioner). Den kanariske hotellkjeden Lopesan er hovedeier i tyske IFA, og det finnes flere IFA- og Lopesan-hoteller på Kanariøyene. Det kanariske selskapet Grupo Santana Cazorla tok over den andre halvdelene etter det tyske reiseselskapet TUI i 2004. Kjøpesummen skal den gang ha vært rundt EUR 100 millioner (NOK 1 milliard).

Anfi Gruppen eier også ferieanlegget Anfi Tauro på Gran Canaria. Anfi del Mar og Anfi Tauro består av flere bygninger med nesten 1000 ferieleiligheter. Første byggetrinn sto ferdig i 1993. Anfi del Mar har 869 leiligheter på fra 80 til 360 kvadratmeter, en kunstig strand og en kunstig øy, åtte store badebassenger, spa, vannsportsenter, kjøpesenter med 20 butikker, barer og restauranter. Anfi Tauro åpnet i 2007 og har 119 leiligheter. I Tauro er det hotell, badebassenger, to golfbaner med 18 og 9 hull, kunstige innsjøer, supermarked og restauranter. \*

# Strawberry Forever solgt

I tillegg vil Starwood Capital og Strawberry Forever samarbeide om fremtidige hotellinvesteringer i de nordiske land. Strawberry Hospitality Group/Nordic Choice Hotels skal fortsatt drive Skt. Petri, mens Starwood Capital planlegger å videreutvikle hotellet.

- Denne transaksjonen markerer starten på et samarbeid mellom Strawberry og Starwood Capital, verdens ledende hotellinvestor. I en post-korona verden, ser vi mange muligheter sammen, etterhvert som hospitality-bransjen tar seg opp igjen. Det er kanskje et tegn at vårt første samarbeid kommer til å bli en av de største europeiske hotelltransaksjonene i 2021, sier Petter A. Stordalen.

- Vi er glade for å kunne annonsere kjøpet av Skt. Petri, dette er Starwoods første eiendomsinvestering i Danmark, og vi ser frem til å komme med nye planer for hotellet etterhvert. Vi ser også frem til å utforske fremtidige oppkjøp sammen med Petter Stordalen, som har en unik bakgrunn innen hospitality i de nordiske land, sier Timothy Abram, Vice President i Starwood Capital.

Arctic Securities og Bech Bruun representerte Strawberry Forever i forbindelse med salget. Nordic Hotel Consulting, Paul Hastings og Accura var rådgivere for Starwood Capital.

Også etter salget av Skt. Petri er Stordalen sterkt tilstede i København. I fjor åpnet den danske hovedstadens nye luksushotell, Villa Copenhagen, som Nordic Choice Hotels drifter, men ikke eier. Stordalen eier derimot Comfort Hotel Vesterbro, med 400 rom på Vesterbrogade. Ifølge Standby.dk er også dette hotellet til salgs.

I mars åpner Comfort Hotel Copenhagen Airport, som skal drives av Nordic Choice Hotels, bygningen eies av Københavns Lufthavn. \*

## Starwood Capital

Starwood Capital Group er et privat investeringsselskap med fokus på global eiendom, energi-infrastruktur og olje & gass. De har rundt 4000 ansatte og styrer investeringer på over \$60 milliarder (NOK 512 milliarder).



Starwood skal nå investere ytterligere i Skt. Petri, og oppgradere hotellet.

### Om tallene

Tallene er basert på rapportering fra deltakende hoteller til Benchmarking Alliance (BA). «Dekningen» varierer – typisk er 85-95 % av alle hotellrom i de norske storbyene representert. For eksempel i Oslo med Fornebu inngår hoteller med totalt nærmere 15 000 rom, mens det i Bergen er rundt 6 500. Også hoteller i andre norske byer og steder rapporterer inn tall, i tillegg til anlegg fra en rekke byer i Norden og Baltikum.

BA tilbyr også systemer for benchmarking innen totalomsetning, konferanse og restaurant, samt benchmarking av forhåndsbooking («On the Books», se tabell i artikkelen).

## DE NORSKE STORBYHOTELLENE I JANUAR:

# Enorme tap av losjinnntekter

**Ikke bare fører pandemien og myndighetenes restriksjoner til ekstremt lave beleggprosent. De samlede losjinnntektene reduseres så mye at det nesten er ufattelig. Ferske tall fra Benchmarking Alliance viser at den negative trenden fortsetter.**

AV PETER WIEDERSTRØM, WIEDERSTRØM HOTEL CONSULTING

\* I Oslo har de månedlige droppene i RevPAR under pandemien stort sett ligget mellom 75 og 90 %, målt mot tilsvarende måned året før. I linjediagrammet ser vi differansen i RevPAR per måned de siste 12 månedene. I snitt er «dags-avviket» per måned på rundt NOK 600, og det betyr at hotellene hver dag må bokføre 600 kroner mindre i losjinnntekt per tilgjengelige rom. For et hotell med 250 rom betyr dette et bortfall av rominntekter på MNOK 4,5 per måned, eller MNOK 54 på et helt år! I tillegg kommer tapte inntekter knyttet til konferanse, mat, drikke og annet varesalg.

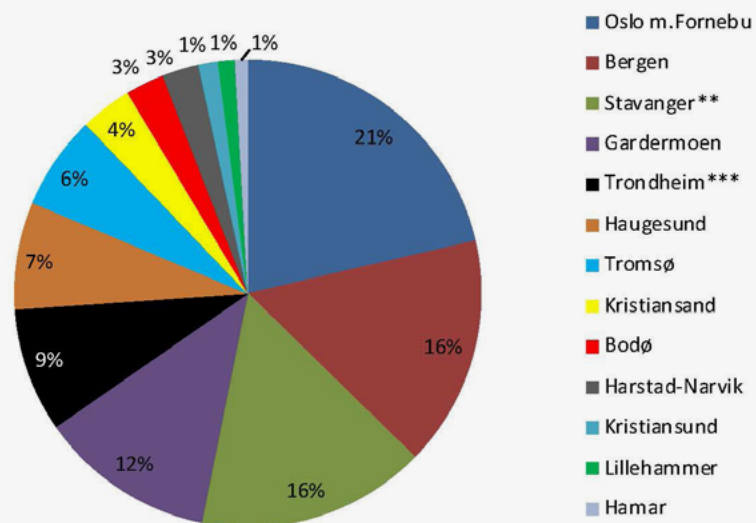
Selv om man så å si i alle markeder taper

enorme summer, varierer det relativt mye hvor store inntektsdifferansene er i de største byene. Enkelt sagt kan man si at det for tiden er aller verst stilt i Oslo og i Tromsø.

Haugesund fortsetter å være ensom svale blant de store hotellbyene, med pluss-tall. Et rombelegg på 70 % er høyt, hadde nær sagt uansett, men sammenlignet med de andre byenes januar-nivåer er posisjonen suveren. Og selv med de laveste romprisene i flokken, topper Haugesund RevPAR-over-sikten fra Benchmarking Alliance svært klart. Denne skribent kan knapt erindre å ha sett lignende kombinasjon.

Tromsø straffes ekstra hardt i disse tider,

### Andel av antall solgte hotellrom fra de 13 største byene, januar 2021.



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting

(\*\*) Stavanger er inkl. Sola og Sandnes

(\*\*\*) Trondheim er inkl. flyplasshoteller i Stjørdal

i og med at man fortsatt sammenligner med måneder der det for et år siden var høyse- song med nordlysturister. NOK 1 024 i Rev- PAR-fall i januar, er så å si uten sidestykke, om en da ikke tar med Oslo sin nedgang i juni i fjor (NOK 943). Nettopp hovedstaden har det største prosentmessige RevPAR-fallet i januar (83,2 %).

Bildet i hovedstaden ser dessverre ikke ut til å forbedre seg, i alle fall ikke om man legger bookingoversikten til Benchmarking Alliance til grunn. Deres såkalte «On the Books»-tabell for Oslo viser en innboo- king per måned fremover i tid som er dra- matisk lavere enn på samme tid i fjor. Men her skal man huske at pandemien i fjor ikke hadde «startet» her til lands i begynnelsen av februar, som er det aktuelle måletids- punktet for de to årene vi sammenligner.

«Pickup», altså netto endring i innboo- king siste måned, er stort sett svakt nedad- gående per 6. februar for de neste 12 måne- dene, mens den er null for mars (se tabell).

Mars i år på måletidspunktet (6/2-21) hadde 5 % innbooket, og det var samme sta- tus som for én måned siden (6/1-21). Derav 0 % i pickup. På samme tid i fjor (6/2-20) hadde for mars 2020 en innbooking på 27 %, derav en nedgang på 80 % (fra 27 til 5 %). Rombelegget i mars 2020 endte på 25 %.

On the Books finnes nå bl.a. for Oslo, Stavanger, Tromsø, Bergen og Kristiansand.

Om man skal se etter januar-lyspunkter utover Haugesunds strålende rombelegg og

RevPAR, må man lete grundig: Hotell dri- verne i Harstad-Narvik kan glede seg over solide rompriser (NOK 1 063), mens ho- tellene i Kristiansund, i likhet med i Har- stad-Narvik, økte romprisene fra januar 2020.

Baker vi alle solgte rom i januar i de 13 markedene sammen i én kake (se sektordi- agram), får vi noen interessante funn når det gjelder andelen de enkelte markedene har. Haugesund har flere solgte rom enn for eksempel både Tromsø og Kristiansand, til tross for antall tilgjengelige rom er langt lavere i Haugesund enn i hver av de to andre. Stavanger har cirka like mange solgte hotellrom som Bergen, enda sistnevnte har 30 % flere tilgjengelige rom enn det oljeho- vedstaden har. Vi ser også at både Bergen og, ikke minst, Stavanger, tar en langt større andel av kaken i forhold til Oslo enn det antall tilgjengelige rom skulle tilsi.

Mange hoteller har holdt stengt i «koro- naperioden», men disse rommene har inn- gått i tilgjengelig antall rom og således lagt til grunn for blant annet beregning av rom- belegg. Også belagte hotellrom knyttet til karantene og andre pandemirelaterte for- hold inngår i statistikken.

Les mer om januar-tallene i vår nettutgå- ve [www.reiseliv1.no](http://www.reiseliv1.no), der du blant annet kan få mer informasjon om oppturen for hotell- næringen i Haugesund. \*

## RevPAR\*, Oslo\*\* pr mnd.



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting

(\*) RevPAR er losjiinntekt eks. MVA per tilgjengelige rom

(\*\*) Oslo er inklusiv Fornebu

## Definisjoner

### ROMBELEGG

Rombelegg er antall solgte rom i prosent av antall tilgjengelige rom. Kan også kalles kapasitetsutnyttelse rom.

### ROMPRIS

Rompriser er i hotellsta- tistikk- sammenheng losjioversetning eks. MVA per solgte rom. Frokost og «moms» kommer altså i tillegg, og dette kan normalt i sum dreie seg om NOK 150-250. En «rompris» i statistikken på 900 kan således bety rundt 1.100 å betale for gjesten/kunden.

### REVPAR

Forkortelse for revenue per available room. I den norske hotellbransjen oversettes begrepet til losjioversetning eks. MVA per tilgjengelige rom.

Det fremkommer f.eks. ved å multiplisere rom- belegg med rompris. En rompris på NOK 1 000 og et belegg på 60 % gir en RevPAR på NOK 600 (= 1 000 x 0,6).

Det er et mye brukt måltall som gir en viss indikasjon på hotellenes muligheter for lønnsom drift, men nytten begren- ses i og med at kostnads- komponenter og andre inntekter ikke tas med.

Trysil og de andre norske vintersportstedene, taper enormt på at utenlandske gjester ikke kommer.  
Foto: Skistar/Ola Mattson



# Norske gjester kan ikke berge vintersesongen

De fleste norske vintersportstedene har lenge meldt om fantastiske forhold, både i bakkene og langrennsløypene. Det skulle ha vært fullt både der og på de fleste overnattingsstedene i januar og februar, men slik er det dessverre ikke.

AV HANS KRISTIANSEN

\* Danske, svenske og andre utenlandske gjester, legger vanligvis beslag på det meste av kapasiteten på ukedagene, de glimrer som kjent med sitt fravær. Norske gjester har fylt opp i helgene og det ser bra ut i vinterferien, men totalbelegget er katastrofalt lavt, i forhold til en normal vintersesong. I Alpene er skiheisene på de fleste vintersportsstedene stengt, det har de vært lenge.

Alpint, langrenn og andre friluftsopplevelser om vinteren, er kontaktfrie aktiviteter som gir liten smitterisiko og det er gjort en stor innsats for å legge forholdene godt tilrette for at gjestene kan være trygge. Operatører som Skistar og andre, har jobbet sammen med de lokale destinasjonsselskapene, helsemyndighetene og bransjeorganisasjonen Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner, for å coronasikre alle destinasjonene. Resultatet er blitt en rekke retningslinjer og trygghetsiltak for å gjøre det trygt og sikkert for gjester, ansatte og lokalbefolkningen. Men fraværet av gjester, og dermed omsetning, rammer lokalsamfunnene hardt, det har store ringvirkninger til alle slags virksomheter. Et stort antall er permitterte, og mange har nå vært uten jobb i snart ett år.

## 50% av sysselsetting

– Begge skianleggene i Trysil, Skistar Trysil og Fulufjellet, er nå åpne. Sesongen kom sent igang pga fravær av kuldegrader, men nå har vi drømmeforhold. Vi har hatt mye fin skikjøring i vinter. Bra med besøk av hytteiere, spesielt i helger og juleferien. Rolig i midtukene. Gjestene er hovedsakelig nordmenn, eller utenlandske som bor/jobber i Norge, sier Gudrun Sanaker Lohne, daglig leder i Destinasjon Trysil.

– Vi har veldig god kapasitet fremover.

Vanligvis har vi 80% utenlandske gjester og de kommer jo ikke nå. Vi klarer ikke å fylle opp med nordmenn for å veie opp for dette. Nordmenn bestiller vanligvis sent og avventer nok reiseråd i forhold til å bestille vinterferie, selv om vi ser noe bevegelse. Så vi får se hvordan vinterferien blir.



– Vi trenger hjelp til å komme igjennom dette, sier Trysils turiststjef, Gudrun Sanaker Lohne.

Reiselivet er grunnlaget for over 50% av sysselsetting og verdiskaping i kommunen, så Trysil er hardt rammet. Over 10% arbeidsledighet, helt eller delvis, og flere virksomheter er usikre på fremtiden, spesielt de som har flest utenlandske gjester. Allikevel ser vi at de aller fleste sier at de skal komme seg gjennom dette og vi gjør alt vi kan for å hjelpe dem gjennom denne krisen. Vi tror at våre gjester, som er hovedsakelig skandinaviske, kommer tilbake så fort de kan reise, så det handler om å komme seg igjennom corona-krisen nå.

## Mange norske gjester

Fra myndighetenes side må det legges opp mer langsiktighet i ordninger som vedtas, og støtte virksomheter som sliter pga smittevernstiltak. Hjelp disse med nødvendige økonomiske lettelser, som lav mva, aga og kompensasjonsordninger som dekker tilstrekkelig av de faste kostnadene. Samt fleksible ordninger, som for eksempel permitteringsordninger, for at de kan tilpasse sin virksomhet fra dag til dag. Endringer skjer så fort. Etterspørselen er ikke borte, men tiltak hindrer våre gjester →

← å komme. Vi trenger hjelp til å komme igjennom dette, sier Trysils turiststjef, Gudrun Sanaker Lohne.

– *Hvordan har sesongen vært så langt?*

Vi har holdt Bergo Hotel åpent hele tiden, med utleie av hytter og leiligheter. Radisson Blu Mountain Resort, Beitostølen ble stengt uken etter Beitosprinten og åpnet igjen i jul- og nyttår, hotellet har plass til 300 gjester, pga covid-19 situasjonen satte vi et tak på 150 gjester. Radisson ble stengt etter nyttår og åpner til vinterferien, torsdag 18. februar. Vi har kun norske gjester, som normalt utgjør 80 prosent av våre gjester, sier direktør Atle Hovi i Beitostølen Resort.

– Jul og nyttår var svært bra, med det mener vi økt besøk og ingen smitte. Skiheisen hadde 15 prosent økt heiskortsalg i jul/nyttår. Hittil i januar har skiheisen 11 prosent økning i heiskortsalg og det er fritidsboligeiere på Beitostølen og i Valdres som står for økningen. Men det er svikt i besøk på våre kommersielle utleieenheter grunnet covid-19 og vi har for øyeblikket 40 permitterte.

## Foreslår vedlikeholdspakke

– Vi er lojale og støtter myndighetenes råd om smitteverntiltak, og det er gode kompensasjonsordninger. Vi har spilt inn dette forslaget til myndighetene for å få flere tilbake i jobb: Forslag til vedlikeholdspakke for å få i gang økonomien.

Bedrifter bruker ca. 5 prosent på vedlikehold. Bedrifter med minimum 30 prosent omsetningsfall kan søke om å få dekket halvparten av lønnskostnader til vedlikehold og halvparten av kostnadene til Enøk-tiltak.

Vedlikehold kan være: Maling og skifte gulv. Enøktiltak; skifte vinduer, isolering, installere automatiserte sensorer for lys-, ventilasjon og varme.



Fordelen vil være at permitterte kommer i jobb, bedriften må betale halvparten av lønnen og staten sparer halvparten av permitteringspengene.

Øvrige fordeler er at vi må kjøpe vinduer, som igjen gir arbeidsplasser til vindusfabrikken. Vi kjøper maling/materiell fra butikken, som igjen kjøper hos leverandør og det kan bli gode økonomiske ringvirkninger og flere arbeidsplasser kan skapes.

Investering i Enøk-tiltak vil gi redusert energibehov og varige kostnadsbesparelser for bedriftene.

Ordnningen kan startes så snart det er mulig og være tidsbegrenset, eksempelvis fra mars til juni. Da vil bedriftene komme styrket ut etter covid-19 og vi vil få flere i arbeid, sier Atle Hovi.



– Normalt står utlendinger for ca 60-70% av antall skidager, og de fyller opp alle midtuker, sier Richard Taraldsen i Destinasjon Hemsedal.

– Normalt står utlendinger for ca 60-70% av antall skidager, og de fyller opp alle midtuker, sier Richard Taraldsen i Destinasjon Hemsedal.

## 60-70% utenlandske gjester

Det har vært en krevende sesong, men bra besøk i jul og en del i hel-

## Utlendingene svikter

– Første del av vinteren har vi opplevd en svikt i størrelsesorden ca 60%. For første gang i min 36-årige karriere i reiselivsbransjen var det ledige enheter i jula. Det er stort sett utlendinger som feirer jul på hytter. Det har kun vært



– Det er nå en svikt i innbookingene på godt over 60 prosent, sammenlignet med vintersesongen 2020, sier Arne Kjelsnes. Foto: Dagens Perspektiv

norske gjester på mine ulike enheter. Det lille som var av bestillinger fra utlandet er avbestilt, sier Arne Kjelsnes, som driver utleie av fritidseiendommer og leiligheter bl.a. i Hemsedal, Trysil og Savalen.

– Det er nå en svikt i innbookingene for inneværende vintersesong på godt over 60 prosent, sammenlignet med vintersesongen 2020. I uke 7 er det for eksempel ledig kapasitet hos meg både i Trysil og Hemsedal. Uke 7 har i alle år vært den beste uken når det gjelder danske vinterturister, og har i alle år vært full. I uke 8 er bookingene mye bedre grunnet norsk vinterferie i f.eks Oslo-området.

Svikten i turismen medfører mange permitterte, det betyr igjen

- Stor svikt i lokale butikker, som er totalt avhengige turister
- Svikt i etterspørselen for skiskoler og skiutleier
- Svikt i etterspørselen etter aktiviteter
- For å hjelpe på situasjonen bør myndighetene:
  - Forbedre og forlenge kompensasjonsordningen
  - Dekke arbeidsgivers lønnspliktperiode
  - Forlenge permitteringsperioden
  - Det er nå en svikt i innbookingene på godt over 60 prosent, sammenlignet med vintersesongen 2020, sier Arne Kjelsnes.

ger. Ønsket om å dra på fjellet er stort hos folk, men med stengte grenser uteblir alle utlendingene, normalt står utlendinger for ca 60-70% av antall skidager, og de fyller opp alle midtuker, sier daglig leder i Destinasjon Hemsedal, Richard Taraldsen.

– SkiStar Hemsedal er åpent, vi har kjørt hver dag siden midt i desember og vi planlegger å kjøre hver dag frem til 2. mai. Det samme gjelder Solheisen skisenter.

– Stengte grenser gjør at det ikke er mulighet for utlendinger å komme til Norge på alpinferie i år. Det er strenge føringer på reising i store deler av Norge, så dette preger også den norske bookingen denne sesongen.

Svikten har en stor påvirkning i forhold til lønnsomhet og antall sysselsatte, vi har tatt inn betydelig mindre sesongarbeidere denne vinteren, da vi så at grensene nok ikke ville åpne. Slik sett er egentlig arbeidsledigheten liten, da vi prøver i stort å ha lokal arbeidskraft. Men det er flere som er permitterte, helt eller delvis. Det gir også veldig mye usikkerhet og stadige endringer, for bedriftene er det vanskelig å planlegge innkjøp, vaktlister mm.

En av tingene som er krevende er arbeidsgivers plikt til de 10 dagene i forhold til permitteringer, myndighetene bør legge til rette slik at arbeidsgiver plikter max å dekke 2 dager. Kompensasjonsordningen bør ha en sesongfaktor, slik den gamle ordningen hadde og myndighetene bør kunne legge inn at eventuelt matsvinn/ råvarer, skal kunne føres på som tap som en del av faste unngåelige kostnader, sier Richard Taraldsen i Destinasjon Hemsedal. \*



## Stengte grenser gjør at det ikke er mulighet for utlendinger å komme til Norge på alpinferie i år ”



Foto: Arand

### Viktig å være klar med markedsføring

- Alle alpinanleggene på Geilo er åpne, og alle kilometer med langrennsløyper det samme. Vi har trafikk, men det er kun norske gjester her, og naturlig nok ingen grupper, sier Roger Espeli, adm. dir. i Geilogruppen AS (Vestlia Resort, Highland Lodge og Bardøla Høyfjellshotell). Han er også styreleder i Visit Geilo.



Det er god innbooking til vinterferiene, sier Roger Espeli i Geilogruppen AS.

- For hotellene var november/desember samlet sett ca. 30% av normal drift/belegg/omsetning (inkludert jul/nyttår som var 70%). I januar er det ca. 20%. Februar kunne blitt bra, men nå er det et mutert virus på gang, og det gir føringer for videre innbookinger – her er det bevegelser og vi håper på det beste.

I perioder når det er optimisme og lite smitte i samfunnet, er det veldig populært å booke og å besøke oss – så som sommeren 2020, høsten, deretter jul/nyttår og noen av helgene nå. Vi fikk nedtur i november, da de forsterkede tiltakene ble innført, det samme da det var pressekonferanse 2. januar og også det som skjedde i slutten av januar har rystet i oss. Det er nå godt booket til vinterferiene, så vi håper de tiltak som hurtig er innført i Oslo-området, gjør at videre spredning stopper. Uansett er jo som alle vet mange av våre kunder nettopp fra dette området, sier Espeli.

Hva betyr svikten i turismen for lokalsamfunnet, er det mange permitterte hos dere? - På Geilo er det bra fart på salg av hytter/leiligheter (meglerne har all time high), handel går også bra, takket være hytteturismen. Det er også brukbar trafikk i skisenteret osv., takket være veldig bra besøk fra hyttefolk m.m./salget av sesongkort har økt i år. Ved utgangen av januar har våre tre hoteller ca. 100 permitterte, det er vi som «er avhengige» av internasjonale gjester (grupper, konferanser, eventer, gruppeturistreiser), som sliter mest.

Myndighetene har forlenget kompensasjonsordningen, det samme med permisjonsregler- og ordninger. Det er gjenreisningen (etter at vaksinen har gjort sin jobb) som er viktigst for oss – gode pakker for/til markedsføring er da svært viktig. Å skaffe flest mulig gjester vil da bli redningen. Og inntil videre holder vi 100% fokus på smittevernregler m.m. slik at det er trygt å komme til oss og vi senere kan bruke lave smittetall etc. som innsalgsargumenter, sier Roger Espeli i Geilogruppen.

Det er god innbooking til vinterferiene, sier Roger Espeli i Geilogruppen AS.



Foto: Istock

## Viktig å få kompensasjon for lønnskostnader og varetap

\* Regjeringen presenterte 29. januar en ny krisepakke for næringslivet, som bl. a. om-fatter:

- Økt kompensasjonsnivå til 85 prosent. Ordningen forlenges til 1. juli
- En fortsettelse av utsatte skatter og avgifter til 1. juli.
- 1 milliard kroner til hardt rammede kommuner for viderefordeling til hardt rammede bransjer, herunder reiseliv og servering.
- 1 milliard kroner i påfyll til omstillingsmidler.
- 500 millioner kroner i innovasjonsmidler til vekstbedrifter.

NHO Reiseliv vil nå følge opp innretningen på de nye tilskuddene, for å sikre at de treffer et hardt rammet reiseliv. Adm. dir. Kristin Krohn Devold er glad for at finansministeren nå sier tydelig at det vil være krisetiltak så lenge krisen varer.

– Reiselivet trenger forutsigbarhet og trygghet, sier reiselivsdirektøren.

Krohn Devold sier imidlertid at bedrifter som nå stenges for første gang har mer egenkapital å slite på. Reiselivsbedriftene har derimot måttet stenge ned flere ganger og for mange bedrifter er kassa nå tom.

– Det er særlig kostnader knyttet til permitteringer som smerter, som mange reiselivsbedrifter opplever for tredje eller fjerde gang nå. De to første ukene med lønn som bedriftene må betale selv, utgjør mer enn det de får i kompensasjon i en tid der de har null inntekter. Den regningen må regjeringen ta, sier Krohn Devold.

– Den andre store kostnaden er for hoteller og restauranter som er nødt til å kaste enorme mengder mat, øl og andre varer som er datostemplet. Vi snakker om enorme summer som går rett i søpla. Disse kostnadene må også inn i kompensasjonsordningen eller dekkes på en annen måte, sier NHO Reiselivs administrerende direktør.

Hun oppfordrer opposisjonen på Stortinget til å fortsette å levere der regjeringen ikke vil, enten ved en lovendring eller ved å ta kostnadene inn i kompensasjonsordningen.



– Det er særlig kostnader knyttet til permitteringer som smerter, som mange reiselivsbedrifter opplever for tredje eller fjerde gang nå, sier adm. dir. Kristin Krohn Devold. Foto: Per Sollermann/NHO

# NYHETER

FEBRUAR 2021

## 1 milliard til omstilling i event, reiseliv- og serveringsnæringen

Regjeringen vil gi *Innovasjon Norge* 500 millioner kroner ekstra til små og mellomstore bedrifter, og en milliard kroner til omstillingsordningen for event-, reiseliv- og deler av serveringsnæringene.

-I fjor brukte mange bedrifter muligheten til å starte investeringen i omstillingsprosjekter, og *Innovasjon Norge* tildelte midler til mange forprosjekter i hele landet. De nye midlene vil gjøre det mulig for oss å støtte langsiktige satsinger og hovedprosjekter. Det vil bedrifter i hele landet kunne dra nytte av i en krevende situasjon for norsk næringsliv, sier administrerende direktør *Håkon Haugli*.

*Innovasjonstilskudd* er rettet mot små og mellomstore gründer- og vekstbedrifter. Målet er å bidra til

at disse kan gjennomføre utviklingsprosjekter gjennom pandemiperioden, til tross for utfordringer med likviditeten.

Ordningen finansierer utviklingsprosjekter som kan skape grunnlag for lønnsom vekst på mellomlang og lengre sikt. Den skal bidra til å styrke bedriftenes konkurransekraft og posisjonering for internasjonale markeder.

Forslaget innebærer en økning på en milliard kroner til omstillingsordningen for event-, reiseliv- og deler av serveringsnæringene. Dette er en videreføring av en tilsvarende ordning, der *Innovasjon Norge* gjennomførte to utlysingsrunder i fjor. I første runde fikk 241 reiselivsbedrifter tilsammen NOK 237 millioner, mens søknadene fra annen runde er under behandling.

- Det er viktig at kompensasjonen får tilbakevirkende kraft, slik at bedriftene får dekket de akutte kostnadene de fikk da de ble tvunget til å stenge ned, avslutter *Krohn Devold*.

## Permitteringsperioden forlenges

Regjeringen foreslår å forlenge permitteringsperioden til 1. juli. Retten til dagpenger forlenges også for alle dagpengemottagere, slik at de som nærmer seg sin maksgrense kan beholde dagpengene til 1. juli.

Bedrifter som når maksimal permitteringsperiode på 52 uker i løpet av våren, får nå muligheten til å ha arbeidstagerne permitterte frem til 1. juli.

- Enkelte bedrifter som har permitterte ansatte i dag har gode muligheter for å hente dem tilbake senere, selv om behovet for bemanning er redusert i en periode. Med denne forlengelsen sørger vi for at bedrifter ikke må gå til oppsigelser kort tid før jobbene kan komme tilbake, som resultat av at vaksineringen av befolkningen gjennomføres, sier arbeids- og sosialminister *Henrik Asheim*.

Regjeringen har tidligere utvidet permitteringsperioden fra 26 til 52 uker.

I desember 2020 var 61.000 permitterte, drøye halvparten av disse var delvis permitterte. 17.000 ble permitterte i november og desember 2020. Omlag 35.000 permitterte vil kunne bruke opp perioden med dagpenger under permittering i perioden fra mars til juni 2021. \*

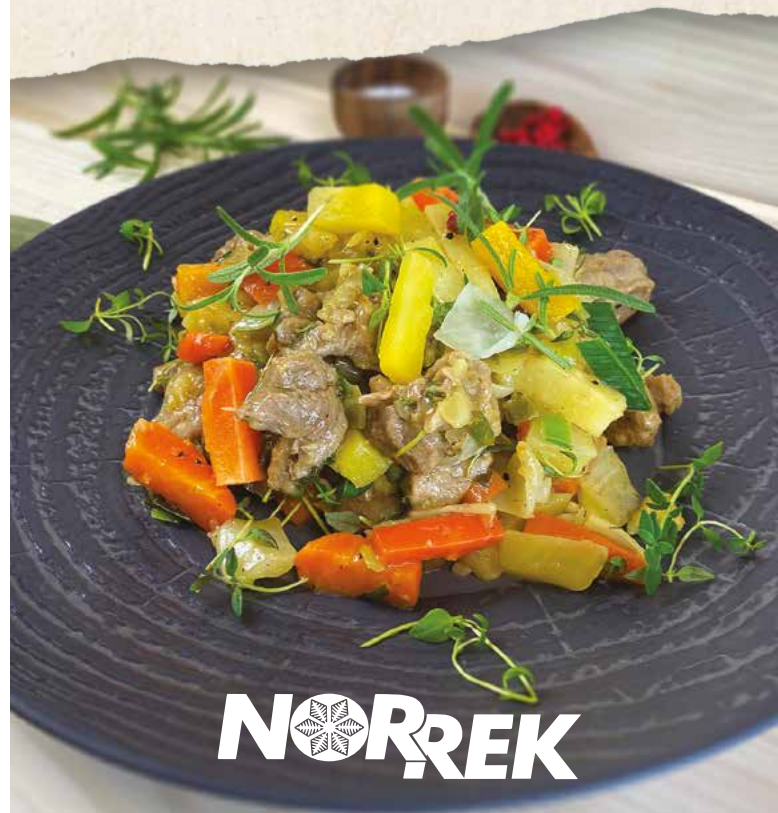


Norsk wok, 4x2,5 kg  
EPD: 5698808



Hodekål ternet, 4x2 kg  
EPD: 5698790

## SUNNE RÅVARER til enhver meny



**NORREK**



## SAS og Apollo forlenger milliard-avtale

SAS og Apollo utvider samarbeidet sitt om charterfly, i en avtale som dekker tre sommer- og tre vinterseonger, frem til 2024, med mulighet for ytterligere to års forlengelse. Samarbeidet med Apollo er SAS' største avtale med en charteroperatør, og kontraktsverdien beløper seg til cirka 3,4 milliarder SEK de første tre årene.

Avtalen innebærer at SAS forblir hovedpartner for Apollos charterflyvninger fra Skandinavia i avtaleperioden. SAS kommer til å fly Apollos kunder fra 24 steder i Sverige, Danmark og Norge til 51 destinasjoner rundt om i Europa. Apollo forblir samtidig SAS' største partner på chartersiden.

Store deler av charterproduksjonen skal flys med helt nye Airbus A320-fly, med SAS' nye design både inne i kabinene og utvendig. SAS har i løpet av de siste årene fornyet flåten sin og byttet ut eldre fly i nyere modeller, med mer drivstoffeffektive motorer. Slik har utslippene av karbondioksid blitt redusert.\*

# 100 millioner flere arbeidsplasser i reisebransjen i år

Over 100 millioner arbeidsplasser kan komme tilbake i den globale reiselivsbransjen i løpet av 2021, mens verden kommer seg på beina etter den katastrofale covid-19 pandemien, ifølge World Travel & Tourism Council (WTTC).

\* Det forventes en sommer med mye reiseaktivitet etterhvert som verden friskmeldes, fra mars og månedene fremover. Mange store turoperatører melder om betydelig økning i forhåndsbookinger.

De siste økonomiske prognosene fra WTTC gir ytterligere håp for året som ligger foran oss, for bedrifter og millioner av ansatte i reiselivssektoren over hele verden. I fjor advarte WTTC om at 174 millioner arbeidsplasser innen reiselivet globalt var i fare. Men i sin siste analyse er WTTC mer optimistiske og tror at så mange som 111 millioner av disse kan komme tilbake. Dette vil likevel være 17% under tallene for 2019, ialt 54 millioner færre arbeidsplasser.

Dette er et best-case scenario, som forutsetter at oppsvinget i reiseaktiviteten starter i slutten av mars, at vaksinasjonsprogrammene holder høyt tempo og at omfattende testregimer raskt blir innført.

En mer forsiktig prognose tror at 84 millioner arbeidsplasser kommer tilbake i løpet av året, det vil si tilfelle være 25% under 2019-nivået, med 82 millioner færre arbeidsplasser som resultat. Under dette scenariet kommer oppsvinget i internasjonal reisevirksomhet først i annen halvdel av 2021. Da blir vaksiner rullet ut mer gradvis, internasjonale reisestriksjoner vil bli løftet senere, noe som vil redusere etterspørselen etter reiser og redusere forbrukernes tiltro.

– Vi ser frem til en sterk sommer når det gjelder reiseaktivitet, takket være en kombinasjon av maskebruk, verdensomspennende vaksiner og der testing ved avreise vil åpne dørene for internasjonale reiser igjen, sier Gloria Guevara, WTTC President & CEO.

– Våre siste undersøkelser støtter dette og viser at det definitivt er håp i horisonten for den globale reiselivssektoren i året

som ligger foran oss, med en mulighet for at opptil 111 millioner arbeidsplasser kommer tilbake. Men vi må ikke ta denne bedringen for gitt. Det er fremdeles en lang vei å gå og det kommer til å bli mange tilbakeslag underveis. Vaksinasjonsprogrammer i viktige kildemarkeder, som USA og UK, vil hjelpe oss til å navigere ut av pandemien og inn i en verden der reiselivet igjen kan blomstre, sier Guevara.

Det beste scenariet fra WTTC sier at reiselivets bidrag til verdens BNP vil falle 17% fra 2019-nivået, til US\$7.4 trillioner (NOK 63 trillioner). WTTC mener dette er oppnåelig med testing ved avreise, obligatorisk maskebruk og verdensomspennende vaksinasjonsprogrammer.

I den mer forsiktede prognosen, som tilslører tregere forbedring, kommer sektorens del av verdens BNP til å falle med 27%, til US\$ 6.5 trillioner (NOK 55 trillioner). \*



Det er mulig at opptil 111 millioner arbeidsplasser i reisebransjen kommer tilbake, sier Gloria Guevara, WTTC President & CEO.

**Bram**

Erfaring  
og lidenskap  
for design

Bram – en del av mediehuset  
Medier og Ledelse AS.

[www.bramdesign.no](http://www.bramdesign.no)  
tlf: 24 077 007



**Et produkt kan være best i bransjen,  
men skal det selge, må det synes.  
– Vi kan hjelpe deg.**

Vi designer din etikett, pakning og markedsføringsmateriell  
slik at ditt produkt skal bli sett, solgt og elsket!

[www.bramdesign.no](http://www.bramdesign.no)

\* Markedsføringskampanje, produktet er fiktivt. Foto: iStock

**REKOMs utesteder****Danmark: 90****UK: 42****Norge: 33****Finland: 9****Barer: 108**

(50% av totalomsetningen)

**Klubber: 54**

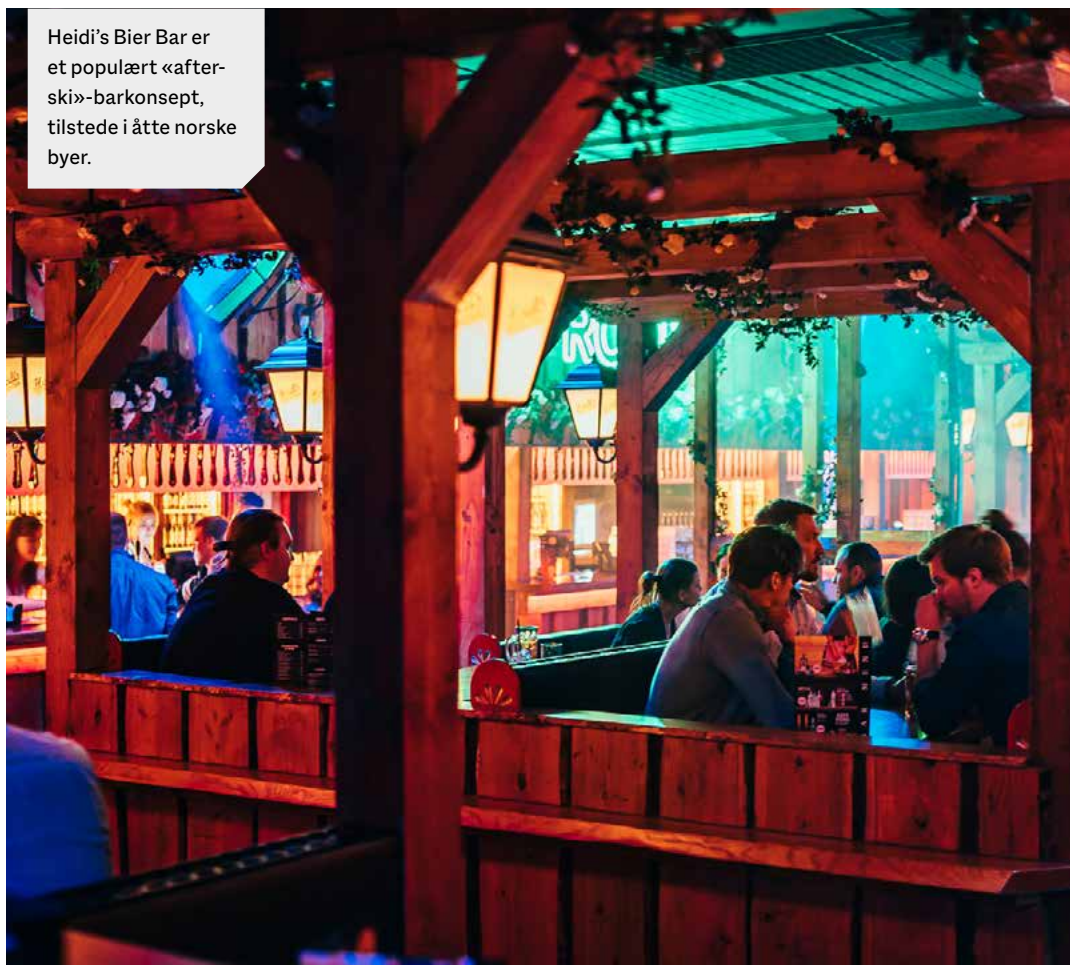
(45% av totalomsetningen)

**Coctailbarer: 12**

(5% av totalomsetningen)

REKOM startet sin norske satsing ved å etablere after-skikonseptet *Heidi's Bier Bar* i Oslo i 2015. Det er kommet flere avdelinger av Heidi's Bier Bar, i tillegg har de kjøpt opp populære utesteder i en rekke norske byer. I Norge driver de bl.a. barkonseptene *Dickens*, *Hygge*, *Kokomo*, *Loulou*, *Circus*, *Sting* og *The Mint*. Per i dag driver REKOM 15 steder i Oslo og omegn, 9 i Stavanger, 3 i Bergen, 3 i Trondheim og 1 i Kristiansand.

Heidi's Bier Bar er et populært «after-ski»-barkonsept, tilstede i åtte norske byer.



# Vokser sterkt i bar- og nattklubbmarkedet

På få år har REKOM inntatt posisjonen som Nordens største, og en av Europas ledende bargrupperinger.

AV HANS KRISTIANSEN

\* Samlet har grupperingen rundt 175 utesteder i Danmark, Norge, Finland og nå også UK. Selskapet ble startet i 2007, de etablerte seg i Norge i 2015, i Finland i 2018, og i 2020 tok de steget inn på det britiske marked.

2019 var et rekordår for REKOM og de gikk sterke inn i 2020. Etter at corona-pandemien slo til, har eierne tilført både ny kapital og lånefasiliteter, for å sikre selskapet og gi det mulighet til å komme ut av covid-krisen i en sterk posisjon.

REKOM eies av en del av personer i selskapets ledelse, pluss det danske investeringselskapet CataCap. De har totalt fem regionale kontorer, hovedkontoret ligger i København.

Virksomheten ble utvidet i 2019 med 40 nye steder i Danmark, Finland og Norge. Samtidig steg omsetningen med over 50 prosent, til DKK 896 millioner, med EBITDA på DKK 144 millioner.

– REKOM fordoblet sin størrelse fra 2017 til 2019, men 2020 har naturligvis vært en utfordring. Men vi er sikre på at vårt underliggende forretningskonsept er sunt. Covid har ikke forandret vårt fokus på fortsatt utvikling og vekst, det har bare forsinket tidsplanen litt, sier adm. dir. Adam Falbert.

De har forskjellige typer steder, alt fra afterski- og cocktailbarer, til festbodegaer og trendy nattklubber. Dette er både unike konsepter med spesielle særpreg og populære kjedekonsepter. Totalt har de nå nærmere 5000 medarbeidere, derav rundt 800 i Norge, som alle brenner for å gi nattelivet stemning og sjel, på bakgrunn av nøye utviklede barkonsepter.

## Vil fortsatt vokse i Norge

– Vi vil veldig gjerne fortsette å vokse i Norge, om det er i de eksisterende markeder eller nye, avhenger av mulighetene,



- Vi startet dialogen om salget til REKOM før epidemien traff oss, sier gjestgiver Rune Johansen på Stortorvets Gjestgiveri.



REKOM kjøpte nylig 42 barer og nattklubber i UK, her fra Sheffield.



Smittevern må tas på alvor, ikke minst i bar- og nattklubbransjen.

## Kjøper UKs største operatør av nattklubber og barer

I håp om at pandemien snart nærmer seg slutten, kjøpte REKOM like før årsskiftet, aksjemajoriteten i *Deltic*, den største operatøren innen nattklubber og late-night barer i UK. Før pandemien hadde de en omsetning på over £106 millioner (NOK 1,26 mrd.) og budsjettet for 2020 tilsa en EBITDA på £12 millioner (NOK 142 mill.). *Deltic*, med 42 barer og nattklubber, inngår nå i selskapet *REKOM UK*, som skal fusjonere med REKOM Group når restriksjonene på utelivsbransjen avvikles. Når det skjer forventer REKOM en samlet årsomsetning på DKK 1,7 milliarder (NOK 2,4 mrd.).

- Vi har vært interessert i det britiske markedet lenge og oppkjøpet støtter vårt strategiske mål om å bli en av de største bar- og nattklubberoperatørene i Europa. Vi greide å reise nødvendig kapital uten at det går ut over den økonomiske situasjonen til REKOMs nordiske virksomhet, sier *Adam Falbert*, adm. dir. i REKOM og styreleder i det nye *REKOM UK*. Partene ønsker ikke å oppgi salgsprisen.

Det britiske utelivsmarkedet regnes som et av de største og mest interessante i Europa, men 2020 har vært et vanskelig år for *Deltic*, siden store deler av virksomheten har vært stengt siden mars, på grunn av corona-restriksjonene. Resultatet ble at de ble satt under administrasjon for å finne nye investorer. Rundt 1320 arbeidsplasser er blitt berget av denne avtalen.

men det er ingen tvil om at vårt fotavtrykk kan og skal bli enda større. Vårt fokus ligger på sent uteliv, så det er her vi primært ser for oss en fortsatt vekst. Dertil har vi en pan-europeisk visjon, hvor vi ønsker å ekspandere på tvers av Europa, sier *Frederik Mygind*, som er sjef for REKOMs virksomhet i Norge.

- Foretrekker dere å overta etablerte virksomheter, eller starte nye selv?

- Vi tar dette fra transaksjon til transaksjon, det er veldig avhengig av dealen. Når vi kjøper en etablert virksomhet har vi historisk sett tatt med selgende part på ca 95% av våre handler, og så drives det videre, men med REKOM sine avtaler og modus operandi i et godt og konstruktivt samarbeide.

- Hvordan har det siste året vært for stedene deres i Norge, har huseierne vært forståelsesfulle?

- Det har vært et knallhardt år, med mange skuffelser og få positive øyeblikk. Vi har vært stengt størstedelen av året, med ulike retningslinjer fra region til region. Våre medarbeidere har vært tatt inn og ut av permisjon, i takt med at det ble endrede regler - oftest med utrolig kort frist. Generelt sett har vi møtt stor forståelse hos våre samarbeidspartnere, og setter stor pris på den konstruktive dialogen vi har hatt.

- Hvordan ser dere på utsiktene for 2021?

- Vi er spente, og alle står klar til å åpne dørene for uforglemmelige øyeblikk, til å kunne gjøre det vi gjør best - holde alletiders fester, hvor man får møtt gamle venner og nye bekjente. Det blir ikke et lett år, men det blir forhåpentligvis et bedre år enn 2020, og så er vi klare til å se på muligheter i hele landet om sjansen skulle by seg. \*

Geilo Mountain Lodge, et tradisjonsrikt familiehotell og nytt medlem av De Historiske.



## DE HISTORISKE: Satses på nye produkter og tjenester

De Historiske hotel & spisesteder har planlagt mange nyheter, som vil bli presentert utover året.

AV HANS KRISTIANSEN

\* Tradisjonelt har de hatt et betydelig innslag av utenlandske gjester, med USA som viktigste utenlandsmarked, nå konsentreres innsatsen om det norske ferie/fritids- og bedriftsmarkedet.

Tre nye medlemmer er nylig tatt opp, Geilo Mountain Lodge, Hotell Opus XVI og Granavolden Gjestgiveri.

– Vi kommer til å ta en sterkere posisjon på rundreiser og kortferier, i fjor solgte vi i det norske ferie/fritidsmarkedet, bare via De Historiske, for NOK 395 millioner brutto, og vi skal satse enda mer offensivt i år, sier administrerende direktør Nils Henrik Geitle.

– Vi ser at det kan ta lang tid før tradisjonell møte-, event- og konferanseaktivitet er tilbake på det nivået vi hadde før corona. Derfor har vi gjennomført en omstillingsprosess, som gjør oss istand til å tilby nye produkter og tjenester i markedet.

Til tross for corona-situasjonen, har vi hatt suksess med stor interesse fra markedet for «Lei ditt eget hotell» - konseptet. Flere av våre historiske perler har overnattingsplasser fra 10-50 personer. Hvis en gruppe opptar disse sengeplassene, er hele hotellet deres. Ved å leie et eget hotell, får de både rom og tid til de viktige diskusjonene - helt uten forstyrrelser. Vertskapet sørger for at gjestene blir tatt vare på med en trygg, vennlig og personlig service. Blant stedene som egner seg for dette er for eksempel Boen Gård, Lillesand Hotel Norge, Engø Gård, Bårdshaug Herregård, Kronen Gaard Hotell, Svinøya Rorbuer og Bekkjærvek Gjestgiveri.

Interessen fra firma-markedet er og har vært stor, riktignok bookinger frem i tid, men også stor interesse fra private, som vil ha egne hotellfasiliteter og restaurantopplevelser i eget lokale. De ønsker selskap og bryllup, og her har vi virkelig fått en





De Historiske skal ta en enda sterkere posisjon på markedet for rundreiser og kortferier, sier adm. dir. Nils Henrik Geitle.

enorm respons, over 1200 forespørsler i dette markedet i 2020.

Vi tror at covid-19 vil ha påvirkning på kundenes handlingsmønster, ikke bare på kort sikt, men i flere år fremover. Med dette mener vi at mennesker nå kanskje vil begynne å se etter nye måter å møtes på, nye måter å arbeide sammen på, og nye måter å drive konferanser og eventer på. Produkter og tjenester som vi kan tilby som treffer på disse temaene, vil på kort sikt være med på å få opp igjen omsetningen vår knyttet

til møte-, event- og konferanseaktivitet. På lang sikt vil det være med på å gjøre oss interessante og relevante, slik at vi kan fortsette å være en viktig bidragsyter til næringsaktivitet og sysselsetting i regionene. De Historiske er fokusert på lokal verdiskaping i hele Norge, sier Nils Henrik Geitle. \*

**Vi tror at covid-19 vil ha påvirkning på kundenes handlingsmønster, ikke bare på kort sikt, men i flere år fremover ”**



Hotell Opus XVI, midt i Bergen, også nytt medlem av De Historiske.



Granavolden Gjestgiveri, med historie tilbake til 1657, er nytt medlem i De Historiske.

## Nye medlemmer

*Granavolden Gjestgiveri* ligger midt i Norges historiske hjerte, langs den Bergenske Kongevei. Helt siden 1657 har det vært drevet gjestgiveri på Granavollen, som i dag er et godt sted for konferanser, seminarer og selskaper.

*Hotell Opus XVI* ligger i en historisk bygning fra 1876, opprinnelig bygget til Bergens Kreditbank. Den unike bygningen, på folkemunne kalt «Banco Rotto», er et kjent landemerke i Bergen, med sin distinkte murfasade og karakteristiske arkitektoniske stil. I første etasje ligger hovedhallen, med solide granittvegger og joniske søyler i polert marmor.

*Geilo Mountain Lodge* er et lite, familiedrevet hotell med kun 10 gjesteværelser. Her er det en helt unik og spesiell atmosfære, der personlig gjesteopplevelse med god mat i rolige omgivelser står i fokus.

## De Historiske

De Historiske er en medlemsorganisasjon der mange av Norges mest sjarmerende hoteller og spisesteder er med, ialt 66 hoteller, 23 spisesteder og 2 båter. Administrasjonen holder til i Bergen.

For å bli medlem kreves bl.a. et bevisst forhold til vertskapsrollen, der historiefortelling danner rammen for opplevelsene innen overnatting og gastronomi.

De Historiskes verdier «gjestfri», «personlig» og «kvalitetsbevisst», skal bidra til å nå en felles visjon; at de oppleves som «et godt sted å være».

# Ramme Fjordhotell i Munchs rike

Hvitsten har lang historie som rekreasjonssted for besøkende fra Kristiania/Oslo. Flere kjente kunstnere og litterater oppsøkte og bosatte seg i Hvitsten om sommeren.

\* Edvard Munch, bodde og arbeidet på Nedre Ramme i en årrekke fra 1910. Ramme Fjordhotell på Hvitsten, som har vært under bygging i mange år, rakk så vidt å åpne dørene før coronarestriksjonene førte til at de måtte stenge igjen, nå gjøres alt klart for å åpne igjen så snart som mulig.

– Vi planlegger å åpne igjen så snart restriksjonene letter og det blir forsvarlig.

Vårt store ønske er å kunne åpne dørene igjen til påske, for å kunne ha et tilbud til de gjestene som ikke reiser på fjellet. Vi planlegger utendørsaktiviteter for både hotellets gjester og besøkende, sier Sabina Marika Widenqvist, direktør på Ramme Fjordhotell by Classic Norway Hotels.

Hotellet har 42 rom, omhyggelig innredet, med høy standard. Utsikten fra hotellrommene er til gården og landskapet mot fjorden. Det finnes enkelt- og dobbeltrom, i tillegg til luksus-suite og Edvard Munchs hus.

Hotellbygget har fått navnene Herberget og Brenneriet. Herberget er bygget i 1700-tallsstil, innredet med antikviteter og tilhører "skysstasjonen". På gårdsplassen ligger det en stall med plass til tolv hester og en stor remisse med antikke vogner og sleder til utstilling og bruk. Brenneriet er bygget i 1800-tallets industristil. Der er det skapt et miljø som formidler historien om Munch på Ramme.

Det finnes flere større og mindre møterom som egner seg til kurs og konferanser.

Maten bygger på råvarene fra egen gård og naboprodusenter. Det serveres balanserte økologiske retter.

## Spiser opp miljøproblem

– Målgruppen vår er kulturinteresserte- og kvalitetsbevisste gjester og besøkende, både norske og internasjonale. Vi ønsker å gi gjester og besøkende opplevelser med mat og landbruk, natur og historie, kunst og arkitektur, teater og musikk.

Vi vil være med å skape de magiske øyeblikkene, de opplevelsene som man lever lenge på. Samtidig ønsker vi å være en bevisst bruker av ressursene vi er så heldige å ha rundt oss, dermed har vi stort fokus på å være en bærekraftig destinasjon, med høyt fokus på økologisk mat og drikke (Debio Gull sertifisert), forbruk, gjenbruk og ikke minst sirkulær økonomi. For eksempel serverer vi stillehavsøsters på alle våre me-

Ramme Fjordhotell skal være en kultur- og matdestinasjon.



ner, det er en fremmedlistet (svartelistet) art som vi finner i fjorden utenfor. I stedet for å importere fra Frankrike, spiser vi opp miljøproblemet som er kommet inn i norske farvann, og gir mer plass til blåskjellene våre. Vi jobber nå med et firma i Fredrikstad, som skal gjøre skallene om til kaligjødse, sier Widenqvist.

– Bookingen vår åpnet dessverre like før Norge stengte ned igjen i november 2020, dermed er det ikke mye på bok. Vi legger merke til at gjestene våre er avventende med planlegging i 2021 i forhold til situasjonen vi er i. Det som er positivt er at bookingbildet i 2022 og 2023 begynner å fylles, sakte men sikkert.

Ramme som kultur- og matdestinasjon er åpen for alle besøkende og opplever stor interesse fremover, også i 2021. Dette er nok fordi det er store mulighet for utendørsaktiviteter og utendørsbespisning, som kan oppleves tryggere, sier Sabina Marika Widenqvist. \*



Det som er positivt er at booking-bildet i 2022 og 2023 begynner å fylles, sakte men sikkert. ”



Hotellet har 42 rom, omhyggelig innredet og med høy standard



Restauranten tilbyr mat bygget på råvarene fra egen gård og naboprodusentene.



Svartelistede stillehavsøsters fra Oslofjorden står på alle menyer. Vi spiser opp miljøproblemet, sier hotelldirektør Sabina Marika Widenqvist.

### Billedgalleri og Havlystpark

Ramme er blitt utviklet og eies av investoren og kunstskeren *Petter Olsen*. Hans fingeravtrykk er uløselig tilknyttet Ramme, noe som går igjen i alt fra økofilosofien som området er bygget rundt, til kunstopplevelser, private antikviteter, design og arkitektur. Petter Olsen har også den største samlingen av Edvard Munch-malerier i privat eie og et eget Munch-museum åpner her i 2021.

*Rammestiftelsen* utvikler utstillingskonsepter for å tilby publikum et bredt spekter av temaer knyttet til den regionale kunst- og kulturarven. Det blir tilrettelagte publikumsaktiviteter gjennom hele året, bl.a. utstillinger som tar for seg Edvard Munchs liv og virke på stedet, og andre norske kunstnere med tilknytning til området. *Ramme billedgalleris* faste samling inkluderer verk av bl.a. Christian og Oda Krohg, Frits Thaulow, Theodor Kittelsen, Paul Fischer, Oscar Wergeland og Edvard Munch.

*Havlystparken* er et parkanlegg uten make, med sin beliggenhet og utsikt ut fjorden. Her finnes alt fra det norske til det eksotiske: Blomsterallé, urtehage, frukt- og rosenlunder, eng og arboret. Alt ivaretas av ansatte som arbeider hele året for å få frem det beste naturen har å by på til alle årstider. Parken inneholder også skulpturer, som spenner fra oldtiden via mytologi og klassisk stil, til vår egen tid.



Foto: Ribeirorocha

# Skal kjempe imot svinn på alle plan

Mange bedrifter som opplever stor vekst, risikerer også økt svinn. Nå tar Classic Norway Hotels grep for å komme utfordringene i forkjøpet. Redusert svinn og bedre økonomi skal bli resultatet.

\* Hotellkjeden har derfor inngått avtale med selskapet Svinnskompetanse AS, og gjennom opplæring og nye system, skal Classic Norway Hotels øke kunnskapen om svinnforebygging, for sikre og øke verdiene i bedriften.

– Vi har frem til nå ikke hatt noen større utfordringer og dette er heller ikke basert på tanker om utro tjenere, ei heller dårlige erfaringer. Men vi skal bygge en god kultur for å sikre at verdier ikke fordufter, sier administrerende direktør

Stephen Meinich-Bache i Classic Norway Hotels.

– Vi er vel så opptatt av at vi skal ha et bærekraftig fokus når vi jobber med svinnarbeidet, som det å skulle avdekke at noen «urettmessig forsyner seg fra fatet», sier Meinich-Bache.

Siden etableringen av Classic Norway Hotels har den Moldebaserte kjeden vokst til 18 unike hotell- og rorbuanlegg fra Sørlandet i syd til Lofoten i nord. Og veksten fortsetter også i 2021.

## Nasjonal satsing

Gjennom kunnskapen til Svinnskompetanse AS vil Classic Norway Hotels videreføre og øke fokuset på å ha sunne varelagre, bidra til mindre matsvinn og sikre både ansatte og gjester.

Svinnskompetanse er et norsk selskap som har spesialisert seg på å identifisere og deretter redusere administrativt, internt og eksternt svinn i bedrifter, sammen med ledelsen og de ansatte.

– Classic Norway Hotels ønsker å bi-

## Classic Norway Hotels ønsker å bidra til at vi når det nasjonale målet om å redusere matsvinnet

dra til at vi når det nasjonale målet om å redusere matsvinnet. Regjeringen og den norske matbransjen har undertegnet en avtale om å redusere matsvinnet i Norge med 50 prosent innen 2030. Avtalen er undertegnet av fem departementer og 12 bransjeorganisasjoner. En tredel av all mat som produseres i verden blir ødelagt eller kastet. Vi må alle bidra til for at vi skal nå målet om reduksjonen av matsvinnet, sier Meinich-Bache.

– Vårt mål er å etablere en profesjonell tilnærming til svinnarbeidet. Vi skal ha de beste systemer for å få bedre kontroll med utgåtte varer, samtidig som vi styrker kassa- og kredittrutinene. Og vi må ha fokus på å endre bruk-og-kast-mentaliteten og å bygge en god svinnkultur i alle ledd i organisasjonen. Alle lederne i det raskt voksende reiselivskonsernet skal involveres i arbeidet med reduksjon av svinn på sine respektive arbeidssteder. Arbeidet skal gjennomføres ved hjelp av en rekke tiltak som skal synliggjøre forbedringsområdene, øke stoltheten ved en tydelig bærekraftsatsing og etablere nye og gode rutiner. Samarbeidet med Svinnkompetanse skal også styrke kunnskapen ved utredning av eventuelle underslagssaker og oppklaringsintervjuer, avslutter Stephen Meinich-Bache. \*



Classic Norway Hotels og administrerende direktør Stephen Meinich-Bache starter et nytt program for å redusere svinn og sikre verdiene i selskapet.



AV **ASTRID BERGMÅL**,  
LEDER VIRKE REISELIV

**VIRKES SPALTE**

## Det politiske Norge har oppdaget reiselivsnæringen – nå ser vi resultatene

Krisen i reiselivet er massiv. Derfor var opposisjonens tiltakspakke nå i januar helt nødvendig. Stortingets marsjordre til regjeringen om å forlenge og forbedre tiltak, var ikke bare et tegn på valgkamp. Det var et resultat av at opposisjonen har vært aktiv, har lyttet og at de er villige til å handle når regjeringen havner bakpå.

\* For «firerbanden» på Stortinget bestående av Arbeiderpartiet, FrP, SV og Senterpartiet, har gjort nettopp det: Lyttet og levert. 2020 var et mørkt år for reiselivet og næringer som lever av at folk møtes, men det var også året der Stortinget og nasjonale politikere fikk øynene opp for reiselivsnæringen. Året de tok inn over seg hvor viktig næringen er for sysselsetting i bygd og i by. Resultatene så vi tidlig i januar, da «firerbanden» sørget for viktige gjennomslag og hjelp til reiselivet.

Helt konkret handlet det om utvidelse av permitteringsperioden og av kompensasjonsordningen – med ny ventilordning for de som faller utenfor. Om en ny og forbedret lønnsstøtteordning, forbedring og forlengelse av støtteordningen for publikumsåpne arrangementer, utsettelse av innbetaling av krav om moms, arbeidsgiveravgift og forskuddsskatt, om etterlengtet hjelp til destinasjonsselskapene og ikke minst om en milliard kroner ekstra til omstilling og utvikling. Alt dette er eksempler på tiltak og ordninger Virke har kjempet for og fått gjennomslag for i tiltakspakken i Stortinget. Tiltak som vil bidra til å forhindre konkurser og redde arbeidsplasser.

Til tross for store gjennomslag er vi ikke i mål. Vi ønsker oss en plan for gjenåpning, som bidrar til mest mulig aktivitet innenfor rammen

av hva som er trygt med tanke på smittesituasjonen. Som bidrar til at vi kan komme raskt i gang. Det er også behov for at flere utgifter kommer inn under kompensasjonsordningen, som for eksempel varelager. For at staten bistår med risikoavlastning i forbindelse med reisegarantistillelse. For gjenåpning av tilskuddsordningen rettet mot reisearrangørene. Og ikke minst at myndighetene tar en større del av permitteringsregningen.

Hver gang smittesituasjonen forverres og tvinger virksomhetene til å stenge eller redusere aktiviteten, kommer det nye betydelige utgifter knyttet til permittering. Kostnaden er så stor at mange nå vegrer seg for å åpne igjen før de er sikre på at de slipper en ny nedstenging. Det kan føre til at det vil ta lengre tid å få i gang aktiviteten i samfunnet vårt og at arbeidsfolk vil måtte være permitterte lengre enn nødvendig. Slik kan det ikke være.

Mulighetene og potensialet for norsk reiseliv er stort. Med politikere som har fått øynene opp for reiselivsnæringen på lag, ligger alt til rette for at næringen kan utvikle seg og vokse på en god og bærekraftig måte også i årene fremover. Nå handler det om å komme over kneika, å komme i gang igjen, og om å gripe mulighetene. Med stadig flere medlemmer på laget skal vi i Virke Reiseliv bidra til dette. \*

Nordmenn reiser mer i eget land og da er lademuligheter for elbil blitt ekstra viktig.



# Ekspllosiv vekst i elbillading på hoteller

Mange hoteller har installert ladestasjoner for elbil det siste året. Nordmenn reiser mer i eget land og da er lademuligheter for elbil blitt ekstra viktig. En ny analyse viser at et ladeanlegg for elbil i gjennomsnitt betaler seg selv i løpet av kun 11 måneder.

\* Mange hoteller har installert ladestasjoner for elbil det siste året. Nordmenn reiser mer i eget land og da er lademuligheter for elbil blitt ekstra viktig. En ny analyse viser at et ladeanlegg for elbil i gjennomsnitt betaler seg selv i løpet av kun 11 måneder.

Analysen, som er utført av DEFA, på grunnlag av data fra deres egne hotellokkunder i Norge over en treårsperiode, viser en økning i antall gjester på ladeanleggene på over 45% i 2020,

sammenlignet med året før. Destinasjonstype, lokasjon og modell for ladeanlegget, er med på å bestemme hvor fort det går i pluss.

- De mest lønnsomme er ikke overraskende hoteller med en attraktiv beliggenhet og gode parkeringsmuligheter for besøkende utover hotellets gjester, sier Anders Granquist, EVP i DEFA Gruppen. På grunn av covid-19 ser vi en svikt i omsetningen i mars og april, men de fleste tjente inn det tapte i



løpet av en hektisk sommer. Totalt var det omtrent en dobling i omsetningen for 2020 som helhet.

Hoteller med andre ladealternativer i nærheten, går imidlertid også fort i pluss. Gjennomsnittet viser ellers at de fleste hotellene i gjennomsnitt tar en pris på NOK 3,8 per kWh. Hotellene ser også ut til å klare å balansere pris og behovet for rotasjon, halvparten av ladingen gjøres i løpet av 3 timer.

- Det er flere veier til lønnsomhet, sier Granquist. - Våre hotellkunder trekker frem at de enkelt kan administrere anlegg og priser selv, og dermed sitter igjen med det meste av pengene. De to kundene som fikk inn mest på anleggene i fjor, var de med lavest og høyest pris. I gjennomsnitt går hotellene i pluss på 11 måneder, også de med store sesongvariasjoner. Mange begynner smått og bygger på etterhvert, sier Granquist. De setter pris på orden og en fin ekstraintekt.

Hotellene i analysen er tydelige på at et ladeanlegg gir fordeler også utover det økonomiske.

- For oss er det blitt helt nødvendig å tilby våre kunder ladestasjoner, sier Atle Hovi, direktør på Beitostølen Resort. - Det siste året har vi opplevd en hyggelig vekst av nye kunder på hotellet som kjører elbil. Bonusen er at ladestasjonene også gir oss nye inntekter, og vi kommer til å utvide anlegget med flere ladestasjoner. \*

## Mange hoteller har installert ladestasjoner for elbil det siste året ”



Britannias gjester får elbilen tilbake ferdig oppladet.

### Hotel Britannia: - En del av den totale serviceopplevelsen

ZAPTEC leverer elbillading til en rekke forskjellige aktører. Den stadige økningen i elbiler, gjør at behovet for lading blir større også for bedrifter, hoteller og kjøpesenter. Et av hotellene som har installert elbillading, til glede for gjester og ansatte, er *Hotel Britannia* i Trondheim.

- Cirka 20% av gjestene i dag kommer med elbil, gjestene forventer muligheten for å lade bilen sin på vårt hotell. Mange kommer etter en lengre reise og det er helt avgjørende å få ladet når de kommer frem. Hotel Britannia har selv to ladbare biler, en ren elbil og en ladbar hybrid. Derfor måtte vi ha lademulighet både for våre biler og gjestenes, sier *Mikael Forselius*, adm. dir. på Britannia.

- Gjester ringer hver eneste dag for å sjekke at det er lading tilgjengelig på hotellets parkeringsplass, og disse gjestene hadde kanskje valgt et annet sted om vi ikke hadde dette tilbudet tilgjengelig.

Vi opplever at det er forventning blant gjestene at det finnes lademulighet, så det er absolutt positivt at vi tilbyr dette. Vi har «valet parking», der kundene leverer bilnøkkelen til oss, og vi parkerer bilen for gjestene. Gjesten gir beskjed om når de vil ha bilen tilbake og vi sørger for at den står på utsiden av hotellet til avtalt tid, denne tjenesten gir en god kundeopplevelse. Når vi mottar en elbil, er det veldig viktig å kunne levere denne tilbake ferdig ladet, slik at kunden kan dra videre uten å måtte stoppe for å lade på veien. Det å lade elbilene er en del av den totale serviceopplevelsen vi ønsker å gi til gjester som kommer med bil og parkerer hos oss, sier Mikael Forselius.

# – Vi er forsiktig optimistiske

Tom Flanagan Karttunen i Radisson Hotel Group er forsiktig optimist når det gjelder hotellåret 2021. Hotellbransjen i sterk endring og Radisson Hotels har introdusert en rekke nyheter. De har også planer om å mer enn doble sin portefølje av betjente leiligheter (Serviced Apartments) i løpet av de neste fem årene.

AV HANS KRISTIANSEN

## Hvordan ser du på utsiktene for hotellmarkedet i Nord-Europa fremover? Bli det mer fritidstrafikk, mindre forretningsreiser og konferanser?

– Vi er forsiktig optimistiske til at vi kan se en positiv bedring for bransjen i 2021/2022. Vår prognose for 2021 er avhengig av positive nyheter knyttet til vaksinen. Når vaksiner blir tilgjengelige for allmennheten, vil dette forbedre bransjens resultater betydelig og vi er forsiktig optimistiske til at vi vil se den positive effekten allerede i 2021, og enda sterkere i 2022. Hvor raskt bransjen kommer tilbake vil i hovedsak være knyttet til positive resultater knyttet til vaksinen og endrede reiserestriksjoner, og det vil være forskjellig i ulike land og områder rundt om i verden.

I Norge ser vi at norske fritidsgjester er en viktig gruppe for flere norske destinasjoner, men denne etterspørselen alene er ikke tilstrekkelig for at bransjen skal kunne finne tilbake. Vi er også avhengige av bedriftskunder, møter og arrangementer, og derfor har vi lansert flere konsepter for å tilpasse oss den nye normalen og tilby attraktive løsninger også for dette segmentet (eksempelvis Radisson Hybrid Meetings).

Folk vil fortsatt ønske å møtes i fremtiden og behovet for å reise med jobben vil være tilstede også fremover, men vi vil trolig møtes på nye måter og i mindre grupper, og gjerne ha fysiske møter i kombinasjon med hybride løsninger.

Vi ser en økt etterspørsel etter hybridmøter og hybride løsninger og i dag har omkring 30% av møtene også et hybridkomponent. Hybride møter anses ofte som en effektiv og kreativ måte å ha møter på. I en undersøkelse gjennomført av Radisson Hotel Group, ser vi at over 66% av ledende event planners mener at en av de viktigste faktorene fremover, er muligheten til å kombinere fysiske og virtuelle elementer på en kreativ måte.

## Er det forskjell på markedene i de ulike land du har ansvaret for?

– De ulike landene i Nord-Europa og Vest-Europa har ulike reiserestriksjoner og ulike støtteordninger fra myndighetene, noe som påvirker hvorvidt hotellene har kunnet holde åpent eller ikke. Om vi sammenligner Norden med andre deler av Europa, har det gått relativt bra i Norden, selv om det er en

veldig utfordrende situasjon også her.

Det vi ser som en tydelig fellesnevner for gjestene som besøker våre hoteller, er at de mener våre oppdaterte renholds- og hygieneprogram er svært viktige for at de skal kunne kjenne seg trygge når de besøker hotellene.

Fritidsgjestene har vært viktige i flere av de store byene, eksempelvis i Trondheim og i Aarhus i Danmark. I perioder har hotellene vært godt besøkt, og vi ser at særlig vårt nyeste hotell Radisson RED i Aarhus, har vært populært blant fritidsgjestene. For de nordiske hovedstedene er bildet et litt annet, eksempelvis på grunn av strenge reiserestriksjoner til København.

Det er svært få som reiser mellom de nordiske landene for fritidsreiser og forretningsreiser, mesteparten er innenlands reiser. Det er en utfordring for hele bransjen, og som nevnt vil en økning av pan-nordisk og internasjonale reiser være sterkt knyttet til vaksiner og endrede reiserestriksjoner.

Hvis vi ser på utviklingen av nye hoteller, så jobber vi nå med to Radisson RED hoteller i Norge (Radisson RED Økern og Radisson RED Oslo Airport Gardermoen). Hvis vi ser til det internasjonale markedet, har vi mer enn 300 nye hotellprosjekter under utvikling. Bare i 2020 signerte vi 40 nye hoteller med 7500 rom verden over, så vi er veldig aktive når det kommer til å bygge ut porteføljen.

## Har dere måttet redusere antall ansatte, er mange fortsatt permittert?

– I Norge og resten av Norden har vi heldigvis klart å holde flertallet av våre hoteller åpne. Vi har gjort vårt ytterste for å beholde så mange av våre team-medlemmer som mulig i jobb så lenge som mulig. Vi er veldig glad for den støtten vi har fått fra myndighetene i de nordiske landene. Dessverre er det fortsatt en veldig alvorlig situasjon som hele bransjen befinner seg i og vi håper alle at situasjonen snart skal bedre seg.

## Dere har innført fleksibel booking- og kansellerings-policy, fører det til flere bookinger?

– Ja, fleksibilitet er avgjørende for at bransjen skal kunne finne tilbake. Vi har opprettholdt fleksible regler for bestilling og avbestilling for å gjøre det enkelt og trygt for våre gjester, når de gjør en reservasjon eller behøver å avbestille et opp-



Radisson Hotel Groups  
Area Senior Vice  
President Northern &  
Western Europe, Tom  
Flanagan Karttunen.

Vi er veldig glad for den støtten vi har fått fra myndighetene i de nordiske landene. Dessverre er det fortsatt en veldig alvorlig situasjon som hele bransjen befinner seg i ”

hold, og vi ser at gjestene våre setter stor pris på dette.

I tillegg ser vi at Radisson Safety Protocol er viktig for våre gjester og kunder. Vi lanserte Radisson Hotels Safety Protocol, som er et nytt program for grundige renslighets- og desinfiseringsprosedyrer, i mai i fjor. I dag har alle våre hoteller implementert programmet, inkludert våre Radisson Blu og Park Inn by Radisson hoteller i Norge.

Radisson Safety Protocol ble utviklet og implementert i samarbeid med verdens ledende inspeksjons-, verifiserings-, test- og sertifiseringsselskap SGS. De nye retningslinjene inkluderer stasjoner for hånddesinfisering ved inngangene, beskyttelsesutstyr for de ansatte og skjermer i resepsjonen, forbedret og dokumentert rengjørings- og desinfeksjonsfrekvens, sosial distansering i alle områder av hotellene, inkludert i møterommene, samt opplæring av de ansatte i lokale helsemyndigheters- og Verdens helseorganisasjons anbefalinger og retningslinjer.

### Dere tilbyr også på hybrid-rom, får mange av de norske hotellene slike?

– Mange av våre nordiske og internasjonale hoteller tilbyr allerede Hybrid Meetings og Hybrid Rooms og det tilbys på stadig flere av våre hoteller. Eksempler på hoteller som tilbyr dette, er Radisson Blu Oslo Nydalen, Radisson Blu Atlantic Hotel og Radisson Blu Oslo Airport Gardermoen.

Det var viktig for oss å raskt kunne tilby hybride løsninger til våre gjester og allerede i fjor lanserte vi Hybrid Rooms og Hybrid Meetings verden over. Konseptene var allerede under utvikling og utrulling ble akselerert for å møte våre gjesters og kunders nye behov. Nå kan arrangører tilby møtedeltagerne å delta virtuelt og benytte hybridformater, som muliggjør små, lokale sammenkomster, samtidig som deltagerne kan kringkaste møtet til eksterne deltagere i andre deler av verden. →

← Radisson Hotel Groups Hybrid Meetings-konsept kombinerer det beste ved å møtes personlig, med virtuelle møter. Dette gjøres ved å tilby et pålitelig bilde-, lyd- og videokonferansesystem, med doble skjermer, trådløs presentasjonsklikker, høyhastighets internettforbindelse og mye mer.

Radisson Hotel Group har inngått et samarbeid med Zoom, den ledende aktøren innen moderne videokommunikasjon for bedrifter. Sammen gir de en optimal og problemfri opplevelse når kundene velger virtuelle løsninger, og hybridmøter og arrangementer. Med egne spesialister internt, vil kundene få hjelp med å levere en rekke ulike arrangementer, eksempelvis hybridmøter med deltagere fra ulike steder, til store eventer som kringkastes. De interne ekspertene hjelper til å sørge for at arrangementene blir effektive og engasjerende, med feilfri gjennomføring og uten problemer knyttet til lyd eller det visuelle.

På en perfekt og sømløs måte, kombinerer Hybrid Rooms fasilitetene man finner i et toppmoderne kontor med komforten som finnes i de aller beste hotellrom. Dette skaper et produktivt, dedikert og stille arbeidsområde for forretningsreisende, fritidsgjester og dagsgjester. Hybrid Rooms tilbyr enkel tilkobling til andre skjermer, videokonferansesystemer, trådløst aktivert tastatur, høytalere, utskriftstjenester, kontorfasiliteter, etc.

### Hvorfor satser dere så sterkt på serviced apartments, kommer slike i Skandinavia?

– Det er en sterk etterspørsel etter betjente leiligheter og mange ønsker muligheten til kunne ha lengre opphold. Dette er bekvemt for gjestene, da vi kommer til å tilby studier og leiligheter med ett eller to soverom, fullt utstyrt med kjøkken, eget bad, døgnåpen resepsjon, renhold, hyggelige fellesarealer, mat- og drikkealternativer og en rekke andre skreddersydde fasiliteter.

Vi har som mål å doble vår portefølje av Serviced Apartments i EMEA i løpet av de neste 5 årene. Våre betjente leiligheter er enten frittstående enheter, eller drives i kombinasjon med tradisjonell hoteldrift. Tilbudet med betjente leiligheter vil bli utviklet som en videreførelse av selskapets eksis-

terende portefølje for å imøtekomme de ulike segmentene fra mellomsjiktet til luksus-segmentet.

Vi er alltid på utkikk etter nye prosjekter, også i Skandinavia, men de første åpningene er planlagt i Paris, Amsterdam, Dubai, Istanbul, Larnaca, Cortina, Kairo og Riyadh, samt i Tyskland.

### Hva slags hoteller ønsker dere skal bli med i det nye varemerket Radisson Individuals?

– I oktober i fjor lanserte Radisson Hotel Group et nytt varemerke, Radisson Individuals, som tilbyr individuelle hoteller og lokale hotellkjeder muligheten til å bli del av Radisson Hotel Group, dra nytte av konsernets sterke internasjonale posisjon og samtidig beholde sin identitet og egenart.

Varemerket er rettet mot enkelthoteller som har sterkt fokus på service og som ønsker å forbli uavhengige, eller som vurderer å gå over til et av selskapets varemerker i fremtiden. Det appellerer også til lokale eller regionale hotellmerker, som ønsker å utforske flere distribusjonskanaler eller co-branding-alternativer.

Initiativet gir hotelleiere fleksibilitet, noe som vi vet er avgjørende for å igjen styrke reisebransjen. Hotelleierne kan dra nytte av å være del av Radissons globale varemerke og utforske nye distribusjonskanaler og inntektsmuligheter, samtidig som de drar nytte av å være del av en større helhet når det gjelder kostnadsstyring. Dette kan oppnås samtidig som det enkelte hotell beholder sin egenart og kontroll over sin kommersielle tilnærming.

En rekke hoteller i Storbritannia og Asia har allerede blitt del av Radisson Individuals, og flere hoteller i blant annet Italia, Tyskland og Russland planlegger å bli med. \*

## Radisson Hotel Groups Hybrid Meetings-konsept kombinerer det beste ved å møtes personlig, med virtuelle møter ”



Radisson Blu Atlantic Hotel i Stavanger, er blant hotellene som tilbyr hybrid møter og hybrid-rom.

Vi har byttet navn:

# Reiseliv 1

Bladet du leser nå har skiftet navn fra HRR (Hotell, Restaurant og Reiseliv), til Reiseliv1.

Som du ser har vi også endret designet på bladet og utvidet antall sider, bl.a. med en fast seksjon om ledelse, nå som bladet blir en del av

 **Dagens / Perspektiv**

Nettsiden vår er også ny, og for abonnenter betyr dette at man nå kan lese alle saker merket med



Dette gir deg også tilgang til alle saker på dagensperspektiv.no og våre andre nettsider.

I løpet av mars bytter vi abonnementsystem.

– da må du opprette din digitale bruker:

1. Gå inn på **reiseliv1.no** og velg logg inn. Registrer ny bruker.
2. Skriv inn e-postadressen eller mobilnummeret ditt.  
Dette blir **brukernavnet** ditt.
3. Nå får du tilsendt en **engangskode**. Skriv inn denne.
4. Du blir bedt om å opprette et passord.

Som abonnent har du full tilgang til alle våre nettpublikasjoner:

[dagensperspektiv.no](http://dagensperspektiv.no) | [kulturplot.no](http://kulturplot.no) | [velferd.no](http://velferd.no) | [matindustrien.no](http://matindustrien.no) | [reiseliv1.no](http://reiseliv1.no)



Last ned fra

**App Store**



Last ned fra

**Google Play**

**Husk å laste ned vår app!**  
Her kan du også lese våre papir-  
publikasjoner som e-aviser



**MONA J. SAAB** PRESIDENTEN I NHO REISELIV,  
AKTUELLE SAKER OG UTFORDRINGER I REISEBRANSJEN.

# Omstilling uten kunder

Påstanden om at reiselivet er en næring som blir holdt kunstig i live av støttetiltak undervurderer både folk og bedrifter.

\* Nylig presenterte regjeringen nye krisetiltak for næringslivet. På mange punkter er reiselivet blitt lyttet til, blant annet ved at kompensasjonsordningen forlenges og at satsen for kompensasjon økes. I tillegg forlenger og fyller regjeringen på omstillingsordningen for event- og reiselivsnæringen med én milliard, og utsetter innbetaling av de fleste skatter og avgifter ytterligere.

Mange bedrifter i reiselivet har urettmessig falt utenfor ordningene så langt, og nå kan det se ut som flere av de endelig får kompensasjon. I krisepakken settes det av én milliard kroner til kommuner som er hardest rammet av pandemien, og det presiseres at midlene kan brukes til å «kompensere lokale virksomheter som helt eller delvis har falt utenfor kompensasjonsordningen». Det er gledelig å se regjeringen love at disse midlene skal utbetales på en rask og enkel måte fra kommunene, til reiseliv, arrangements- og serveringsnæringene, og destinasjonsselskaper, som er særlig hardt rammet.

## Kortere arbeidsgiverperiode

På andre punkter har dessverre ikke regjeringen lyttet til reiselivets bekymringer. I lang tid har bedriftseiere påpekt at det er store kostnader knyttet til kontinuerlige nedstenginger og påfølgende permitteringer, som mange opplever for tredje eller fjerde gang nå. De to første ukene med lønn som bedriftene må betale selv, utgjør mer enn det de får i kompensasjon i en tid der de har null inntekter.

I tillegg må bedriftene ta kostnadene knyttet til langvarige smitteverntiltak, og ikke minst tapte varelagre ved overraskende nedstenginger, som den nasjonale bråstoppen som regjeringen annonserte på starten av året. Jeg håper Stortinget fortsetter å levere der regjeringen ikke vil, enten ved en lovendring eller ved å ta disse kostnadene inn i kompensasjonsordningen.

## Hvor ble det av markedet?

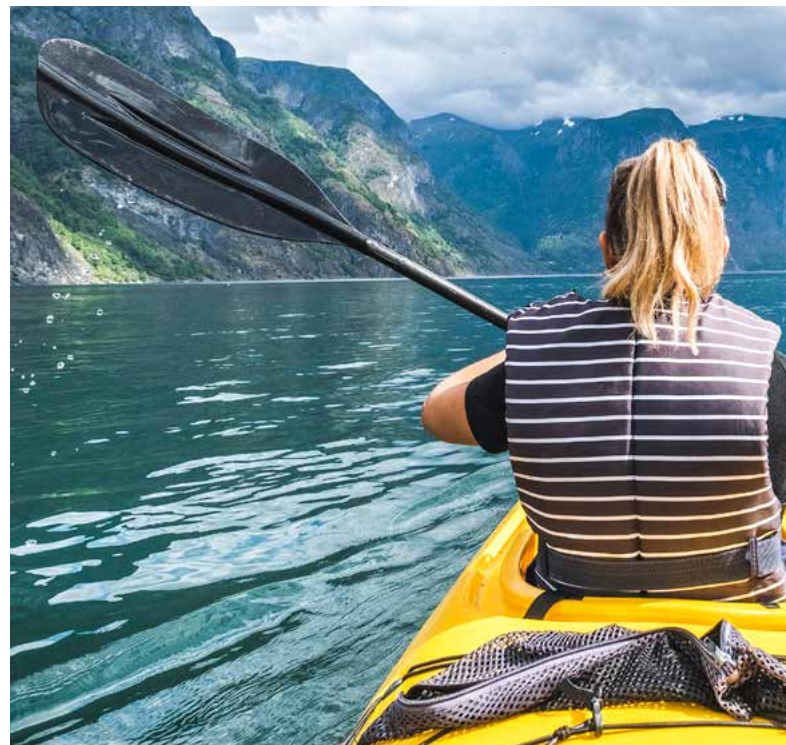
Jeg er imidlertid mer bekymret for en påstand i det offentlige ordskiftet, om at reiselivet er en lite omstillingsdyktig næring som blir holdt kunstig i live av støttetiltak. I et mye-delt innlegg i Dagens Næringsliv, tar politisk rådgiver Kjersti Aastad i NHO Reiseliv et oppgjør med økonomiprofessorer, som på et fagseminar i Finansdepartementet betviler at det er myndighetenes anbefalinger som gjør at folk ikke reiser, går på konferanse, spiser på restaurant eller ikke har kjøpt en halvliter de siste månedene. Reduksjon er markedsstyrt, mener de. Derfor er det høyst diskutabelt, ifølge dem, om man burde gi bedriftene noe mer støtte. Hvis bedriftene går konkurs, er det bedre at det er nye eiere som tar over, om markedet skulle ta seg opp igjen.

Som Aastad skriver, undervurderer dette både hvor godt folk har fulgt myndighetenes anmodninger om å ikke ta i bruk reiselivet gjennom lange perioder av pandemien, og ikke minst den utrettelige innsatsen, kunnskapen og talent som eiere har lagt ned i reiselivsbedriften sin, noen i flere tiår. Av egen erfaring kan jeg bekrefte overfor professorene, at det skal betydelig mer til enn friske midler for å bygge opp en suksessfull bedrift innen reiseliv.

## Katastrofeåret 2021

Professorenes tilnærming tar heller ikke innover seg hvor ekstraordinært katastrofeåret 2020 var, ei heller hvor opptatt reiselivet faktisk er av å omstille seg. Det er nemlig vanskelig å tilpasse seg et marked som blir nærmest totalt nedstengt av staten – og det ble reiselivet i store deler av 2020.

Det viser også tallene. For eksempel må vi tilbake til OL-året på Lillehammer, for å finne et år med færre hotellovernattinger enn i fjor. Overnattinger på hotell i Norge falt med 71 prosent blant utenlandske gjester og 29 prosent blant norske gjester i 2020, ifølge SSBs årsoversikt. En analyse fra NHO viser dessuten at forbruket fra turister og forretnings-



## 7 av 10 reiselivsbedrifter gjorde tilpasninger i produktet for å tiltrekke deg lokalk markedet, på grunn av koronautbruddet

reisende falt med 62 milliarder kroner i fjor. I tillegg til dette kommer alt det lokalbefolkningen bruker av penger i restauranter, barer og kafeter.

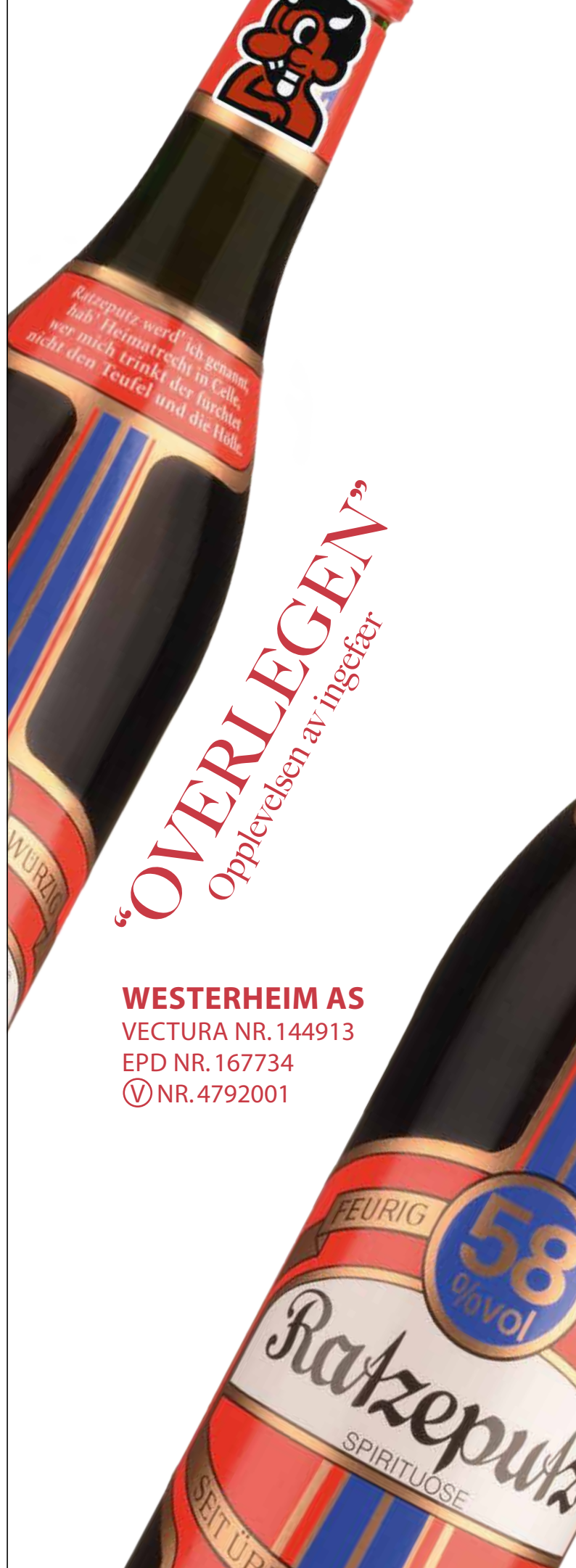
Likevel har reiselivet gjort en formidabel jobb med omstilling. En NHO-undersøkelse fra november, viste at 7 av 10 reiselivsbedrifter gjorde tilpasninger i produktet for å tiltrekke deg lokalk markedet, på grunn av koronautbruddet. Med andre ord kastet reiselivet seg rundt og forsøkte å vinne det ene markedet som ikke var stengt av statens restriksjoner. Tall fra Innovasjon Norge sin omstillingsordning bekrefter dessuten at reiselivet også tenker mer langsiktig omstilling. I første tilskuddsrunde i høst, fikk 241 bedrifter til sammen 237 millioner kroner. I andre runde har hele 616 bedrifter søkt om til sammen 890 millioner, som er bakgrunnen for at regjeringen nå fyller på ordningen.

### En unaturlig markedssituasjon

Disse tallene bekrefter virkelighetsforståelsen til oss utenfor de økonomiske professoratene: Reiselivet er svært sterkt rammet av en pandemi som skaper en midlertidig og unaturlig markedssituasjon. For å overleve den trenger reiselivet fortsatt støttetiltak, også til kostnader tilknyttet permittering og tapte varelagre. Men i lengden er bransjen svært innstilt på å tilpasse seg en ny virkelighet. For reiselivet skal gjenreise seg til en vekstnæring som sysselsetter folk over hele landet, når vaksinen får virke og markedssituasjonen ser mer normalt ut. \*



Norsk reiseliv har gjort hva de kan for å omstille seg og tiltrekke seg lokalk markedet, mener Mona J. Saab, president i NHO Reiseliv. Foto: Glenn Pettersen



**WESTERHEIM AS**  
VECTURA NR. 144913  
EPD NR. 167734  
V NR. 4792001



## En av de største i Chablis

\* Familien Fèvre har bodd i Chablis-regionen i over 300 år og det falt seg naturlig for unge William å begynne arbeidet som vinmaker, med 7 hektar vinmark. Han fikk sin første avling i 1959, og vinhuset, med samme navn, var dermed et faktum.

I løpet av årene har vinhuset skaffet seg flere vinmarker i Chablis, som alle ligger i de historiske terroirene. *William Fèvre* er blitt en av de største grunneierne i Chablis, med 78 hektar prestisjetunge vingårder, hvorav 15,9 er klassifisert som Premier Crus og 15,2 som Grand Crus.

Domaine William Fèvre arbeider lidenskapelig for å uttrykke Chablis' mange ulike og unike klima. Målet er å vise de sanne egenskapene til hvert klima, gjennom deres unike Chablis viner. For Chablis er dette avledet fra dets terroir, som gir friskhet og mineralitet til vinen.

Nåværende vinmaker, *Didier Séguier*, har vært kjellermester hos William Fèvre siden 1999 og er personen som virkelig har bidratt til å gi vinene anerkjennelse og internasjonal suksess.

William Fèvre har utmerkelsen «*Haute Valeur En-*

*vironnementale*», den høyeste utmerkelse for miljøvennlig og bærekraftig produksjon i Frankrike.

For å bevare miljøet blir vingårdene til William Fèvre nøye forvaltet. Avlingene begrenses, og vinrankene er blitt dyrket ved hjelp av økologiske og bærekraftige metoder i mange år. Innhøstingen blir gjort for hånd, etterfulgt av en streng sortering av druene.

Petit Chablis er en perfekt introduksjon til Chablis' fine viner, med nydelige noter av gul steinfrukt, hvite blomster og unik mineralitet. Petit Chablis er laget på Chardonnay, dyrket på det unike Portlands-jordmonnet, som fremkaller tydelig Chablis karakteristikk, med deilig friskhet i ganen. Dette jordmonnet består av hard, brun kalkstein, samt noe sand. Innhøsting av druene gjøres for hånd. I kjelleren gjennomføres en lett statisk sedimentering av juicen, som bevarer nok sediment til at den alkoholholdige og malolaktiske gjæringen kan dukke opp naturlig, såkalt spontan gjæring. Vinen modnes 8 til 10 måneder i rustfrie stålvatter for å bevare friskheten.

Norsk importør er *Robert Prizelius*, som tar inn en rekke viner fra William Fèvre, også en ny BiB, *William Fèvre Petit Chablis*



## Frisk og ungdommelig Rioja

\* *Bodegas Campillo*, en del av *Bodegas Faustino*, er en eksepsjonelt flott vingård som ligger midt i vinmarken, og er derfor et av få eksempler på Château-modellen i Rioja-regionen. I le av Sierra Cantabria, i Rioja Alavesa, ved middelalderbyen Laguardia, ligger vingården, omgitt av 50 hektar vinmark. Kvalitet og kontroll står i høysetet; fra vinranken dyrkes til ferdig vin tappes på flaske, og vinene har en unik stil og personlighet. Vinene distribueres i mer enn 70 land og *Bodegas Campillo* tilbyr et sortiment av røde og hvite viner, samt rose og musserende.

*Campillo El Niño* kommer fra vingården Villa Lucia Estate, 650 m.o.h. 2018 årgangen var preget av mye regn på vinteren og våren, noe som ga et bra grunnlag for perfekte druer. Innhøstningen varte lenger enn vanlig, nettopp fordi klimaet tillot det og gjorde det mulig å velge ut de beste druene, både under plukkingen på vingården og inne i vinhuset.

*Campillo El Niño 2018* (V-pris NOK 159,93), 100% Tempranillo. Mørklilla farve. Fruktig aroma med noe krydder. Som navnet antyder er dette en ungdommelig, frisk vin. Smak av mørke skogsbær og noe eikepreg.

Norsk importør er *Bibendum*.



## Norsk-chilensk kvalitet

\* For 25 år siden etablerte seg i Maipodalen i Chile. Det som en gang var en fruktplantasje like syd for hovedstaden Santiago, er i dag en av landets mest anerkjente vingårder med 100 hektar vinmarker. Vinene til Odfjell har oppnådd høye poengsummer i internasjonale publikasjoner, Armador-serien gir en mulighet til å oppleve smaken av Odfjell til en svært gunstig pris. *Armador Cabernet Sauvignon* (V-pris NOK 144,90). 100% Cabernet Sauvignon. Kirsebærrød. Seriøs aroma. Smaksrik, rund og moden, mørke bær og urter. En meget bra vin til en rimelig penge, en europeisk vin av samme kvalitet ville kostet betydelig mer.

Hele vingården drives etter bærekraftige prinsipper. Norske fjordhester har erstattet traktorer i vinmarkene, og gjødsel fra disse hestene bidrar også med næring til vinstokkene. Det er også derfor etiketten til Odfjell-vinene prydes med en slik hest. Odfjell Armador Cabernet Sauvignon er sertifisert økologisk og vegansk, og kommer på miljøvennlig lettvektflaske 2019 er den 20. årgangen av Armador Cabernet Sauvignon, og jubileumsårgangen er den beste til nå.

Norsk importør er *Symposium Wines*.



## Rimelig og god CDR

\* *André Brunel* er et av de største navnene i Rhône-dalen, i Frankrikes mest historiske appellasjon, Châteauneuf-du-Pape. Her har familien Brunel holdt til siden 1700-tallet, og gården Les Cailloux, omfatter nå 40 hektar vinmark med gamle vinstokker; Grenache, Syrah og Mourvedre. Herfra kommer Côtes du Rhône, enkeltvinmarksvinen Cuvée Sommelongue, Châteauneuf-du-Pape (Les Cailloux) og Cuvée Centenaire (Châteauneuf-du-Pape fra en parsell plantet i 1889).

Men det finnes også rimeligere utgaver, som *André Brunel CDR Côtes du Rhône* (V-pris NOK 139,90), 50% Syrah, 50% Grenache. Kirsebærrød. Fruktig aroma. Rund og fruktig smak, preget av mørke bær. Velbalansert, myk og elegant.

Grenachedruene i denne vinen kommer fra Brunels egne vinmarker, hvor vinstokkene er 40 til 60 år gamle og jordsmonnet er typisk sedimentert grus, stein og sand. Grenache gir vinen typiske runde og saftige uttrykk, mens 30 % Syrah strammer opp strukturen. Vinen er dermed drikkevennlig alene, men passer også fint til ulike kjøttretter, grill og vilt.

Norsk importør er Best Buys International AS.



## Nyhet: prosecco rosé

\* Det er en sensasjon at det endelig er blitt tillatt å produsere Prosecco rosé, og *Casa Canevel Prosecco Rosé Brut* (V-pris NOK 149,90) er blant de første på det norske markedet. 85% Glera, 15% Pinot Nero. Grunnen til dette er at først nå har italienske myndigheter åpnet opp for å produsere rosévarianter av Prosecco. Denne Proseccoen får sin vakre, bleke rosafarve fra en forsiktig pressing av druene, før vinen gjennomgår annengangsgjæringen. Roséen er en frisk musserende vin med mye fult i. Lett fruktig aroma, duft av røde bær. Elegant, frisk og fruktig. Frisk og tørr avslutning.

Vinhuset *Masi* er en av de ledende Amarone-produsentene i Veneto og det familieeide selskapet kjøpte Prosecco-huset Canevel i 2016. Canevel Spumanti ble etablert i 1979 bak en liten kirke i Santo Stefano di Valdobbiadene, en by i provinsen Treviso i Veneto. Dette er et kvalitetsstempel når det kommer til produksjon av prosecco. Vinmarkene drives etter bærekraftige prinsipper og flere av vinmarkene er seritifisert økologisk. Canevel Spumanti kan skilte med flere proseccoer i ulike stiler og prisklasser, og har derfor en Prosecco for enhver anledning.

Norsk importør er Symposium Wines.



## Himmelsk Tempranillo

\* I den spanske vinregionen Ribera del Duero, finner vi vingården *Pago del Cielo*, som ligger 895 meter over havet og er regionens høyeste punkt. Her er kan du nærmest ta på stjernehimmelen og forme skyene. Vinen som lages her er oppkalt etter den romantiske stjernehimmelen og heter derfor Celeste, som betyr «himmelsk». Vinen lages på druene *Tempranillo* eller *Tinto de Pais*, som den heter lokalt. *Celeste 2017* (V-pris NOK 192,70), 100% Tempranillo. Vinen lukter intenst av sort frukt, ristede kaffebønner og plommer. Smaken er rund og intens, avslutningen er preget av krydder og fine tanniner. Celeste passer veldig bra til lam og vilt, ostetallerken av Brie og Manchego, og mørk sjokolade - gjerne smaksatt med tørkede bær og litt salt.

Norsk importør er Robert Prizelius.



## Whisky fra Syd-Afrika

*Three Ships 12 Years Old Single Malt* (V-pris NOK 779,90) er en syd-africansk whisky fra *The James Sedgwick Distillery* i Wellington, litt nordøst for Cape Town, det eneste kommersielle whiskydestilleriet i Afrika.

Den er modnet i minst 12 år på små, amerikanske eikefat, i en kombinasjon av unge og eldre fat. Det varme klimaet akselererer samspeillet mellom destillat, eik og luft under modningen, og resulterer i en delikat, syd-africansk whisky med utrolig avrundet karakter, som man vanligvis assosierer med mye eldre whiskyer fra kaldere land. Whiskyen presenteres i sin mest naturlige form. Den er naturlig i fargen, er ikke kjølefiltret og har en alkoholprosent på 46,3%.

Norsk importør er Altia.

# Norges kandidat til Bocuse d'Or 2023 søkes

Før årets Bocuse d'Or, som er utsatt til juni, starter forberedelsene til neste verdensfinale, i 2023. I oktober i år arrangeres Årets kokk, og vinneren her blir Norges kandidat i verdens mest prestisjefylte kokkekonkurranse, Bocuse d'Or.

Vinnerteamet fra Bocuse d'Or Europe 2020, fra venstre: Tom Victor Gausdal, Even Strandbråten Sørum, Christian Andre Pettersen og Gunnar Hvarnes. Foto: Bocuse d'Or



\* Nå letes det etter kandidater til Årets kokk og nylig ble innsendelsesoppgaven offentliggjort. Råvarene i innsendelsesoppgaven representerer den norske matarven og er valgt ut av det norske Bocuse-akademiet, under ledelse av faglig leder og sølvvinner i Bocuse d'Or 2007, Tom Victor Gausdal.

- På menyen står vinterlagrede grønnsaker, storvilt fra norsk utmark, fersk sild med mandelpotet, og hovedingrediensene i en klassisk skreimølje. Dette er råvarer som har preget det norske kjøkkenet i all tid, og som derfor er en sentral del av vår matarv og tradisjonelle matkultur. Det vi ønsker å utfordre kandidatene på, er hvordan disse råvarene vil se ut når de moderniseres til den matkulturen vi har i dag, forklarer Gausdal.

Årets råvarer er i tråd med Stiftelsen Norsk Gastronomis konsept «Mat som forteller», der gode norske råvarer danner en ramme for kulinariske fortellinger, inspirasjon og matglede.

## Tre råvareoppgaver

Hver kandidat skal sende inn en unik og personlig oppskrift med bilde av en ganefryd, en freestyle-rett og en klassisk Bocuse d'Or-rett. Råvarene i ganefryden skal være skrei, lever og rogn, kombinert med tang.

- En ganefryd, også kjent som amuse-bouche på fransk, er en liten tapas. Den forteller gjesten litt om kokken, restauranten og gir et hint om hva en kan forvente seg av dagens meny. Denne gangen har vi valgt Vesterålen som tema, og råvarer som er typiske ingredienser i den tradisjonelle retten mølje, sier Tom Victor Gausdal. - Det er vanskelig å få frem et godt smaksbilde i en liten bit eller to, men det er også i denne retten at vi virkelig kan se nivået til de ulike kandidatene.

Smårett-oppgaven er såkalt freestyle, her skal kandidatene få bryne seg på den klassiske retten sild og potet.

- Til freestyleoppgaven har vi valgt fersk sild med mandelpotet,





## Stiftelsen Norsk Gastronomi

Stiftelsen Norsk Gastronomi (tidligere Bocuse d'Or Norge) utvikler verdens beste kokker, til glede for norsk mat og måltid, gjennom sitt konkurranse- og utviklingssystem. Norsk Gastronomi organiserer den norske kvaliken *Årets kokk*, samt Norges deltakelse i Bocuse d'Or Europe og verdensfinalen i Bocuse d'Or. Gjennom *Årets unge kokk* og *Årets Kokkespire*, utvikles også unge talenter, og i prosjekter som *Mat som forteller™* og nettverk blant ledende norske kokker, bidrar stiftelsen med kunnskap og inspirasjon til alle matinteresserte i og utenfor Norge. Det norske «Bocuse-akademiet», *Foreningen Årets kokk Akademi*, legger de faglige premissene for stiftelsens arbeid.

begge unike og tradisjonsrike råvarer. Silda har vært så viktig for Norge, men nå har den jo nesten forsvunnet fra menyene. Sild og potet var vel nesten et skjellsord en periode, men råvarene er så sentrale i vår matarv. Vi ønsker å se hva de mest ambisiøse kokkene vil gjøre for å skape de modeme utgavene av sild og potet, fortsetter han.

I motsetning til smårettoppgaven skal den siste retten ligne en klassisk Bocuse d'Or-hovedrett. Her er det et hovedprotein, som skal akkompagneres av minimum tre garnityrer og maks to sauser. Hovedråvaren skal være storvilt, enten elg, hjort, rein eller rådyr, ett garnityr skal være vinterkål, mens de to andre garnityrene er valgfrie. Retten skal også bestå av både gulrot og godt meierismør.

– Det eksperimenteres mye med vinterlagring av norske grønnsaker. Vinterkål er lagret kål. Lagring påvirker kålens smakskompleksitet, og er åpenbart en bærekraftig måte å utvide sesongen for kortreiste råvarer. Når det gjelder storvilt råvarer som elg, hjort og rådyr, er tiden for nyskaping overmoden. Vi oppfordrer til bruk av andre

stykingsdeler enn sadel og lår, og gleder oss til å se forslagene, avslutter Tom Victor Gausdal.

## Fagkunnskap og originalitet

For å bli kandidat og få konkurrere om tittelen *Årets kokk*, må kokkene først gjennom det norske Bocuse-Akademiets nåløye og overbevise dem om at de er klar for å møte hovedutfordringen, nemlig verdensfinalen i kokkekunst, Bocuse d'Or i Lyon. Akademiet vurderer først og fremst kokkens fagkunnskap og originalitet med de obligatoriske råvarene, men også tema knyttet til egnethet. Egnethet knyttes til arbeids- og konkurranseerfaring, og hvilke tanker kandidaten gjør seg om fagets utvikling. Historien har vist at deltagerne som står i konkurransen *Årets kokk*, også er blant fremtidens ledere, fordi kunsten å løse et konkurranseløp også kan ses på som et svennestykke i å etablere et unikt og personlig kulinarisk konsept. \*



CLAS DELP, FORBUNDSSEKRETÆR  
I FELLESFORBUNDET.

# – Mange har gått permittert i snart ett år

Flere av våre medlemmer har vært permittert helt siden mars ifjor, da mange bedrifter stengte og ikke har åpnet siden, så det er en god del folk som har gått permittert i snart ett år, sier Clas Haarek Delp, forbundssekretær i Fellesforbundet.

\* Mange er også kommet i en økonomisk vanskelig situasjon, men i tillegg handler det også om det menneskelige, hvem du har rundt deg, eller om du i det hele tatt har noen rundt deg. Det er ikke lett å være alene og bli permittert, i en tid da det er restriksjoner på alt mulig man ellers har lov til å gjøre. Dette er jo en stor påkjenning i seg selv. Jeg har vært i kontakt med mange som har det tungt. Vi hører også at det er økning i inkassosaker, og det er spesielt lavtlønte som får disse kravene mot seg, det viser at folk sliter, sier Clas Haarek Delp, forbundssekretær i Fellesforbundet.

– Økonomisk er det store variasjoner, for den som er alene er det tøft, er man så heldig at man har en partner som er i jobb og får lønn, gir det kanskje bedre forutsetninger for å klare seg over kneika. Men vi har også eksempler på at begge er permittert. Det er mange yngre i hotell- og serveringsbransjen som gjerne bor alene, ofte med begrenset plass, så det er mange som har en tung hverdag.

Ett er å klare seg økonomisk og menneskelig i noen uker, men nå det snart gått et helt år, uten at man vet når det hele er over. Lyset i tunnelen er blitt flyttet lengre og lengre frem. Vi fikk jo et håp i fjor sommer om at høsten ikke skulle bli så verst, men det håpet sluknet brått da regjeringen strammet til etter sommerferien. Deretter har det stort sett vært mørkt.

I Fellesforbundet er det de ansatte innen hotell/restaurant og luftfart som er de som er hardest berørt av innskrenkningene som følge av pandemien. Det er også en del bedrifter som har foretatt oppsigelser, fordi de ser for seg en annen driftsform når de åpner igjen. Enkelte vil legge om konseptene sine og har begrunnet oppsigelsene med det. Det er også gått ut oppsigelser til endel innen kantine- og cateringsselskaper, det begrunnes ofte med at kundene har hjemmekontor.

Det som bekymrer oss i forbindelse med omstilling og varslet nedbemanning, er at vi kan få en næring som legger opp til enda mer deltid og løsere arbeidsvilkår, det er vår store bekymring.

Vi har ikke oversikt over hvor mange av medlemmene våre som er permittert til enhver tid, det er tall vi får etterskuddsvis. Når medlemmene er på jobb blir de trukket kontingent hos arbeidsgiver, hvis de ikke blir trukket, havner de i en annen kategori, så vi ligger litt etter når det gjelder reelle tall.

Men på det meste, sist sommer, var 11.500 av våre 115.000 yrkesaktive permittert, sier Delp.

## Det må stimuleres

– Det viktigste for oss er at regjeringen ser tiltak mot ansatte og bedrifter i en sammenheng. Vi har vært opptatt av at både dagpengeordningen og kompensasjonsordningene må ha samme varighet, ellers er det ikke noe poeng i det. Hvis de slutter å hjelpe bedriftene når løpet er halvgått, blir jo arbeidsplassen likevel borte. Vi synes det har vært veldig vanskelig å forholde seg til kortsiktigheten i tiltak for bransjer som vi vet vil være rammet gjennom hele krisen. Alle skjønner at reiselivet ikke kommer tilbake til en ny normal før alt dette er over, da holder det ikke med et lappverk av tiltak. Regjeringen måtte presses til å forlenge dagpengeordningen og presses til å gi nye kompensasjonsordninger, som da kom etterskuddsvis. Det er endel bedrifter som bare har gitt opp og lagt ned, selv om de ikke har gått konkurs, det handler også om mangelen på forutsigbarhet. Vet du at du har ordninger som hjelper deg frem til krisen er over, og at du vet du har tilgang til disse i hele perioden, er du bedre istand til å vurdere om det du driver med er liv laga. Det er jo også ille hvis staten har gitt kompensasjon til bedrifter som nå likevel går konkurs.

Reiselivsnæringen er satt på pause, men det er helt klart at dette er en næring som skal tilbake så snart krisen er over. Dette er jo ikke en generell nedgangskonjunktur, hvor man er nødt til å jobbe med omstilling. Det store bildet er jo at det reisebransjen driver med er blitt frarøvet oss. Folk vil reise, overnatte, spise og drikke i fremtiden også.

Når vi er ute av krisen bør regjeringen se på incentivordninger for å få fart på bransjen igjen. Jeg har spurt litt rundt etter gode forslag, men har ikke fått noen foreløpig.

Det må stimuleres til bruk av reiselivsbransjen.

Det offentlige som innkjøper bør kanskje gå foran, pluss at det innføres forskjellige incentiver for å få fart på økonomien. Skal man få en stor hotellnæring opp å stå igjen, trengs det nok hjelp. Restaurantnæringen vil mer naturlig ta seg opp igjen, så snart vi får lov til å gå ut og spise. Det tror jeg folk vil gjøre, de fleste er vel ganske lei av å sitte hjemme, avslutter forbundssekretær Clas Haarek Delp i Fellesforbundet. \*

Alle skjønner at reiselivet ikke kommer tilbake til en ny normal før alt dette er over, da holder det ikke med et lappverk av tiltak. ”

### Fellesforbundet vil styrke krisepakken for permitterte

Fellesforbundet mener retningen på de nye vedtakene fra Stortinget er god, og at vi er kommet et stort steg i riktig retning. De mener likevel at Stortinget må styrke krisepakken til permitterte ytterligere. Fortsatt gjenstår disse kravene som de vil jobbe videre for å få innført:

- Permitterte må få full lønn i 20 dager, hvor 18 er dekket av Nav. Denne ordningen var på plass i starten av coronakrisen, men ble fjernet.
- Rett til dagpenger for alle som tjener over 76.000 (0,75 G). I dag er kravet at man må ha tjent minst 152.000 (1,5 G) for å få dagpenger.
- Rett til dagpenger ved 40 prosent permittering. I dag må man være permittert minst 50 prosent.
- Feriepenger på dagpenger.

# Norsk startup gjør suksess med skykjøkken

Oppstartsselskapet Livly bistår restauranters takeaway-drift og opplevde en eksplosiv vekst i 2020.



Livly etablerer egne kjøkken med kokker, som tilbereder takeaway-mat basert på oppskrifter og grundig opplæring fra restaurantene de kokkelerer på vegne av.

## Livly

Livly er et norsk oppstartsselskap som lager takeaway-mat på vegne av restauranter. Livly er «for kokker, av kokker» og setter opp kjøkken med førsteklasses kokker som tilbereder takeaway-mat, basert på oppskrifter og grundig opplæring fra samarbeidsrestaurantene sine. Hvert kjøkken kan betjene opptil åtte ulike restaurant-merkevarer. I dag jobber Livly med fire merkevarer gjennom et kjøkken på Grünerløkka i Oslo, og neste kjøkken skal etableres på Økern.

Selskapet ble grunnlagt i 2018 og var opprinnelig en plattform for skredersydde kupong-tilbud. Men etter et stort antall samtaler med restauranter i Norge og Skandinavia, så Livly et behov for å bistå restauranters take-away.

Selskapet skal nå utvide driften både nasjonalt, i Norden og etterhvert ellers i Nord-Europa.

✱ Fjoråret var ekstremt utfordrende for norske restauranter. Mens antall restaurantbesøk sank, skjøt takeaway-bestillingene i været, men det er lettere sagt enn gjort å omstille seg for dette, sier Jonas Stokke, administrerende direktør og gründer i Livly.

Livly etablerer egne kjøkken med kokker, som tilbereder takeaway-mat basert på oppskrifter og grundig opplæring fra restaurantene de kokkelerer på vegne av.

– Det har ikke vært lett for restaurantene å håndtere utallige takeaway-ordrer mens de samtidig skal ta vare på kundene som faktisk dukker opp, gjennomføre alle smitteverntiltak og sørge for god nok likviditet, sier gründeren, før han legger til:

– Livly får inn bestillinger, lager maten på eget kjøkken og sender den av gårde, slik at restaurantene kan konsentrere seg om kundene som kommer inn døren. Det gjør også at de kan ekspandere forbi de fysiske og geografiske begrensningene sine, uten å sette opp en ny lokasjon. Vi jobber tett med restaurantene for å sørge for at samarbeidet blir fruktbart for både dem og oss.

## – Kjenner ikke forskjell

Pacific Poke på Bislett i Oslo er blant restaurantene som begynte med skykjøkken som følge av pandemien.

– Vi er rett og slett ikke rigget for det takeaway-kjøret vi har hatt med Foodora og Wolt. Likevel var vi rimelig skeptiske til å la noen andre gjøre det vi er aller mest stolte av, matlaging. Det hørtes rart ut for oss. Men vi har samarbeidet tett med Livly, og det går

ikke an å kjenne forskjell mellom maten Livlys kokker lager og maten vi lager, sier daglig leder i Pacific Poke, Oskar Sellin.

Sellin mener Livly hjelper dem i konkurransen mot de større kjedene.

– Med Livly fikk vi mulighet til å selge poke i storskala på Grünerløkka, selv om vi egentlig holder til på Bislett og ikke har kapasitet til det. Det har gått så bra at vi nå setter opp egen restaurant på Løkka. Men vi kommer likevel til å fortsette samarbeidet med Livly, sier han.

Etterspørselen etter takeaway har gjort at Livlys inntekter tredoblet seg siden juli. I dag har Livly ett kjøkken, fire samarbeidsrestauranter, ekspansjonsplaner til nye deler av Oslo, samt en ambisjon om å utvide til andre norske byer, resten av Norden og etterhvert Nord-Europa. Per i dag er det åtte kokker ansatt.

– Nordmenn har, bokstavelig talt, fått smaken på takeaway-mat. Vanene våre har endret seg betraktelig, og vi har bestilt mer takeaway enn restaurantene klarer å betjene, sier Stokke.

Forretningsmodellen med å lage mat på vegne av restauranter, er akselerert som følge av corona, men Stokke mener dette bare er begynnelsen.

– Corona var et spark i baken, men denne utviklingen ville kommet uansett. Skykjøkken er helt nytt i Norge, men finnes allerede i stor skala i USA, England, Tyskland og en rekke andre europeiske og asiatiske land. Vi har hentet fem millioner fra investorer og er i slutfasen med å hente ytterligere fem. Nå satser vi hardt innen skykjøkken-markedet. Vi hjelper restaurantene i kampen mot «big food», og sammen skal vi spre lokal mat gjennom byen, sier Jonas Stokke i Livly. ✱



– Etterspørselen etter takeaway har gjort at Livlys inntekter tredoblet seg siden juli. Nordmenn har, bokstavelig talt, fått smaken på takeaway-mat, sier Jonas Stokke i Livly.

SOM REISELIV1-ABONNENT  
FÅR DU MATINDUSTRIEN  
FOR BARE 200 KR!



# MATINDUSTRIEN

NUMMER 01 | 2021 | ÅRGANG 74 | FAGBLADET FOR NÆRINGSMIDDELINDUSTRIEN

## Persontilpasset eldremat

Eldrebolgen krever forbedret kosthold. Side 22

## Sunnere sammen

NHO Mat og Drikke om veien til sunnere mat. Side 30

## Langt unna matsvinmålet

Matvett: Samarbeid og kunnskapsdeling må til. Side 36

LOKALT ØL

## Arktisk øl skal ut i verden

Den norske bryggerirevolusjonen bare fortsetter. Svalbard Bryggeri måtte få endret loven før bryggingen kunne starte. Nå spisses innsatsen mot eksport.

Side 8-15



Ida Larsen og bryggerimester Andreas Hegerman-Rås hos Svalbard Bryggeri



BRANSJEPROFILEN

«Jeg bærer den norske bonden på gullstol»

Mariann Tveter, gründer av heimkunnskap.no  
Side 42

## Kostrådene består minst til 2023

Danskene kutter kraftig i kjøttmengden i sine offisielle kostråd. De norske kostrådene blir stående. Side 18

tlf 24077007

 Dagens/Perspektiv



ERLING OPDAL

REISELIV1 – ADVOKAT (H). PARTNER,  
ADVOKATFIRMAET RÆDER AS

# Hvordan unngå konkurs?

4 av 10 reiselivsbedrifter frykter konkurs. 50 % reduksjon i omsetningen, permittering av mer enn 75 % av de ansatte, 65 % planlegger oppsigelser. En artikkel fra HRR i august viser svært dystre tall.

\* Selv om det er kommet nye «støttepakker» fra Regjeringen og vaksinerer er startet, kan nok de generelle tallene fortsatt være dystre, selv om situasjonen er ulik virksomhetene imellom.

Det er to forhold som er sentrale ved en konkurs – dårlig likviditet og såkalt «insuffisiens». De fleste konkurser skyldes illikviditet, dvs. at virksomheten er kommet i en likviditetsskvis og klarer ikke betale regningene etter hvert som disse forfaller. «Insuffisiens» oppstår når gjelden i virksomheten overstiger verdiene av eiendelene og dette ikke er en midlertidig situasjon. Insuffisiens vil være et tema for mange nå når årsregnskapet for 2020 skal utarbeides og verdien av eiendeler vurderes.

Konkurs skal åpnes når virksomheten er både illikvid og insuffisient, jf. kkl. § 61. Det er selskapets styre som skal ta denne vurdering og som kan beslutte at virksomheten skal begjære oppbud, dvs. slå seg selv konkurs, jf. aksjeloven § 6-18. Av den grunn er styrets løpende oppfølging og kontroll av særlig likviditeten veldig viktig – ikke bare å for å vurdere om selskapet skal kunne drive videre, men også for å unngå at styremedlemmene skal pådra seg et personlig ansvar.

## Forhold det er viktig å ha fokus på

I det følgende vil vi omtale sentrale forhold det er viktig å ha fokus på for å unngå konkurs. Flere av forholdene er helt opplagte, men det kan kanskje likevel være fordelaktig å få en påminnelse:

1. Det viktigste nå er å ha kontroll med likviditeten – i den grad dette er mulig. Koronakrisen kan fortsatt bli en lang og «seig» kamp og det å ha likviditet kan være avgjørende for muligheten til å drive videre.
2. Sett opp et likviditetsbudsjett basert på forventede inntekter og kjente kostnader. Likviditetsbudsjettet skal justeres løpende og etter hvert som situasjonen utvikler seg til det positive eller negative.
3. Søk alle kjente støtteordninger/pakker fra regjeringen, herunder kriselån. Det er en grunn til å myndighetene tilbyr krisepakker nå – det er å forhindre konkurser og redde arbeidsplasser. Vi ser heller ikke bort ifra at kriselån kan bli ettergitt, eller få gunstige vilkår for tilbakebetaling.
4. Om du er usikker på hvilke ordninger som gjelder din bedrift, så ta kontakt med revisor, bank, næringsforeninger og andre kompetente for å få vite mer om dine rettigheter.
5. Vær proaktiv overfor bank, leverandører og andre kreditorer. Alle er i samme «båt» nå og de aller fleste har forståelse for behov for og søknad om betalingsutsettelse, ønske om redusert leie/faktura osv.
6. Søk eventuelt om utsatt frist for innbetaling av merverdiavgift og/eller arbeidsgiveravgift. Dette må vurderes opp mot sannsynligheten for at en vil kunne betale gjelden til det offentlige senere. NB! Skattetrekk MÅ uansett betales i tide. Det er straffansvar

forbundet med unnlatt betaling og strafferettslig anses manglende avsetning og/eller betaling av skattetrekk som underslag.

**7.** Ha fokus på løpende fakturering og oppfølging av forfalte fakturaer. Be om forskudd eller delfakturering.

**8.** Oppfordre arbeidstagere som har begrenset kapasitet på hjemmekontor på grunn av stengte skoler eller barnehager eller andre forhold, til å ta omsorgspenger i inntil 20 dager.

**9.** Permitter arbeidstagere som det ikke er arbeidsoppgaver til. Husk å permittere i tide! Permittering må vurderes mot oppsigelse.

**10.** Vurder å kutte kostnadsstunge goder som ikke er individuelt avtalt med den enkelte arbeidstager. Enkelte har f.eks. sykepengedekning over 6 G iht. personalhåndboken, som det nå kan være kritisk å nedjustere.


**11.** Bruk tiden til å forberede «oppstart» etter krisen. Vurder ulike scenarioer. Effektiviser/forbedre produksjon/drift, forberede markedstiltak o.l. NB! «Oppstarten» kan bli krevende likviditetsmessig – med ordinære kostnader, men likevel ikke normal omsetning. Mange undervurderer dette og glemmer at returen til «normal» drift kan ta tid.

**12.** Som nevnt foran er styrets oppfølging svært viktig. Styret må holde hyppige møter – helst ukentlig/annenhver uke når det er kritisk og uansett månedlig under pandemien. Skriv protokoller hvor viktige beslutninger begrunnes og den dokumentasjon styret baserer sin beslutning på vedlegges styreprotokollen. Om kreditorer eller andre mot formodning skulle ønske å fremme krav mot styremedlemmer senere, kommer en slik sak ofte ikke opp før et par år etter at styret tok den omtvistede beslutning. Om en slik situasjon skulle oppstå er det derfor veldig viktig å kunne dokumentere hvilket grunnlag styrets beslutninger er basert på.

Det er styret som har det formelle ansvar for at forannevnte forhold blir fulgt opp. Dette kan dessverre ikke gjentas ofte nok, da det viser seg at mange ikke er klar over, eller tenker på det ansvar de har påtatt seg ved å bli innvalgt som styremedlem i en virksomhet. Det er viktig å søke kompetent bistand i tide – enten dette gjelder egen revisor, egen advokat eller andre. Vi i Advokatfirmaet Ræder bistår løpende mange virksomheter i slike forhold, derunder også i dialog med kreditorer og myndigheter. Det er derfor bare å ta kontakt om du har spørsmål! \*

**Erling Opdal** er partner i Advokatfirmaet Ræder, tilknyttet avdeling for Restrukturering og Insolvens. Han har omfattende erfaring med rådgivning både innen forretningsjuridiske og strategiske spørsmål og benyttes ofte ved restrukturering av virksomheter.

**RÆDER**



De fleste konkurser skyldes illikviditet, dvs. at virksomheten er kommet i en likviditets-skvis og klarer ikke betale regningene etter hvert som disse forfaller. ”

# Reiselivet må tilpasse seg kortere sesonger

Vi må forvente at omveltningene i reiselivsbransjen knyttet til pandemien vil få permanente konsekvenser. En av konsekvensene er kortere sesonger.

AV **ODDNE SKREDE** (HØGSKULEN PÅ VESTLANDET), **SIGBJØRN L. TVETERAAS** (UNIVERSITETET I STAVANGER), OG **JINGHUA XIE** (UNIVERSITETET I STAVANGER/NORGES ARKTISKE UNIVERSITET)

\* Eksplosjonen av digitale møteplasser gjør at volumet av yrkesreiser forventes å avta permanent. For reiselivet øker dermed viktigheten av ferie- og fritidssegmentet. Vridningen mot ferie- og fritidssegmentet endrer reise-mønstret i retning av større sesongsvingninger. Det skyldes at yrkesreisende er aktive gjennom størsteparten året, mens ferie- og fritidssegmentet er mest aktive i høysesongene.

Trenden mot økte sesongsvingninger, knytter seg ikke utelukkende til pandemien. Kronefallet i 2014 gjorde det billigere å reise til Norge og dyrere å reise til utlandet. I sum har dette gjort Norge til en attraktiv destinasjon for ferierende. Flere nordmenn velger å feriere i hjemlandet og flere utlendinger velger å besøke Norge.

## Nedskalerte reiseaktivitet

Den andre effekten av kroneprisfallet i 2014 var at store deler av næringslivet i Norge skalerte ned på reiseaktivitet. Den billigere norske krona skyldtes først og fremst ringvirkningseffekter av oljeprisfall og tilsvarende fall i lønnsomheten i oljebransjen. Når lønnsomheten til bedrifter reduseres, er det en velkjent salderingspost å kutte på møter og reiser.

Nye studier retter søkelyset på sesongsvingninger og konsekvenser av disse i norsk reiseliv. En stor økonomisk utfordring med sesongsvingninger er at reiselivskapital, som hoteller og annet, blir liggende brakk store deler av året. Dette påvirker lønnsomheten i bransjen. En ny studie til Zhang, Xie og Sikveland (2020) viser at økte sesongsvingninger fører til at norske hoteller får lavere profitmargin, mens Xie og Zhang (2020) viser at med høyere sesongsvingninger øker også risikoen for å stenge «butikken».

En annen studie til Skrede og Tveteraas (2021) påpeker at nærmest hele inntektsfallet assosiert med kortere sesonger hos hotellene, kan knyttes til lavere romdekning (men ikke lavere rompris). Dette peker igjen tilbake på at ubrukt kapital, som

også påvirker evnen til effektiv drift, er hovedårsaken til lavere lønnsomhet, som følge av økt sesongvariasjon i etterspørselen.

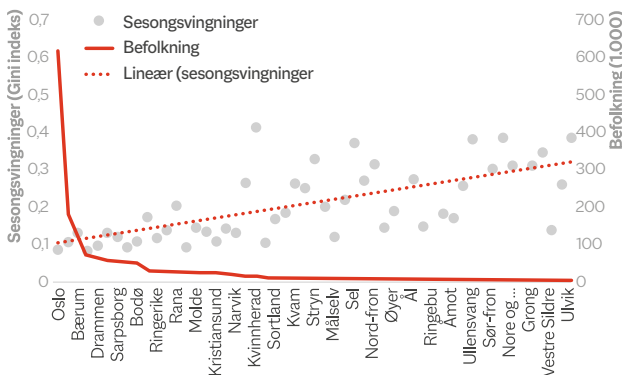
## Sesongsvingninger

Samme studie viser også at småsteder i Norge har større utfordringer med sesongsvingninger enn byer. Figur 1, som dekker 53 norske kommuner, viser hvordan størrelsen på sesongsvingningene henger sammen med størrelsen på befolkningen i kommunene. Sesongsvingningene måles som variasjon i antall gjestedøgn hos hotellene gjennom hele året. Småsteder er i større grad enn byer avhengige av ferie- og fritidssegmentet og får dermed kortere sesong.

Imidlertid viser studien at hoteller i kommuner med skiturisme blir kompensert for kort sesong, gjennom høyere inntjening mens sesongen pågår. Funn i Zhang, Xie og Sikveland (2020) tyder på noe lignende, ettersom hoteller i Fjord Norge oppnår bedre profitmargin enn andre regioner. Unike opplevelser og attraksjoner ser derfor ut til å kompensere økonomisk for noen av ulempene med kortere sesonger.

Reiselivsbedrifter som skal greie å håndtere de store endringene i dagens klima må være 'agile'; Omstillingsevne er jo noe som kjennetegner reiselivsbransjen. Større sesongsvingninger betyr i praksis kortere sesonger og bedrifter og destinasjoner må derfor tenke nøye gjennom kostnadsstruktur og verdidrivere.

Studiene over viser at unike ressurser utløser betalingsvillighet, på tross av høye sesongsvingninger. Fjorder, høyfjell, gondolbaner, Nordlys, museer – de unike ressursene kan være så mangt. Et godt råd er å finne i Oklevik med flere (2019), om at reiselivsbedrifter bør satse på økt markeds kunnskap: hvor lenge blir ulike besøkende, hva bruker de pengene på, og hva gjør de? Dette vil hjelpe å identifisere hva som er – og ikke minst hva som blir – de lønnsomme markedene når pandemitåka letter. Når man skal selge færre dager i året, bør målsettingen være å få bedre betalt for de dagene man selger. \*



## Referanser

Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C. M., Steen Jacobsen, J. K., Grøtthe, I. P., & McCabe, S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1804-1824.

Skrede, O. & Tveteraas, S.L. (2021). Urbanization Shortens the Tourist Season in the Periphery. Upublisert manuskript.

Xie, J., & Zhang, D. (2020). Influence of Tourism Seasonality and Financial Ratios on Hotels' Exit Risk. *UiT School of Business and Economics Working Papers in Economics*, (4).

Zhang, D., Xie, J., & Sikveland, M. (2020). Tourism seasonality and hotel firms' financial performance: evidence from Norway. *Current Issues in Tourism*, 1-19.





Større sesongsvingninger betyr i praksis kortere sesonger og bedrifter og destinasjoner må derfor tenke nøye gjennom kostnadsstruktur og verdidrivere. ”

Ledelse ser ut til å ha blitt mer krevende for alle typer organisasjoner det siste året. Foto: pixelfit/iStock



# Ni av ti mener lederskapet må endres

De siste 12 månedene har vært svært krevende for norske ledere, viser en ny undersøkelse fra HR Norge og EY.

AV CAMILLA SKJÆR BRUGRAND

\* I HR Norge og revisjons- og rådgivingselskapet EY sin årlige undersøkelse blant norske virksomheter kommer det tydelig frem at det har vært krevende å lede under koronapandemien.

Samtidig som ni av ti respondenter mener deres virksomhet trenger å utvikle lederskapet i årene som kommer, svarer nesten åtte av ti at de tror endringstakten kommer til å øke de neste tre årene. Halvparten av respondentene mener at ledere i sin organisasjon i stor grad har opplevd det som mer krevende å følge opp ansatte det siste året.

Det er i tråd med forskning som har vist at det er mer krevende å følge opp virtuelle team enn såkalte face-to-face team.

Geografisk spredning og mangel på fysisk kontakt er faktorer som vanskeliggjør lederes utøvelse av de typiske lederatferder vi gjerne finner i tradisjonelle hierarkier.

## Krevende for alle ledere

Ledelse ser ut til å ha blitt mer krevende for alle typer organisasjoner det siste året.



Det er flere faktorer som kan ha ført til en mer krevende lederjobb. Blant annet svarer brorparten av alle respondene at de i stor grad har gjennomført større endringer i arbeidsprosesser de siste 12 månedene, sammenlignet med de siste 5 årene.

Endringer i arbeidsprosesser kan kreve mer av ledere, både opplæring i nye arbeidsoppgaver som sådan, men også bruk av ny teknologi og avlæring av gamle måter å jobbe på.

## Mindre kontroll

76 prosent svarer at de i stor grad har opplevd økt behov for samarbeid på tvers av avdelinger eller organisatoriske enheter de siste 12 månedene. 61 prosent oppgir å i stor grad ha opplevd økt behov for samarbeid internt i avdelinger eller organisatoriske enheter.

47 prosent har i stor grad økt behov for samarbeid med kunder. Det økte behovet for samarbeid kan være knyttet til flere faktorer, for eksempel kan organisasjoner ha møtt på mer komplekse problemstillinger og ha hatt et økt behov for innovasjon.

Uansett bakgrunn kan mer samarbeid på tvers potensielt være en driver for at ledere opplever å ha mindre kontroll

## Når medarbeidere i større grad selv styrer sin egen arbeidshverdag, blir det vanskeligere for ledere å ha oversikt og følge opp ”

over egne ressurser enn tidligere, og at kompleksiteten i og behovet for koordinering av arbeidet som utføres øker.

### Forventningspress

Undersøkelsen viser at ansattes forventninger til arbeidsgiver har økt på en rekke områder. 60 prosent oppgir at ansattes forventninger om fleksibelt arbeidssted i stor grad har endret seg det siste året.

Av alternativene i undersøkelsen er det dette området hvor ansattes forventninger synes å ha økt mest fra tidligere undersøkelser. 34 prosent svarer også at ansattes forventninger om fleksibel arbeidstid i stor grad er endret.

29 prosent opplever ansattes forventninger om utfordrende oppgaver og muligheter for karriereutvikling har endret seg i stor grad.

Det å imøtekomme ansattes forventninger om mer fleksibilitet og i tillegg mer utfordringer og muligheter, krever nye lederegenskaper.

Kompleksiteten øker ytterligere når dette i stor grad må gjennomføres via fjernledelse både nå, og sannsynligvis også fremover, i større grad enn tidligere.

### Mer frihet til ansatte

De som svarte på undersøkelsen oppgir at deres organisasjoner gir medarbeiderne mer autonomi enn tidligere. Andelen som oppgir at medarbeidere i deres organisasjon i stor grad har frihet til å bestemme selv har økt innen nesten samtlige kategorier siden 2018.

Økningen er størst når det kommer til hvor arbeidsoppgaver skal løses (fra 16,1 prosent i 2018 til 33,3 prosent i 2021).

Arbeidsmengde er det eneste området der vi ser en nedgang i autonomi fra 2018. Her har andelen som sier at medarbeidere i deres organisasjon i stor grad kan bestemme fritt sunket fra 11,1 prosent til 9,7 prosent.

Økningen i grad av autonomi kan muligens forklare hvorfor ledere opplever at det har blitt vanskeligere å følge opp medarbeidere det siste året.

Når medarbeidere i større grad selv styrer sin egen arbeidshverdag, blir det vanskeligere for ledere å ha oversikt og følge opp.

Samtidig har forskning vist at tildelt autonomi kan virke negativt også på medarbeideres opplevelse av lederstøtte og at autonomi må kombineres med opplevd lederstøtte for at det skal få positive utfall.

Økt grad av selvbestemmelse kan altså by på utfordringer for begge parter i leder-medarbeider-forholdet. \*

# Koronakrisen har fått 3 av 4 bedrifter til å fornye seg

Jo hardere rammet bedriftene er av pandemien, jo mer innovasjon har de satt i gang, viser nye tall fra Norges Handelshøyskole.

AV KATRINE GRAMNÆS

\* 76 prosent av norske bedrifter har drevet innovasjon som følge av koronakrisen. Det viser helt ferske tall fra Norges Handelshøyskole (NHH).

Undersøkelsen ble gjort blant 1400 norske bedriftsledere begynnelsen av desember, kort tid etter at regjeringen foretok nye innstramninger i tiltakene mot pandemien.

– Dette er vesentlig høyere tall enn vi ser under normale omstendigheter, forteller professor Bram Timmermans ved NHH, som har gjennomført undersøkelsen sammen med professor Lasse B. Lien.

## Møter krisa med innovasjon

Normalt er det om lag 40 prosent av bedriftene som oppgir at de har drevet innovasjon i løpet av de tre siste årene. Nå har pandemien fått nytenkningen til å skyte fart. Innovasjonene i bedriftene kan dreie seg om alt fra å utvikle nye produkter eller tjenester, nye arbeidsprosesser, ny logistikk eller distribusjon eller at de retter seg mot nye målgrupper.

– Undersøkelsen tyder på at hovedgrepet til bedriftene i møte med krisa har vært innovasjon, sier Lasse B. Lien.

Han viser til at mange bedrifter har blitt tvunget til å tenke nytt fordi inntektene har falt bort. I tillegg har mange bedrifter hatt ledig kapasitet fordi andre oppgaver har falt bort, og dermed fått rom for å drive utvikling.

## De hardest rammede tenker mest nytt

Undersøkelsen avdekker at bedriftene som er hardt rammet av pandemien har drevet mer innovasjon enn de som er mindre rammet eller ikke rammet i det hele tatt. Men selv disse bedriftene har drevet med mer innovasjon enn normalt.

– Noen har drevet innovasjon for å utnytte nye muligheter som har oppstått fordi folks atferd har endret seg under krisen, sier Timmermans.

Mye av innovasjonen i norske bedrifter nå handler om digitalisering, viser undersøkelsen. Aller flest peker på at de har tatt i bruk nye digitale verktøy til å kommunisere med kundene (65 prosent).

Men mange har brukt nye digitale verktøy i interne arbeidsprosesser (59 prosent) og i kommunikasjon med leverandører (53 prosent). Nesten halvparten har også mer digitalt innhold i varer og tjenester som de leverer.



Professor Lasse B. Lien ved NHH.  
Foto: NHH



Professor Bram Timmermans ved NHH. Foto: NHH

## Verdifullt også etter krisen

72 prosent av bedriftslederne oppgir at innovasjonene som er gjort under koronapandemien også vil være verdifulle etter at krisen er over.

– Noe er nok innovasjon bedriftene burde ha gjort uansett. Krisen har tvunget dem til å få opp tempoet, sier Lien.

Også tidligere forskning viser at kriser øker endringsviljen i organisasjoner, og dermed kan være et godt tidspunkt å gjøre omstillingsprosesser.

– Det er en større forståelse for endringer når alle ser at man er i en unntakstilstand. Det samme skjedde under finanskrisen, forteller Lien.

Til tross for den krevende situasjonen oppgir 72 prosent av bedriftslederne i undersøkelsen at de ser lyst på framtiden, mens bare 14 prosent synes den ser mørk ut. Blant de som

- Bedriftene sitter ikke stille, de jobber beinhardt og omstiller seg for å dra bedriften gjennom krisen. De er helt nød til å innovere for å overleve, sier administrerende direktør Ivar Horneland Kristensen i Virke Foto: Håkon Mosvold Larsen, NTB

**Dette er vesentlig høyere tall enn vi ser under normale omstendigheter ”**



er rammet hardest av krisa er riktignok tallet 52 prosent som ser lyst på fremtiden, mens 18 prosent mener den ser mørk ut.

- Det ser ikke ut til å være noen utbredt depresjon blant norske bedriftsledere, sier Lien.

- Bedriftene sitter ikke stille

Administrerende direktør Ivar Horneland Kristensen i Virke kan bekrefte at det foregår mye nytenkning i bedriftene om dagen, også blant hans medlemsbedrifter innen handels- og tjenestenæringen.

En intern undersøkelse organisasjonen har gjort tyder på at ni av ti medlemsbedrifter gjør ting på andre måter enn vanlig under koronakrisen.

- Bedriftene sitter ikke stille, de jobber beinhardt og omstiller seg for å dra bedriften gjennom krisen. De er helt nød til å innovere for å overleve, sier han.

Han mener omstillingstakten har gått kraftig opp den siste tiden. Spesielt peker han på digitalisering av handelen og utvikling av nye tjenester.

- Overgang til handel på nett har blitt fremskyndet med flere år. Og mange kombinerer ulike tilbud, som «klikk og hent», levering på døra og tjenester som blant annet monteringer i kombinasjon med varehandel, forteller han.

- *Har noen bedrifter hatt litt godt av å få en dytt for å tenke mer innovasjon?*

- Jeg vet ikke hvor mange som trengte det, men en krise er jo også en mulighet til å gjøre ting på en annen måte. Og de som klarer å innovere nå vil komme bedre ut av krisa, mener han. \*

Dag E. Tjersland driver fire restauranter i Oslo-området. Det er knalltøffe tider for ham og hans bransjekolleger. Foto: Ulrikke Linge

# Korona kan ødelegge Oslo som restaurantby i toppsjiktet

Oslo var i ferd med å bygge seg opp til en restaurantby av internasjonalt format. Så kom korona. Det er vanskelig å si om vi vil klare å komme tilbake dit, sier restaurant-eier Dag E. Tjersland.

AV KNUT PETTER RØNNE

\* Oslo har de siste fire, fem årene blitt en hovedstad full av restauranter og spisesteder av høy kvalitet, drevet av ildsjeler som ønsker å tilby det lille ekstra.

Dag E. Tjersland er en erfaren kokk og restaurant-eier i Oslos utelivsverden. Han åpnet restauranten Signalen helt nede i sjøkanten på Nesoddtangen i august 2019. Fra før driver han restaurantene Skur 33 og Baltazar i Oslo sammen med Ingunn Svoren og Steff Herbern. Og sommeren 2020 startet han opp enda en restaurant i hovedstaden Salome, med nye Deichmanske bibliotek som nærmeste nabo.

## Trist dag i mars

Dagen etter nedstengingen 12. mars i fjor var den tristeste dagen i Tjerslands snart 25 år lange karriere som restaurant-eier. Da måtte han permittere 70 ansatte. Noen hadde han jobbet med siden han startet Baltazar for 24 år siden.

- 13. mars var den tristeste dagen i min karriere, forteller han.

Frem til januar i år har Dag E. Tjersland unngått å si opp noen av sine ansatte på grunn av korona. Og etter hvert som tiltakene ble lettet på frem mot sommeren i fjor, kom de fleste permitterte tilbake i jobb. Men nå har det vært skjenkestopp i Oslo i hele november og desember, og første arbeidsdagen i det nye året startet med nye, strenge nasjonale tiltak, blant annet med skjenkestopp over hele landet.

- Usikkerheten er det verste. Jeg driver fire restauranter og hadde en halv million i lønnskostnader i mars, men har kun minimalt i støtte i forhold til utgifter. Vi har søkt alle kompensasjonsordningene som finnes. Hadde vi ikke hatt en del midler «på bok», hadde ikke dette gått.

Og det er ikke til å unngå at skjenkestopp umuliggjør gode resultater:

- Får du ikke servere alkohol, så tjener du ikke penger. I alle fall ikke med 40 prosent færre gjester enn normalt på grunn av smittevernstiltakene, framhever restaurantieren.

Dag E. Tjersland håper å være i full gang igjen i løpet av våren. Den kommende sommersesongen blir avgjørende.

- Når vi skjønnte at vi mista november og desember blir neste sommer utrolig viktig. At vi kunne ha åpent i sommer, var en lykke og en suksess.

I sommer åpnet Tjersland nok en restaurant, sammen med partner Andreas Viestad. Salome i Bjørvika fikk en god start, før Oslo kommune innførte skjenkestopp sist høst.

- Heldigvis har vi sterke mennesker i ryggen. Vi har hatt godt besøk i november og desember på Salome, selv om vi kun har kunnet tilby alkoholfritt drikke. Noe av grunnen til det er nok at det er såpass mange steder som har måttet stenge, erkjenner Tjersland.

## Kan rive ned noe flott

- *Hva slags konsekvenser vil korona kunne ha på restaurantbransjen i Norge, dersom dette vedvarer utover i 2021?*

- Dette kan få katastrofale konsekvenser. Det kan bety at mange av ildsjelene går konkurs og at de store kjedene overtar. Det gir mindre valgfrihet og lavere kvalitet. Vi var på en slags bølge. Litt som i København for 10 år siden, så var Oslo i ferd med å bli en restaurantby av internasjonalt format da koronaen inntraff. Det er vanskelig å si om vi vil klare å komme tilbake dit. Kanskje. Men da må vi unngå at for man-

## Oslo var i ferd med å bli en restaurantby av internasjonalt format da koronaen inntraff. Det er vanskelig å si om vi vil klare å komme tilbake dit ”

ge tvinges til å gi opp. Når du driver restaurant, er du i en bransje med små marginer. Og jo høyere kvalitet på råvarene, jo mindre blir marginene, påpeker Tjersland.

- Mitt, og mange andres problem, er jo at mange av stedene som går godt i Oslo er nokså nye. De har ingen, eller svært kort, økonomisk historie. Dermed faller man utenfor alt av støtteordninger.

## Ny «baby» på Nesodden

For Dag Tjersland er det Signalen på Nesodden som betyr aller mest. Der eier han også selve bygget sammen med sine investorer, og han har til og med flyttet til Nesodden med sin familie.

- Jeg er ekstra bekymret for Signalen. Hele stedet er jo bygd på felles egenkapital. Signalen er min nye, lille baby, sier han.

- Jeg har vært kjempelykkelig som har fått holde åpent her på Nesodden. Vi har klart å holde fulle hus her. Eller, så fullt som det er lov. «Fullt hus» i dag er jo 40 prosent færre gjester enn vi kunne hatt.

Mens Oslo har hatt skjenkestopp siden tidlig i fjor høst, har Nesodden kunnet holde åpent. Med nye innstramminger, som blant annet innebærer full skjenkestopp i hele landet, må også Signalen stenge dørene.

- Jeg startet Signalen i fjor, og har investert 16 millioner av egne penger i dette. Også Salome er nyetablert. Vi kan snart ikke vente lenger. Det er bra at Raymond Johansen og byrådet har vedtatt å bruke 78 millioner på direkte støtte til utesteder som sliter, men de kunne ha funnet raskere og mer effektive løsninger. Spørsmålet er jo hva vi eventuelt mister, og hva vi ikke klarer å etablere igjen.

## Velger seg april ...

Dag E. Tjersland mener det er bedre at man nå tar «et skikkelig tak» for å få ned smitten, heller enn å hoppe inn og ut av smittevernstiltak annenhver uke framover.

- Februar har uansett alltid vært en «dårlig» restaurantmåned. Så kanskje er det like greit å holde stand til våren, til det forhåpentligvis blir normalt. Men det er disse faste utgiftene da! Denne bransjen trenger virkelig offentlig støtte nå, hvis den skal komme seg igjennom krisen.

Tjersland ser med beundring på tålmodigheten bransjefolk har vist det siste året, og tror det har noe med den «norske holdningen» å gjøre.

- Jeg tror vi har noe unikt i Norge. En type «dette skal vi få til»-holdning. Det er ganske flott å se.

- *Hvordan håper du 2021 blir?*

- Jeg satsar på en strålende vår, med massevaksinerings, fint vær og en smittefri tilværelse. \*

*Artikkelen er hentet fra Dagens Perspektiv.*



- I 2021 vil alle kampanjer vi lager for å vedlikeholde vår internasjonale posisjon, også kunne tas ut på det norske markedet, sier reiselivsdirektør Bente Bratland Holm i Innovasjon Norge.

Foto: Marit Hommedal / NTB



---

# - Alle våre aktiviteter har som mål å bidra til at vi, i den andre enden av pandemien, fortsatt har et solid norsk reiselivsprodukt å selge til verden

---

Reiselivdirektør Bente Bratland Holm i Innovasjon Norge har, som de fleste andre i reisebransjen, hatt mange utfordringer det siste året.

AV HANS KRISTIANSEN

\* Kampanjer, workshops og en mengde andre aktiviteter over hele verden, måtte kanselleres eller gjøres på alternative måter. Frem til sommeren i fjor hadde Innovasjon Norge kun som mandat å markedsføre Norge som reisemål internasjonalt, men regjeringen endret mandatet, for å bidra til å styrke det norske reiselivsproduktet, ved at flere nordmenn valgte å feriere i eget land. Denne prioriteringen fortsetter inn i 2021. Når forholdene blir mer normale, håper hun at flere nå har fått smaken på Norge som ferieland og vil ønske å bo mer kommersielt og bruke mer penger på opplevelser i eget land.

## Hva gjorde dere da pandemien slo til, og hvordan jobbet dere i 2020?

- I mars for snart ett år siden kastet vi oss rundt og gjorde flere endringer i vårt internasjonale arbeid. Vi fortsatte å ha profilerende aktiviteter, da våre vurderinger var og er at det er viktig at Norge er tilstede for å holde på sin markedsposisjon, prioritere markeder og segmenter når det blir mulig å reise igjen. I tillegg har vi hele tiden hatt digitale møteplasser mellom norske tilbydere og utenlandske kjøpere, slik at norske aktører skal ha muligheten til å jobbe med relasjonene og drive salg lengre frem i tid.

Det var lenge usikkert hvilke grenser som skulle åpnes eller ikke, men kortversjonen er at vi satte alt inn på å jobbe mest i nærmarkedene våre. Særlig opptatt var vi av å få tyske, danske og nederlandske turister hit gjennom sommeren, og manøvrerte oss gjennom sommermånedene som best vi kunne. Alle våre arrangementer ble digitale – og også hele kursporteføljen for reiselivet i Innovasjon Norge ble digitale 'over natten'.

Vi hadde midler nok til en tilstedeværelse på de viktigste markedene våre internasjonalt. Selvsagt skulle vi gjerne hatt mye mer å rutte med til den denne viktige oppgaven, men vi har fått god effekt ut av de midlene vi har hatt til rådighet. Kampanjer og aktiviteter ble ikke i nærheten av hva vi pleier å ha i et normalår i 2020, men vi har sørget for en minimums tilstedeværelse, både innen fritidsmarkedet og gjennom bran-

sjebearbeidelse, her i Norge og rundt om i verden. Vi må si oss fornøyde med det.

## Tror du mange av våre reiselivsbedrifter ikke kommer seg helskinnet gjennom krisen?

- Flere reiselivsbedrifter har dessverre vært nødt til å avvikle eller gått konkurs, og flere vil det nok bli. Hotell- og restaurantbransjen er særlig hardt rammet, og alle vi som jobber i og med reiselivet blir preget av å se hva som skjer rundt oss. Uforutsigbarheten de står i med å åpne, lukke, stengte kraner, stengte grenser, og å ta vare på egne ansatte, er tøff for de fleste.

Reiselivsbedrifter har ofte små marginer og trenger forutsigbare rammer rundt driften. Av de som sliter mest er norske turoperatører, som i vesentlig grad henter sine kunder i oversjøiske markeder. Noen av disse bedriftene gjør en snuoperasjon for å tilpasse produktene sine til det norske markedet og europeiske nærmarkeder. Det er krevende, fordi det er et helt annet segment å jobbe med, men vi håper at mange vil lykkes.

Alle våre aktiviteter har som mål å bidra til at vi, i den andre enden av pandemien, fortsatt har et solid norsk reiselivsprodukt å selge til verden. Regjeringen har dessuten en rekke støtteordninger, som Innovasjon Norge er med på å forvalte, og vi håper og tror at disse kan være til hjelp for mange som ellers ikke ville klart seg gjennom krisen.

## Innovasjon Norge bidro med 306 millioner kroner til investeringer i reiselivet i 2019, hva ble tallet for 2020?

- I 2020 ble det bevilget 724 millioner kroner i lån og tilskudd fra Innovasjon Norge til reiselivsbransjen. Av de 724 millionene er 249 å betegne som ekstraordinære støttemidler til reiselivsnæringen. De resterende 475 millionene er gitt over bransjenøytrale virkemidler. Dette er midler der reiselivsnæringen konkurrerer om lån og støtte på lik linje med alle andre bransjer som søker hos Innovasjon Norge. Midlene som gikk til reiselivsnæringen i 2020 har i stor grad blitt brukt til ➔

→ omstillingsaktiviteter (f.eks. fra å jobbe inn mot et oversjøisk marked, til nå å ha Norge og nærmarkedene som hovedfokus), eller til produkt- og kompetanseutvikling osv.

Reiselivsstrategien skulle være ferdig ved årsskiftet, måtte dere revurdere mye på grunn av pandemien?

– Alt ble endret i kjølvannet av coronapandemien, og vi ble allerede i sommer enige med oppdragsgiver NFD (Nærings- og fiskeridepartementet) om å utsette leveringingen til 1. mars, fordi det rett og slett ikke var mulig å gjennomføre en god prosess på kortere tid, slik verden plutselig ble.

Det er viktig å understreke at det har vært jobbet kontinuerlig med strategien helt siden vi startet opp arbeidet, våren 2020. I utgangspunktet skulle vi ha en rekke innspillmøter rundt om i landet, med ulike deler av næringen, offentlige organer og andre interessenter gjennom hele fjoråret. Disse ble i stedet holdt digitalt gjennom sommeren og høsten og engasjementet har vært stort. Strategien begynner å ta form i disse dager og vi ser frem til å levere den til oppdragsgiver.

### Hvordan og hvor skal markedsføringen drives fremover?

– Frem til sommeren 2020 hadde Innovasjon Norge kun som mandat å markedsføre Norge som reisemål internasjonalt. Regjeringen besluttet å endre mandatet på forsommeren, for å bidra til å styrke det norske reiselivsproduktet, ved at flere nordmenn valgte å feriere i eget land. Enn så lenge vil vi fortsette med å drive markedsføring av Norge også for nordmenn.

En av våre viktigste oppgaver er allikevel å markedsføre Norge som reisemål internasjonalt. Vi har gjennom hele pandemi-perioden vært tilstede med aktiviteter i våre viktigste markeder, for å skape reiselyst til Norge. Felles for alt det vi gjør internasjonalt nå, er at vi ikke har salg som del av aktiviteten. Det handler kun om å profilere Norge og sørge for at vi er 'top of mind' blant potensielle norgesturister. Konkurransen er stor der ute, og vi er mange som jakter de samme turistene – så et minimum av tilstedeværelse er avgjørende for at vi skal ha en sjanse når grensene åpnes igjen. I 2021 vil alle kampanjer vi lager for å vedlikeholde vår internasjonale posisjon, også kunne tas ut på det norske markedet.

### Blir det mer satsing på fritidsmarkedet, kommer dette markedet raskere tilbake enn MICE?

– Det blir feil å si at vi har mer satsing på fritidsmarkedet enn på MICE, men aktivitetene innenfor MICE er annerledes nå enn hva de pleier å være. For fritidsmarkedet har vi profilerende aktiviteter og mål om å skape reiselyst til Norge for fremtiden, men også på MICE beveger det seg. Vi har gjennom hele høsten kjørt flere webinarer om markedsmuligheter og situasjonen i de markedene der vi er tilstede. Vi har også arrangert egne workshops for aktører som jobber innenfor MICE, noe vi vil fortsette å gjøre fremover.

MICE-markedet er en viktig del av byturismen i Norge, og byene stod i 2019 for omlag halvparten av verdiskapingen i det norske reiselivet. Det er derfor kritisk at MICE kommer opp og

går igjen så raskt som mulig. Vi får satse på at vi får drahjelp av en digital tretthet i befolkningen og at arbeidsgivere, så vel som ansatte, ønsker å samle bedrifter og kunder igjen, så snart det lar seg gjøre. La oss håpe det blir sånn!

### Norge er kjent som et vakkert, trygt og rent land med god plass, har du fått tilbakemeldinger om interessen for Norge som destinasjon etter corona?

– Allerede sist sommer kjørte vi en internasjonal kampanje; «Norwegian Space Travel», der målet var å fortelle at her i Norge har vi både god plass i bygd og by, i tillegg til vakker natur. En kampanje som spiller på mye av det som er særlig attraktivt med Norge i tiden fremover. Norge er et land som fra før scorer høyt på vakker natur, at det er trygt og nok av plass til alle. Denne posisjonen kommer godt med i arbeidet vi gjør nå fremover.

Vi har gjort flere undersøkelser siste året om Norges attraktivitet i lys av coronapandemien. Den største analysen gjorde vi i høst, basert på intervjuer med potensielle reisende i Tyskland, Frankrike, Storbritannia, Nederland, Sverige og Danmark. Blant hovedfunnene her var at corona har gjort alle destinasjoner mindre attraktive, men at Norge er et av de minst påvirkede landene – i hvert fall tidlig i høst. Så gjenstår det å se om dette fortsatt er realiteten når grensene igjen åpnes. Vi vil følge opp med flere undersøkelser i 2021, for å samle innsikt om hva som rører seg i internasjonale markeder - og kommunisere det til reiselivsnæringen her hjemme.

### Det blir færre direkte internasjonale flyruter, iallfall i første omgang, det kan vel bli en utfordring?

– Over 40 prosent av våre gjester kommer til Norge med fly og våre undersøkelser viser at skal vi lykkes med helårsturisme er tilgjengelighet viktig. Norge er et langstrakt land langt nord, noe som gjør at fly og spesielt direktefly er viktig for mange destinasjoner. Jo lengre nord i landet destinasjonene befinner seg, desto mer rammet er man av færre direkte flyruter. Det vil også gi negative konsekvenser for hele forretningsmarkedet.

### Hvor kommer fremtidens turister fra, blir det forandringer fra før corona?

– Siden vi står midt i en veldig uforutsigbar pandemi, synes jeg det er vanskelig å si noe om utfallet av denne krisen. Mye avhenger av når og hvor grenser åpnes, som vaksinerings, grenseåpninger og økonomi.

Men ser vi på norske turister, så har nordmenn alltid feriert mest i eget land, men for det meste på egen hytte, hos venner og kjente, med mer. Sommeren 2020 fikk vi derimot en ny type norgesturister som utforsket mer. Samtidig ser vi at det aldri har vært solgt mer hytter og bobil. Hovedferien vil sikkert gå til utlandet, så fort man har anledning, men vi håper selvfølgelig at nordmenn vil bo mer kommersielt og bruke penger på opplevelser. \*

# www.kulturplot.no

– et nettsted for deg som vil følge med på  
det som skjer i **kulturlivet** og i **kulturpolitikken**



Scan koden  
og finn et  
godt tilbud!



**KULTUR** **Plot**

**Dagens / Perspektiv**

Illustrasjon: iStock

## HOTELLPLANER

|                     | Sted  | Kapasitet         | Anslag investering | Planlagt åpning |
|---------------------|---|-------------------|--------------------|-----------------|
| <b>Aita</b>         | Arctic Wilderness Lodge   | 24 suiter         | 100 mill.          | Q3 2021         |
| <b>Bergen</b>       | Moxy/GC Rieber Eiendom, Bontelabo   | 200r              |                    | 2021            |
| <b>Bodø</b>         | Quality Hotel Ramsalt/Hundholmen Byutvikling  | 247r              | 430 mill.          | juni 2021       |
|                     | Comfort Hotel Bodø, Corponor AS/Adolfson Group  | 160r              | Q3 2021            |                 |
|                     | Rønvikfjellet, Buchardt   | 260r              | 500 mill.          | TBA             |
|                     | Smarthotell   | 200r              |                    | TBA             |
|                     | EPP prosjekt  | 240r              |                    | TBA             |
| <b>Dombås</b>       | Frichs Hotell/Thon Hotels   | 88r               | 60 mill.           | TBA             |
| <b>Fauske</b>       | Tower Hotel   | 240r              | 500-700 mill.      | TBA             |
| <b>Gardermoen</b>   | Radisson Red + Park Inn   | 300r              | Primo 2022         |                 |
|                     | Gardermoen First  | 500r              |                    | TBA             |
| <b>Harstad</b>      | Quality Hotel, Kaarbøkvarteret  | 180r              |                    | 2021            |
| <b>Hole</b>         | Elstangen, Sundvolden Hotel   |                   |                    | TBA             |
| <b>Jessheim</b>     | Marawell Hotel Oslo Airport City, Haut Nordic   | 410r              | 800 mill.          | Q3 2022         |
| <b>Kongsberg</b>    | 1624, Sølparken, Haut Nordic  | 160r              |                    | juni 2021       |
| <b>Kristiansand</b> | Kjevik (God Driv)   | 50 leil.hotell    | 50 mill.           | TBA             |
| <b>Kvitsøy</b>      | Base Property/Alfred Ydstebø  | 125 - 150r        |                    | TBA             |
| <b>Levanger</b>     | Levanger Fjordhotell  | 200r              | 300 mill.          | TBA             |
| <b>Lysefjorden</b>  | Kjerag Panoramic Hotel  | 40r               | 60 mill.           | TBA             |
| <b>Lørenskog</b>    | Thon Hotel/Snøporten  | 300r              | 2021               |                 |
| <b>Melsomvik</b>    | Oslofjord Convention Center   | 1600r             | 3 mrd.             | 2017 -2022      |
| <b>Meløy</b>        | Svart Hotel, MIRIS Eiendom/<br>Snøhetta/Powerhouse                                    |                   |                    | 2021            |
| <b>Mo i Rana</b>    | HHO Holding   | 150r              |                    | TBA             |
| <b>Moskenes</b>     | Lofoten Opera Hotel   | 45 - 65r          | 400 mill.          | TBA             |
| <b>Moss</b>         | Verket, Høegh Eiendom   |                   |                    | TBA             |
| <b>Nordre Follo</b> | The Well Resort   | 104r              |                    | april 2021      |
| <b>Oslo</b>         | HasleLinje, Nordic Choice/AF/Høegh Eiendom  | 217r              |                    | Q2/Q3 2021      |
|                     | Comfort Hotel Karl Johan (utbygging)  | +83r totalt 264r  |                    | Q2 2021         |
|                     | Comfort Hotel Xpress Youngstorget   | (utbygging 69r)   |                    | Q3 2021         |
|                     | Radisson Red Økern,<br>Oslo Pensjonsforsikring/Norlandia Hotel Group                  | 224r              |                    | 2021            |
|                     | Comfort Hotel Grand Central   | 200r              |                    | 2021            |
|                     | Oslo Lysverker, Solli Plass   |                   |                    |                 |
|                     | Nordic Hotels & Resorts/Aspelin Ramm  | 252r              | 2 mrd.             | Primo 2022      |
|                     | Radisson Blu Hotel Oslo Plaza   | (utbygging 335r)  |                    | TBA             |
|                     | Landbrukskvartalet (Aspelin Ramm)   | TBA               |                    |                 |
| <b>Skjetten</b>     | Quality Hotel Olavsgaard  | +130r (utbygging) |                    |                 |
| <b>Sortland</b>     | Scandic Sortland,<br>Hotelleiendom Nord/Holmøy Holding                                | 128r              |                    | Q1 2021         |
|                     | "Den blå diamant", Johnsen Eiendom  | 150r              | +300 mill.         | TBA             |
| <b>Stavanger</b>    | Bjergsted, Base Property/Stordalen  | 250r              | 500 mill.          | TBA             |
|                     | Moxy  |                   |                    | TBA             |
|                     | Smarthotel Stavanger City, Holmen   | 151r              | 150 mill.          | TBA             |
|                     | Forum Pluss/Sjur Lærdal   | 140r              | 160 mill.          | TBA             |
| <b>Stokmarknes</b>  | Quality Hotel Richard With  | 158r              | Q3 2021            |                 |
| <b>Stjørdal</b>     | Sure Hotel by Best Western Trondheim Airport,<br>CIC Hospitality/BW Hospitality Group | 126r              |                    | mai 2021        |
| <b>Svalbard</b>     | Sandmo & Svenkerud  | 150r              |                    | TBA             |
| <b>Svartisen</b>    | Svartisen Glacier Resort, Miris   | 1 mrd.            |                    | TBA             |
| <b>Svolvær</b>      | Thon Hotels   | 250r              | 400 mill.          | Q1 2022         |
|                     | Eiendomsspar  | 250r              | 1,1 mrd.           | TBA             |
| <b>Troms</b>        | The Crystal Hotel   | 86r               |                    | TBA             |
| <b>Tromsø</b>       | Moxy, Daimyo/Core Hospitality   | +200r             |                    | ultimo 2021     |
|                     | Buchard   |                   | 500 mill - 1 mrd.  |                 |
|                     | AC by Marriott/Vervet   | 300r              |                    | Q2 2022         |
|                     | Eiendomsspar/Mack, Mack Øst   |                   |                    | TBA             |
|                     | Storgata 25, Pellerin   | 211r              |                    | TBA             |
|                     | Prostneset Hotell, Stordalen/Hoff/Profio  | 500 mill.         |                    | TBA             |
| <b>Trondheim</b>    | Scandic Nyhavna/Bane NOR Eiendom,<br>Utstillingsplassen Eiendom                       | 425r              |                    | Q3 2022         |
|                     | Quality Hotel Panorama  | (utbygging)       |                    |                 |
| <b>Ullensaker</b>   | Miklagard Golf, Haut Nordic   | 304r (fase1)      |                    | 7.april 2021    |

# Konkurser i hotell- og restaurantnæringen

|       |  |
|-------|--|
| 04.02 | Gabelsgate Catering, Oslo                    |
| 03.02 | Sliwa Dorota Paulina, Stavanger              |
| 02.02 | Babettes Bygg og Eiendom AS, Mo i Rana       |
| 02.02 | Torget Foods AS, Jessheim                    |
| 02.02 | Kafe K Porsgrunn AS, Porsgrunn               |
| 02.02 | BHO Drift AS, Kristiansand                   |
| 25.01 | Piccolo Paradiso Pilestredet AS, Oslo        |
| 22.01 | Rogaland Mathus ANS, Tananger                |
| 21.01 | Fei Lina, Tønsberg                           |
| 20.01 | Selavi AS, Porsgrunn                         |
| 18.01 | Malecon Services AS, Oslo                    |
| 15.01 | Nordlystorget AS, Alta                       |
| 14.01 | MG Voss AS, Voss                             |
| 14.01 | YK Drift AS, Kristiansand                    |
| 13.01 | Lille Persille Metro AS, Lørenskog           |
| 12.01 | Pho Vietnam AS, Haugesund                    |
| 12.01 | Forus Pizza AS, Stavanger                    |
| 11.01 | Sant Gruppen AS, Nesbru                      |
| 11.01 | The Paddock AS, Nesbru                       |
| 07.01 | Malm 18 AS, Sandvika                         |
| 06.01 | Lågen Spiseri AS, Stanghelle                 |
| 06.01 | Comfort Hotel Stavanger AS, Stavanger        |
| 05.01 | Motelldrift AS, Hosle                        |
| 04.01 | Alberto E Tonino AS, Trondheim               |
| 28.12 | Gulating Pub Gamlebyen AS, Gamle Fredrikstad |
| 23.12 | Restaurant Lofoten AS, Leknes                |
| 23.12 | Superfood Drift AS, Fornebu                  |
| 22.12 | Trondheim Produksjon AS, Trondheim           |
| 21.12 | Annibua AS, Budalen                          |
| 18.12 | Kaffe Bar AS, Kristiansund                   |
| 18.12 | Infinity Bar & Restaurant AS, Bergen         |
| 18.12 | Kaffebar Løvetann AS, Bergen                 |
| 17.12 | Butt Nadeem, Maura                           |
| 17.12 | Deniz Pizza og Grillhouse AS, Sandnes        |
| 16.12 | Belvar Complete Tromsø AS, Oslo              |
| 16.12 | Pho Mai AS, Oslo                             |
| 15.12 | Restaurant Seil AS, Sætre                    |
| 14.12 | Steaks and Ribs AS, Hamar                    |
| 11.12 | Kaffe Telegrafan AS, Høyanger                |
| 11.12 | MW Invest AS, Egersund                       |
| 11.12 | På Hjørnet Orkanger AS, Orkanger             |
| 10.12 | Juunor AS, Trondheim                         |
| 10.12 | Dolca Vita AS, Nordfjordeid                  |
| 10.12 | Damaskus Gatekjøkken AS, Larvik              |
| 09.12 | Fagerborg Inn AS, Oslo                       |
| 09.12 | Grensen Burgerbar AS, Halden                 |
| 08.12 | Flåten Cafe AS, Os                           |
| 08.12 | Nesttun Bistro AS, Nesttun                   |
| 07.12 | Habsak AS, Oslo                              |
| 07.12 | Grua AS, Drammen                             |

# Reiselivs- kalender 2021



## Mars

- 9. - 12. ITB 2021 (Digital), Berlin, [www.itb.com](http://www.itb.com)
- 12. - 16. Internorga 2021, Hamburg [www.internorga.com](http://www.internorga.com)

## April

- 13. - 15. Norwegian Travel Workshop (NTW 2021) (Digital), [www.visitnorway.com](http://www.visitnorway.com)
- 28. - 30. World Tourism Forum, Lucerne

## Mai

- 19. Innkjøpsdagen 2021, NHO Reiseliv, Clarion Hotel Energy, Stavanger, [www.nhoreiseliv.no](http://www.nhoreiseliv.no)
- 20. Årskonferansen 2021, NHO Reiseliv, Clarion Hotel Energy, Stavanger, [www.nhoreiseliv.no](http://www.nhoreiseliv.no)
- 19. - 23. FITUR 2021, Madrid [www.fitur.com](http://www.fitur.com)
- 31. Mat og Marked 2021, konferanse for mat-og serveringsbransjen, Oslo (og digitalt), [matindustrien.no/mat-marked-pamelding](http://matindustrien.no/mat-marked-pamelding)

## Juni

- 1. - 2. Bocuse d'Or 2021, Lyon, [www.bocusedor.com](http://www.bocusedor.com)
- 14. - 16. Wine Paris & Vinexpo Paris, Paris Expo Porte de Versailles

## August

- 16. - 21. BIOTOUR og NMBU den internasjonale konferansen for besøksforvaltning i rekreasjons- og verneområder; 10th International Conference on Monitoring and Management of Visitors in Recreational and Protected Areas (MMV), Lillehammer

## September

- 8. - 10. Seatrade Europe, Hamburg
- 21. Norwegian Digital Travel Conference, [www.digitravel.no](http://www.digitravel.no)

## Oktober

- 6. - 7. Østlandske Storhusholdning 2021, Vikingskipet, Hamar, [www.storhushold.no](http://www.storhushold.no)
- 19. Camping- og Reiselivskonferansen, Alta
- 20. - 21. Bransjedag for campingnæringen med utstillermesse og fagdag for campingnettverket, Alta.

Reiselivskalenderen er basert på innsendt info.  
Arrangører kan tipse oss på [hans@medierogledelse.no](mailto:hans@medierogledelse.no)



### SMÅK-messen endrer navn

Messen har vært et samarbeid mellom Stiftelsen Norges Varemesse, NHO Reiseliv og BFSN Storkjøkkenleverandørene.

– Dessverre har vi for neste arrangement i 2023 ikke lyktes å komme til enighet om en samarbeidsavtale med BFSN, sier Liv Kindem, kommersiell direktør ved Norges Varemesse.

Ettersom eierskapet til «Småk»-navnet har vært delt mellom NHO Reiseliv, BFSN og Stiftelsen Norges Varemesse, vil neste arrangement endre navn. Stiftelsen Norges Varemesse og NHO Reiseliv ønsker å videreføre sitt mangeårige samarbeid og Torill Engelberg skal fortsette å lede arrangementet.

## Viktig med målrettede tiltak mot de yngste

En av yrkesgruppene som rammes hardest av nedstengte reiselivsbedrifter, redusert bemanning og nedskalerte tilbud, er de som kommer rett fra skolebenken og ofte har svært begrenset erfaring. Det ønsker Classic Norway Hotels å gjøre noe med.

– Vi ønsker å bidra til å heve kompetansen i næringen og fra nyttår tilbyr vi trainee- og mentorprogram, samt viderefører satsingen på lærlinger. Etter min mening har det aldri vært viktigere med målrettede tiltak mot vår yngste arbeidsgruppe enn nå, da mange unge står uten tilbud etter endt utdanning og bransjen står i fare for å for å miste mange av morgendagens ledere til konkurrerende næringer, sier Stephen Meinich-Bache, administrerende direktør i Classic Norway Hotels.

– Også reiselivsutdannelsen er blitt mer profesjonalisert og attraktiv, og dette skaper større krav til arbeidsgiverne. Unge trenger å se at det er en fremtid i næringen og merke at de blir sett og satsset på av bedriftene. Det forsøker vi å vise med dette tiltaket, sier Meinich-Bache. \*

## 7 av 10 tror ferien blir påvirket av korona

6 av 10 nordmenn planlegger ferie i sommer, og like mange som før har planer om å ta høstferie. Til tross for høyt smittetrykk og strenge smittevernregler, bidrar vaksinegjennombrudd og gode avbestillingsmuligheter til å øke sannsynligheten for utenlandsreiser i 2021. Det viser tall fra Virke Reiselivs befolkningsundersøkelse.

Spania, Hellas, Sverige og Danmark utenlandsfavorittene, mens Vestland er ny favoritt i eget land. Mange tror at bedringen i løpet av året vil gjøre det mulig å reise til utlandet igjen.

7 av 10 tror at reiser i ferien vil påvirkes av coronasituasjonen i 2021, og de fleste vil tilbringe ferie i eget land. Reisebudsjettet per husstand er 35.350

kroner. Det er en nedgang fra fjoråret, da gjennomsnittsbudsjettet var 43.050 kroner. Samtidig viser undersøkelsen at flere av dem som tar ferie vil benytte hotell og andre overnattingstilbydere, sammenlignet med tidligere, særlig om reiserestriksjonene oppheves.

Om myndighetene ikke fraråder reiser til utlandet, er det sannsynlig at nesten halvparten av de som skal på sommerferie tilbringer den i utlandet i 2021. Til sammenligning svarte 6 av 10 at de planla å tilbringe sommerferien i utlandet i fjorårets undersøkelse.



Foto: czekma13



## Avinor mistet 6 av 10 passasjerer i 2020

Totalt reiste 20 millioner passasjerer gjennom Avinors lufthavner i 2020. Det er en nedgang på 63 prosent sammenlignet med 2019. Størst var nedgangen på Oslo lufthavn, som kun hadde 9 millioner reisende, mot 28,6 millioner i 2019.

# 4 nye hoteller til BWH

\* De nye medlemmene er Voksenåsen Hotell i Oslo på toppen av Holmenkollen, Saga Hotel Oslo, et designhotell i Oslo sentrum, og flyplasshotellene Sure Hotel by Best Western Trondheim Airport og Best Western Plus Oslo Airport.

– Til tross for krisen som pågår, ser vi en svært positiv utvikling i Norge for øyeblikket, sier Johan Michelson, konsernsjef for BWH Hotel Group i Skandinavia. Mange hotelleiere har det tøft for tiden og forsøker å finne ut hvordan de best kan ruste seg for fremtiden. Kombinasjonen av å tilhøre en solid hotellkjede som skaper inntekter og reduserer kostnadene, samtidig som man beholder selvstendigheten og sitt individuelle preg, er noe mange hotelleiere opplever som svært tiltalende. Vår visjon er å bidra til et levende hotell-landskap i en verden der alt blir stadig mer

standardisert, og målet vårt er å bli den ledende kjeden av privateide og frittstående hoteller i Norge.

– For oss var BWH Hotel Group et naturlig valg, sier Matthias Tanski, eier og administrerende direktør for CiC Hospitality. Vi har hoteller i kjeden fra før, og vi opplever at det er en profesjonell organisasjon som hjelper oss med å utvikle hotellvirksomheten vår – og som forstår utfordringene våre. Det ligger også en styrke i en global hotellkjede.

– Det er gøy og spennende å bli en del av en stor, internasjonal hotellkjede. Vi håper at mange nye gjester finner veien til det fine hotellet vårt, og vi har stor tillit til at blant annet lojalitetsprogrammet, Best Western Rewards, skal bidra til det, sier Maria af Klinteberg Herresthal, administrerende direktør for Voksenåsen. \*



Best Western Plus Oslo Airport er nyrenovert og ligger ved Oslo lufthavn Gardermoen. Foto: Best Western Plus Oslo Airport

Foto: Terje Borud



## Circle K-kundene hindrer matsvinn

Per i dag er det 115 Circle K-stasjoner over hele landet som lar kundene redde overskuddsmat gjennom appen Too Good To Go. 200.000 måltider er blitt reddet siden samarbeidet startet for tre år siden. Bare i 2020 har stasjonskundene kjøpt mer enn 85.000 forandringsposer gjennom appen.

I Norge kobler Too Good To Go 2500 butikker, bakerier, serveringssteder og energistasjoner sammen med 1,2 millioner registrerte matredde. Circle K er blant aktørene som har reddet mest mat i Norge, ifølge daglig leder Ann-Kristin Raknes Pfrunder i Too Good To Go.

Innholdet i en typisk forandringspose varierer, men ofte er det snakk om ferdigsmurte baguetter og bakervarer. \*

## Nytt fra Haugen-Gruppen Storkjøkken

**1** Happy Buddha veganske svarte steambuns. Her får gjesten virkelige en Instagramable Steambun opplevelse! Kokker og kjøkkensjefer kan servere spennende opplevelser med disse svarte steambuns. De er farvet med bambuskull, som holder farven bedre enn den tradisjonelle løsningen med blekksprutblekk. OO melet som er brukt og prosessen med to-steps heving, gir en luftig og deilig konsistensen, og bittet blir fremhevet av sprø fyll om det så er ribbe, crispy kyllingtenders eller Buffalo blomkål.

Målgruppen er alle Horeca-kanaler der det selges håndholdte brød, som i QSR og convenience, i tillegg til fullservice restauranter, da de passer som fine tallerkenretter i alle menysegmenter.



1



3

## Fjerner coronavirus på under ett sekund

**3** En ny studie dokumenterer at luftrensere fra selskapet BioZone fjerner luftbåren SARS-CoV-2, viruset som forårsaker covid-19, ved bruk av UVC-lys teknologi på under ett sekund i mer enn 99,999% av tilfellene. Det amerikanske, uavhengige laboratoriet BCS står bak studien.

Daglig leder i BioZone Norge, Kenneth Ervik, er glad for, men ikke overrasket over resultatene. – Forskningsresultatet på SARS-CoV-2 er ikke overraskende, da teknologien til BioZone tidligere har vist seg effektivt å eliminere en rekke virus, blant annet søsterviruset SARS-CoV-1. Dessuten har forskning innen UVC-lys og mindre mengder ozon i separate studier vist seg effektive mot coronavirus, forteller han.

## CAKE og Dometic med elektrisk matlevering

**2** I vinter har det vært endel klager fra takeaway-kunder på at maten de har fått på døren har vært kald. Det vil ikke skje med den nye elektriske Dometic Food Delivery Box fra CAKE, en svensk produsent av elektriske offroad motosykler, i partnerskap med Dometic. Boksene holder maten varm, eller kald den siste etappen fra serveringsstedet til kunden.

Boksene skal være klare for markedet etter sommeren. Dometic Food Delivery Box forbindes direkte til batteriet på Ösa-sykkelen, den har forskjellige rom og egne temperatursoner med varme- eller kjøleelementer. Batteriet har nok kapasitet til å drive sykkelen og matboksen i 3 – 4 timer.



2



4

## Effektivt smittevernprodukt

**4** Insider Facility Services AS i Trondheim lanserer Safe Pads, som gjør smittearbeidet mye mindre belastende i forhold til tid, ressurser og kostnader. Levetid for produktet er opptil 2 år. Selvrengjørende (for eksempel sjokoladesmuss, kliss og søl må rengjøres, men da med kun rent vann), som gjør at man automatisk også blir litt mer miljøvennlig ved å ikke bruke så mye kjemi og desinfeksjon som man i dag bruker på smittevern. Produktene er tilgjengelig for de fleste ytterdører og andre dører, gelender og rekkverk, handlevogner, alt av touch-skjermer som mobil, nettbrett og større touch-skjermer, samt også alle typer bord (kontor, kantine, restaurant, felles områder etc.). Man kan også gjøre produktene til sine ved å få det med logoer og farver.



## 37 millioner sjømat-måltider per dag

**5** Til tross for et svært krevende år, eksporterte Norge 2,7 millioner tonn sjømat for NOK 105,7 milliarder i 2020. Dette er den nest høyeste verdien noensinne. Det tilsvarer 37 millioner måltider hver dag hele året, eller 25.000 måltider per minutt.

Det totale volumet av sjømateksporten økte med 2 prosent i 2020, mens verdien ble redusert med 1 prosent, eller 1,5 milliarder kroner, sammenlignet med rekordåret 2019.

Inngangen på 2020 var svært god for norsk sjømateksport, med høye verdier og en sterk tro på nok et rekordår, men så rammet coronapandemien markedene verden over.

- Da verdenssamfunnet stengte ned, mistet norsk sjømateksport en svært viktig salgskanal, nemlig restaurant- og hotellsegmentet. Det ble utfordringer i logistikken, og selget av sjømat ble i stor grad flyttet til dagligvarekjeder, netthandel og take-away-tjenester, sier administrerende direktør Renate Larsen i Norges sjømatråd.

Til tross for dette har eksportverdien holdt seg stabil i 2020.

2020 ble tidenes nest beste år for norsk sjømateksport. Det er det i stor grad fem faktorer som har bidratt til:

- En svekket norsk krone
- En omstillingsdyktig sjømatnæring
- Enkeltarter som makrell og sild har opplevd sterk vekst
- Eksportverdien for laks er tidenes nest høyeste
- Norsk sjømat er en svært ettertraktet global handelsvare

Foto: iStock



5

## Nyheter fra Lantmännen Unibake

**6** - Med kortreist mat, lokal produksjon og opplevelsen av Norge høyere på ønskelisten til norske forbrukere enn noen gang, er vi utrolig stolte av at alle våre nye brødvareer nå bakes i Lier. Når vi utvikler oppskrifter og produkter ved vårt nye bakeri i Lier, gjør vi det med kundenes ønske om sunnhet i tankene. Trenden er klar: Norske forbrukere ønsker gjerne å spise sunt, sier Fredrik Gruffman, markedssjef for storhus-holdning i Lantmännen Unibake.

- Derfor er mange av våre nye brødprodukter nøkkelhullsmerket, som innebærer at produktene har lavt salt-, sukker- og fettinnhold, mens det samtidig er godt med fiber og fullkorn. Totalt lanserer vi 17 nye brødprodukter, inkludert tre nye typer briks med ulik frøtopping. Nesten alle disse er bakt med surdeig i steinovn og tilpasset norske forbrukerpreferanser.

I tillegg er vårt utvalg av rustikke håndverksbrød nå utvidet med tre lekke, saftige brød med ulik grovhetsgrad og særpreg. Surdeig, bløtlegging av frø og korn, lange hvile- og hevetider, samt steking på intens varme i steinovn gir god struktur, smak, aroma og holdbarhet. Den nye produktlisten inneholder også fire typer ferdigstekte, skårede brød. Tradisjonelt har nesten alt skåret brød vært formstekt, men disse fire brødene er fribakte. Dette gir kategorien en ny dimensjon. Brødene ivaretar ønsket om lettvinthåndtering og hygiene, samtidig som både utseende og sunnhetsprofil er i tråd med kundeønsker.

Hamburgerbrød bakt med potet er også en nyhet i fast food-sortimentet. Potato-hamburgerbrød er høyere og har en kompakt tekstur slik at det passer perfekt til mindre, tykkere burgere, som ofte serveres på restaurant og kafé.

Sist, men ikke minst står en croissant med mandel på nyhetslisten.



6

## Burger King fornyer seg

**1** Burger King har lansert et helt nytt design for merkevaren og alle sine restauranter i hele verden. I Norge finnes det nye uttrykket allerede på tre restauranter.

Det nye og moderne uttrykket er inspirert av ekte og digg mat, og representerer Burger Kings første totale merkevareløft på over 20 år. Den nye profilen skal i større grad representere Burger Kings verdier og nye retning og gir signal om flere store forpliktelser, deriblant ambisiøse løfter om bærekraft, fjerning av kunstige tilsetningsstoffer, og fokus på en digital merkevare.

– Design er et av de viktigste verktøyene vi har for å kommunisere hvem vi er og hva som er viktig for oss. Vårt nye design forteller historien om hvor vi kommer fra og hvor vi skal, forteller markeds-sjef i Burger King Norge, Heidi Moss.

I Norge er det 88 Burger King restauranter.



1

## Norske pass på 7.plass

**2** Et norsk pass er et verdifullt reisedokument, som per i dag gir visumfri adgang til 185 land, ifølge *The Henley Passport Index*. Deres passindex revideres fortløpende og viser hvor mange land de forskjellige lands pass gir adgang til. Landenes pass rangeres og viser hvordan de forskjellige passene kommer ut i sammenligning med hverandre.

Japan kommer ut på topp i indexen, deres pass gir visumfri adgang til 191 land. På de neste plassene følger *Singapore* (190), *Tyskland* og *Syd-Korea* (begge 189).

Norge deler syvende-plassen med *Belgia*, *New Zealand*, *Sveits*, *UK* og *USA*. Vi kan altså reise visumfritt til 185 land. På bunn i oversikten kommer *Afghanistan*, deres pass gir kun adgang til 110 land.

The Henley Passport Index er den eneste passindexen som er basert på data fra *ATA*, supplert med omfattende egne analyser.



2



3

Foto: Ravishdesigns



4

Foto: Marius Fiskum/Norges sjømatråd

## Masker gjør kontakten med gjestene vanskeligere

**3** Selv om ansiktsmasker kan være bra for å hindre smittespredning, legger de absolutt en demper på kontakten mellom mennesker. Dette gjelder også mellom gjester og ansatte i hotell- og restaurantbransjen. Mange hoteller lager spesielle masker og øker også bruken av navneskilt med bilde, for å forbedre kontakten med gjestene, mens man fortsatt kan holde avstand.

Noen har laget masker med leppestiftmunn og barter, for å gjøre det hele litt mer humoristisk. Andre har laget masker med «Hallo» på forskjellige språk trykket på.

Noen holder spesielle kurs for medarbeiderne. Der lærer de å snakke høyere og mer tydelig til gjestene, på grunn av at stemmen dempes bak masken, samtidig som avstanden er større enn tidligere. Det er ikke så lett å smile bak en maske, men det går an å kommunisere mer med øynene og bevegelsene.

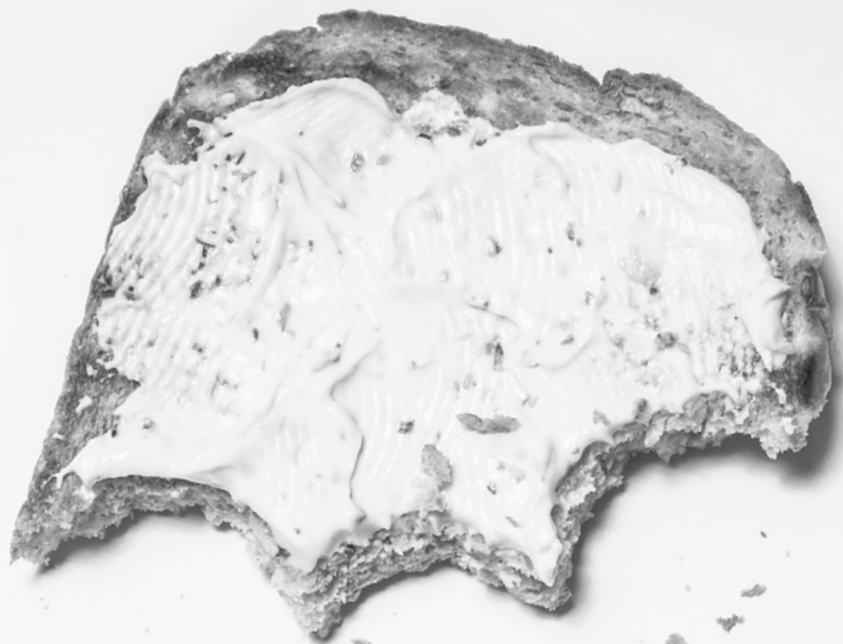
## Kokke-rockestjerner fronter skreikampanje i Frankrike

**4** I år har Sjømatrådets utsending i Frankrike et enda mer stjerne-spekket «skreilag» enn i fjor, for å inspirere franskmenn til å kjøpe og lage skrei hjemme på sitt eget kjøkken. Blant dem er *Mory Sacko*, eier av Paris-restauranten *Mosuke*, som nylig kunne smykke seg med sin første Michelin-stjerne. Sacko er en av Frankrikes største «kokke-rocke-stjerner» på *Instagram*, der han har 154.000 følgere.

I Frankrike er det svært populært å følge kokker på Instagram, og de dyktigste kokkene er nesten som rockestjerner å regne. Derfor utgjør skreivideoer og -oppskrifter fra kokke-influensere på Instagram, en viktig del av årets skreikampanje, kan Sjømatrådets utsending, *Trine Horne* fortelle.

Årets franske Instagram-team for den norske skreien består av fire kjente kokker, i tillegg til Mory Sacko. Tilsammen har kjendiskokkene rundt 700.000 følgere.

dato: 31. mai 2021  
tid: 09:30–15:30  
sted: Oslo/digitalt



# MAT & MARKED 2021

## ÅRETS TEMA:

Mat- og serverings-  
bransjen etter  
koronaen

**700,- AVSLAG FOR ALLE ABONNENTER!**


Pris billett: 2.900,-

Pris nettbillett: 2.400,-

Prisene er eks. mva.

[matindustrien.no/mat-marked](https://matindustrien.no/mat-marked)

Arrangeres av fagbladene Matindustrien,  
Dagligvarehandelen, Reiseliv1 & Convenience

 Spørsmål? Ring oss på 24 077 007 eller e-post [abo@medierogledelse.no](mailto:abo@medierogledelse.no)

  
**kikkoman**<sup>®</sup>  
mat elsker kikkoman

**Mange spennende smaker!**



**NYHET**

*Husk  
porsjionspakker!*

Poke Sauce 975ml  
EPD nr. 5353974

Sesame Sauce 1L  
EPD nr. 5120407

Yakisoba Sauce 975ml  
EPD nr. 5119177

Teriyaki Glaze 975ml  
EPD nr. 5119201

Teriyaki Marinade 975ml  
EPD nr. 5521760

Soyasaus porsjon 10ml  
EPD nr. 4954244

## Teriyaki marinade og saus - endelig er den her!

Teriyaki-marinade lever opp til navnet sitt. Den gir kjøtt og grønnsaker en vakker glans. Den egner seg spesielt godt til marinering av grillretter eller til å gjøre hurtigstekt mat enda bedre.

Teriyaki-marinaden fremstilles på basis av vår naturlig bryggede soyasaus, med andre ord av de fire rene ingrediensene soyabønner, hvete, vann og salt. Dermed har også denne marinaden den umiskjennelig fylldige smaken.



**HAUGEN-GRUPPEN**

[haugen-gruppen.no/foodservice](http://haugen-gruppen.no/foodservice)

*Tips og  
oppskrifter*

