



Bilde: The Dock 69°39 by Scandic, Tromsø, Norge
Foto: Knut Jenssen

NORSK HOTELLBRANSJE

MARKEDSRAPPORT
1. HALVÅR 2025



Høydepunkter

1

Fortsatt vekst i
internasjonal trafikk



Bilde: Scandig Svolvær, Norge
Foto: Scandic Hotels

2

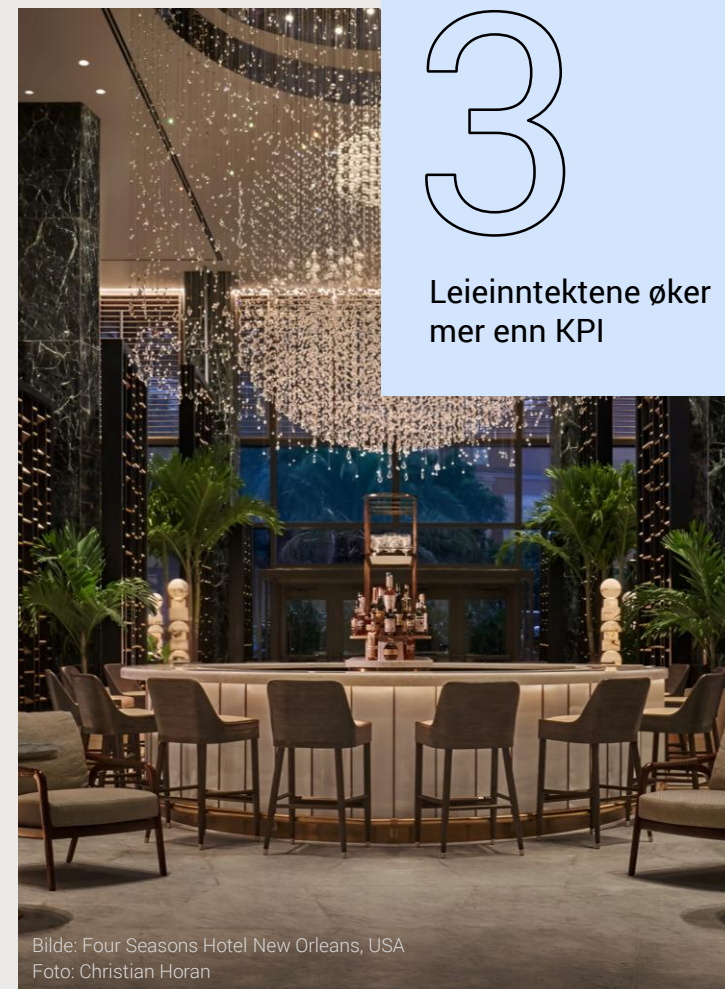
Lav kapasitetsvekst
bidrar til RevPAR økning



Bilde: St. Regis Langkawi, Malaysia
Foto: G.A. Design International

3

Leieinntektene øker
mer enn KPI



Bilde: Four Seasons Hotel New Orleans, USA
Foto: Christian Horan

INNHold



Bilde: 1 Hotel Mayfair, London, Storbritannia
Foto: Mikkel Vang

1	Om rapporten	4
2	Leder	5
3	Makro og flystatistikk	6
4	Markedstall Norge	11
	Norge	14
	Oslo	18
	Gardermoen (Romerike)	20
	Bergen	22
	Trondheim	24
	Stavanger	26
	Tromsø	28
	Kristiansand	30
	Bodø	32
5	De største aktørene i Norge	34
6	Utsikter, transaksjoner & buzz	38
7	Hotelia snakker med...	42
8	English summary	46
9	Våre tjenester og medarbeidere	47



Tips:
Klikk på innholdsfortegnelsen for å navigere i dokumentet.

Senere kan du trykke «Gå tilbake til innholdsfortegnelsen» øverst i venstre hjørne.

Du kan også klikke på Hotelia-logoen nederst i høyre hjørne for å besøke våre hjemmesider.



OM RAPPORTEN

Hotelia publiserer to ganger i året en markedsrapport om den norske hotellbransjen. Rapporten er utarbeidet de siste månedene før utgivelsen og bygger på data innhentet fra Statistisk sentralbyrå (SSB), Benchmarking Alliance (BA), Avinor, samt andre kilder for makroøkonomiske tall og lignende. I tillegg supplerer Hotelia med egne data og analyser.

I 2021 begynte SSB å rapportere tall for totale gjestedøgn for alle overnattingsvirksomheter. Dette bidro til at de nå rapporterer tall for betydelig færre kommuner enn tidligere. Dette skyldes SSBs krav til konfidensialitet. SSB rapporterer derfor nå i større grad tall for større regioner. Hotelia har på grunn av dette dessverre ikke mulighet til å rapportere tall for enkelte kommuner på samme grunnlag som tidligere. Hotelia benytter derfor i stor grad tall fra Benchmarking Alliance for destinasjonene som ikke lenger rapporteres av SSB. Dette gjelder Bergen, Trondheim, Gardermoen, Kristiansand og Stavanger. Hotelia vil dog supplere disse destinasjonene med statistikk for regionene SSB rapporterer. Størst usikkerhet er det for Gardermoen, hvor det nærmeste SSB rapporterer er Romerike, hvor Ullensaker/Gardermoen står for kun ca. 60 prosent av regionen.

Under korona-epidemien (2020 og 2021) stengte en rekke hoteller midlertidig. SSB rapporterte kun tall for åpne hoteller. Hotelia valgte, for disse to årene, i stor grad å ikke hensynta disse nedstengingene, dette for å bedre speile et «faktisk» belegg og RevPAR. Benchmarking Alliance opererte på samme måte, men det kan være noe ulikheter i beregningene.

Markedsrapporten tar for seg utviklingen i det norske hotellmarkedet, med spesielt fokus på de største hotelldestinasjonene. Videre tar den for seg viktige hendelser og begivenheter i det norske hotell- og hotelleiendomsmarkedet. Rapporten avsluttes med noen tanker om bransjens utsikter.

Hotellbransjen er en konjunkturbasert næring og følsom for endringer i makroøkonomien. Nøkkeltallene fra hotellmarkedet er ikke bare viktig for bransjen, men også for eiendomsselskaper med hotell drivere som leietakere, ettersom leiekontraktene ofte er omsetningsbaserte. Med andre ord vil en bedret topplinje i hotellbransjen ofte bli reflektert i økte leieinntekter for eiendomsselskapene.

Tall i tabeller og grafer i denne rapporten er hovedsakelig helårlige og nominelle.

Vil du motta rapporten på mail hvert halvår?

Meld deg på vårt nyhetsbrev her!

 Følg oss på LinkedIn

Bilde: Fairmont Xiamen, Xiamen, Kina

Leder | Leieinntektene fortsetter å øke

Veksten fortsetter å være positiv, og de fleste hotellene som leies ut til de profesjonelle hotellaktørene har omsetningsbasert leie. For flertallet av disse har leieinntektene øket betydelig mer enn KPI de siste årene. I første halvår kan hotelleierne «innkassere» en betydelig høyere omsetningsleie enn året før, basert på utviklingen i RevPAR. Oslo og Tromsø øker med rundt 20 prosent og de øvrige største byene i overkant av 10 prosent. Trekker vi de lange linjene har leieinntektene de 10 siste årene basert på RevPAR økt med nærmere 40 prosent mer enn KPI.

Med fortsatt vekst, og lite ny kapasitet inn i markedet de nærmeste årene, lavere rente og forhåpentligvis reduserte byggkostnader, bør flere nye hotellprosjekt opp av skuffen og realiseres. Interessen for hotelleiendom er økende, og denne eiendomsklassen fortsetter å utvikle seg som en svært interessant investeringsobjekt.

I perioder med mangel på hotellkapasitet vil også markedet for kortidsutleie av private leiligheter gjennom plattformer som Airbnb, FINN.no og andre øke betydelig. Et «øyeblikksbilde» i slutten av juli i år fant vi ut at Tromsø i denne perioden hadde 1.537 Airbnb-enheter ute i markedet - tilsvarende 0.68 enheter pr hotellrom. I Bodø som har stor hotellkapasitet hadde i samme periode kun 35 enheter i utleiemarkedet, eller 0,04 enheter pr hotellrom. For Tromsø sin del viser undersøkelser at i enkelte perioder, hvor Nordlys-turismen er på sitt høyeste, nærmer forholdet mellom privat utleie og antall hotellrom i byen 1 til 1.

En artikkel i DN rapporterer at «Norge vokser mest på Airbnb». Tall fra Airdna viser at kortidsutleie via plattformene Airbnb og Vrbo økte med 27 prosent i juni og over 20 prosent i juli. Norge har dermed den sterkeste veksten i hele Europa. Brutto leieinntekter fra kortidsutleie i Norge er over 5,4 milliarder fra januar til og med juli i år. Det nærmer seg 50 % av løsjomsetningen fra samtlige hotell i Norge.

Selv om mange hevder at privat kortidsutleie utfyller hotellene med en annen type turist/reisende, som har andre preferanser for overnatting en den tradisjonelle hotellgjesten, er det ingen tvil om at hotellene konkurrerer med en store aktører uten samme konkurransevilkår og krav til profesjonalitet, myndighetskrav og sikkerhet. Derfor bør kommunene etter vår vurdering sette klare krav og restriksjoner for denne formen for utleievirksomhet.

Utsiktene fremover fortsetter å være positive i forhold til våre vurderinger av de største hotellmarkedet. Sterk vekst (+22%) i internasjonale gjestedøgn, som nå velger å besøke Norge også i skuldervesongen. I januar til mars økte denne trafikken med hele 16 prosent. Det er svært godt nytt for hotellene, at denne trafikken jevner seg ut over året. Det er også tendenser til at forretningstrafikken tar seg noe opp igjen (+4,1%), mens Konferanse fortsetter å falle. (-7,1%).

Hotelia ser på Hostel markedet og i denne rapporten kan du lese vårt intervju med Christian de Sira, Vice President Business Development for Generator, om Hostel markedet i Europa.

God lesing av rapporten for Norsk Hotellbransje!



Bilde: Ålesund, Norge
Foto: Ele Ydhanira

3



Foto: Stefan Stefancik

MAKRO, FLY & ANDRE VARIABLER

Oversikt over makrobildet i Norge og Norden, samt flystatistikk

Makro | Veien mot lavere renter

Norge

I første halvår 2025 har norsk økonomi vist moderat vekst, med Fastlands-BNP opp 0,6 % i andre kvartal. Inflasjonen har avtatt, men lå fortsatt på 3,0 % i juni. Norges Bank satte styringsrenten ned til 4,25 % i juni og signaliserer gradvise kutt videre dersom prisveksten fortsetter å avta.

Norden

I Sverige holdt Riksbanken styringsrenten på 2,0 %, men åpner for ytterligere kutt dersom veksten svekkes mer. Inflasjonen har stabilisert seg nær målet, mens økonomien viser svak fremgang. I Danmark og Finland følger utviklingen i euroområdet, der rentekutt fra ECB gir støtte til aktiviteten.

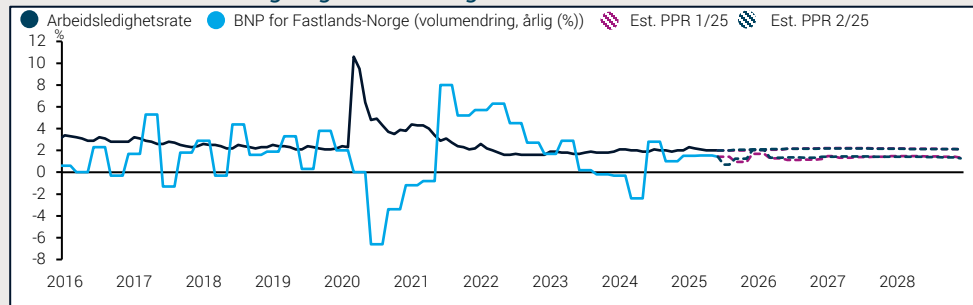
Internasjonalt perspektiv

Globalt har usikkerheten tiltatt etter at USA har innført nye tollsatser, noe som har skapt svingninger i finansmarkedene og økt geopolitisk risiko. Fed har holdt styringsrenten uendret hittil i 2025. I Europa har både ECB og Bank of England redusert rentene, samtidig som inflasjonen har nærmet seg målet på 2 %.

Kort sagt

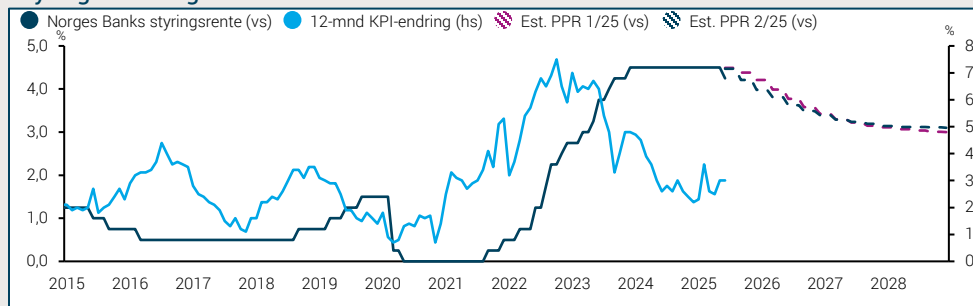
Det makroøkonomiske bildet preges fortsatt av global usikkerhet, særlig knyttet til toll og geopolittikk. I Norge har lavere rente og høy reallønnsvekst støttet aktiviteten, mens kronen forblir svak. I Norden er inflasjonen nær målet og rentene lavere, noe som gir mer forutsigbare utsikter.

BNP for Fastlands-Norge og arbeidsledighet



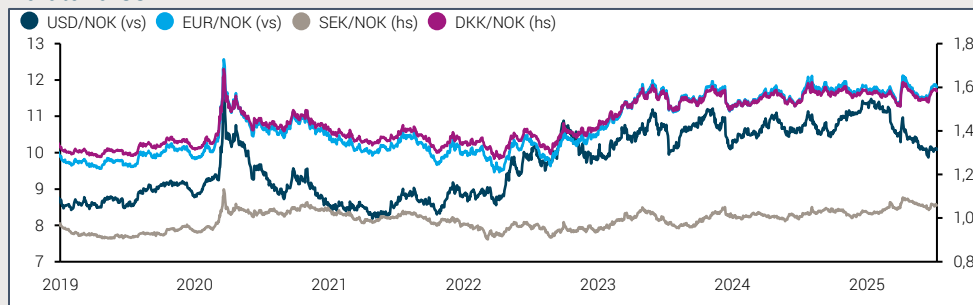
Økonomien i Norge fikk en god start på 2025, drevet av økte oljeinvesteringer og høy eksport. Samtidig har rentesensitive næringer som bygg/anlegg og varehandel vist svakere utvikling, og privat konsum har kjølnet sammenlignet med fjoråret. Arbeidsledigheten har begynt å stige, men ligger fortsatt lavt historisk sett. Fremover ventes en mer balansert utvikling, med moderat vekst og gradvis høyere ledighet i tråd med Norges Banks prognoser.

Styringsrente og KPI



Norges Bank kuttet styringsrenten til 4,25 % i juni 2025, etter å ha holdt den uendret gjennom første halvår. Inflasjonen har avtatt, men samlet KPI var fortsatt 3,0 % i juni, mens kjerneinflasjonen lå på 3,1 %. Prognosen peker mot gradvis lavere prisvekst fremover, i tråd med inflasjonsmålet. Norges Bank signaliserer ytterligere rentekutt dersom utviklingen fortsetter som ventet.

Valutakurser



Den norske kronen har holdt seg svak gjennom første halvår 2025, men har styrket seg mot Amerikanske dollar. USD/NOK har ligget i intervallet 10–11, mens EUR/NOK har beveget seg rundt 12. Kronen har også svekket seg noe mot svenske og danske kroner. Utviklingen reflekterer renteforskjellen mot handelspartnerne og lavere oljepris, mens generell usikkerhet i markedene bidrar til å holde kronen svak.

Makroøkonomiske drivere og deres innvirkning på hotellnæringen |

Avtagende inflasjon og vedvarende svak krone

Svak kronekurs

Den svake norske kronen har effekter på det norske hotellmarkedet både for innenlandske og utenlandske gjester – Norge blir relativt sett et rimeligere alternativ å reise til. Denne veksten er spesielt tydelig blant internasjonale gjester, der vi ser en økning i internasjonale gjestedøgn på 21 prosent, mot 6 prosent i gjestedøgn totalt sett.

Den gunstige effekten en svak krone har hatt på hotellmarkedet blir delvis utjevnet av økende priser på overnattinger gjennom året som har gått. ADR har i Norge økt med 9,1 prosent sammenlignet med 2024.

Svak krone har samtidig økt kostnadene for importerte varer, men med lavere inflasjon fremover ventes presset på marginene å avta. Den vedvarende svake kronen gjør ytterligere svekkelse mindre sannsynlig.

Prisdrivere i hotellmarkedet

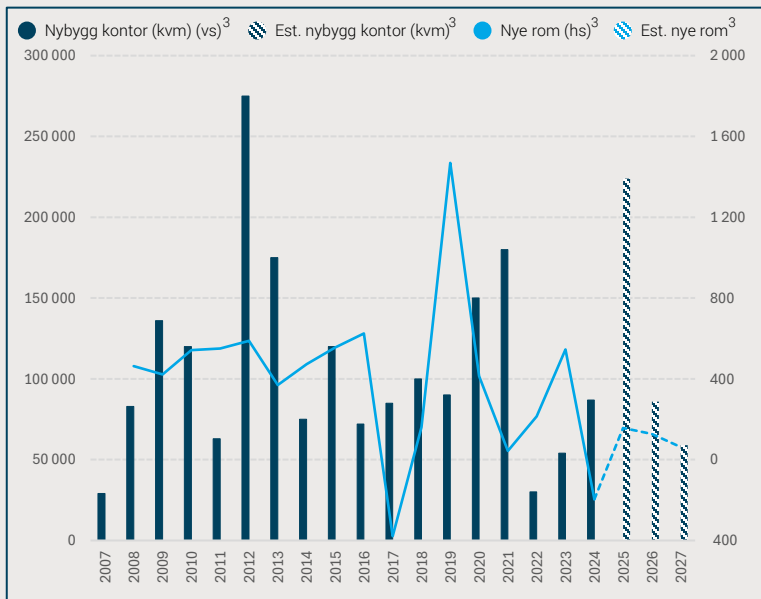
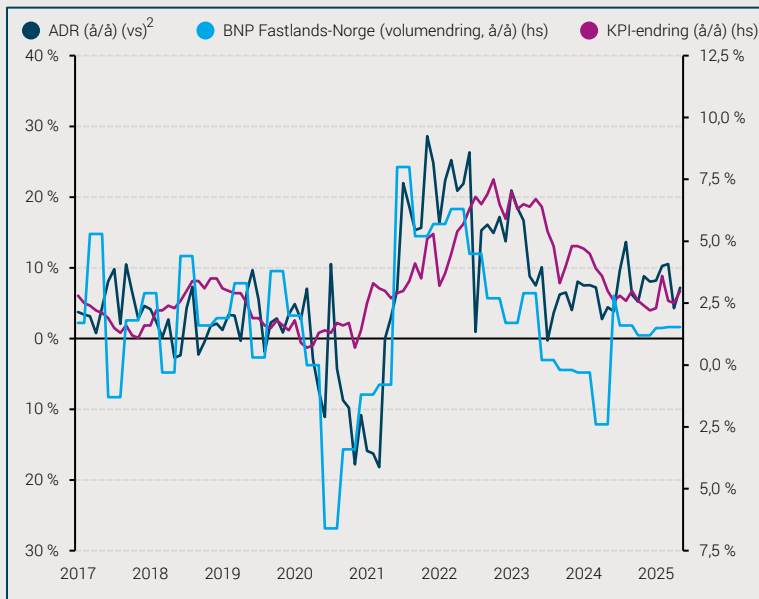
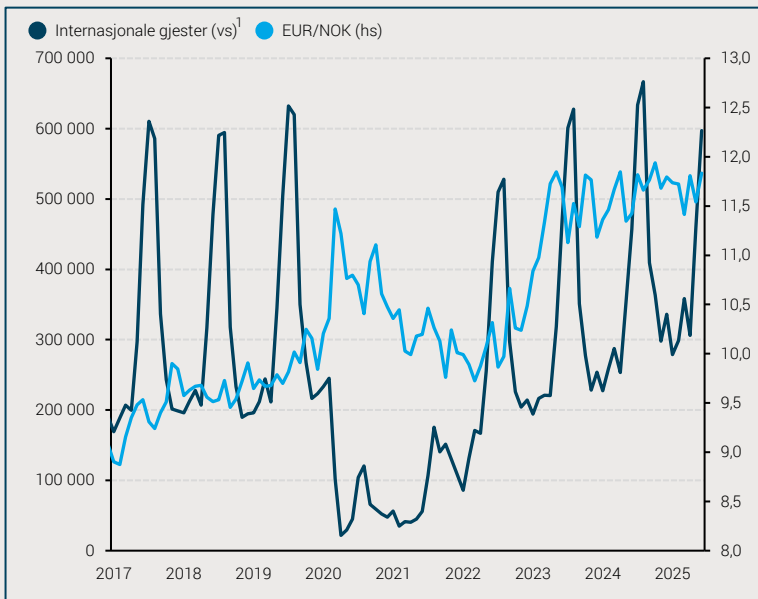
Prisene i hotellmarkedet påvirkes av flere faktorer, hvor kjøpekraften er den mest sentrale. Kjøpekraft bestemmes av arbeidsledighet, inflasjon og lønnsvekst. Høyere arbeidsledighet kan signalisere svakere økonomisk aktivitet og dermed lavere etterspørsel etter hotellovernattinger, noe som presser hotellprisene ned. Størst effekt ser vi på yrkestrafikken, etterfulgt av konferansemarkedet. Feriesegmentet har derimot noe lavere påvirkning.

Lønnsvekst spiller en dobbelt rolle: den styrker husholdningenes reiseetterspørsel, men øker samtidig kostnadene for hotellene, som er en personalintensiv næring med mange lavtlønnede ansatte. Inflasjon har også stor betydning, både gjennom å øke kostnadene og fordi hotellprisene i stadig større grad justeres raskt i takt med prisveksten i økonomien. Samtidig svekker høy inflasjon forbrukernes kjøpekraft og kan redusere etterspørselen, særlig i lavsesong. Økonomisk vekst, målt ved BNP, har en positiv effekt på hotellmarkedet ved å stimulere reisevirksomhet. Denne effekten kommer imidlertid ofte med en forsinkelse, ettersom det tar tid før høyere aktivitet i økonomien resulterer i økt etterspørsel etter hotellrom.

Kapasitet

Økning i hotellkapasitet kan ha en betydelig innvirkning på prisnivået i markedet. Når nye hoteller åpner eller eksisterende hoteller utvider, øker naturligvis tilbudet av rom. Dersom denne kapasitetsøkningen overstiger veksten i etterspørselen, kan det føre til økt konkurranse blant hotellene, noe som presser prisene nedover. Dette resulterer ofte i en utflating, eller til og med en nedgang i ADR, spesielt i perioder med høy nybyggingsaktivitet eller når økonomisk vekst er svak. I slike perioder kan markedet bli overmettet, noe som ytterligere forsterker det nedadgående presset på prisene.

På samme måte har økt kapasitet i kontormarkedet ofte resultert i overtillbud, som legger press på leieprisene. Når nye kontorbygg ferdigstilles og legges ut på markedet, kan det skape overkapasitet, spesielt hvis etterspørselen ikke holder tritt med tilbudet. Dette kan resultere i lavere leiepriser og gunstigere betingelser for leietakere, særlig i perioder med moderat eller svak økonomisk vekst. Historisk har vi sett at perioder med høy nybyggingsaktivitet, som i 2009, førte til en avkjøling i prisveksten, noe som kan være utfordrende for eiendomsbesittere som ønsker å opprettholde lønnsomheten i et konkurransepreget marked.



Kilde: Statistisk sentralbyrå (SSB), Norges Bank, Nav.no, UNION, DNB Næringsmegling, Hotelia

1) Internasjonale gjester i de åtte største byene, samlet

2) Gjennomsnittlig endring i ADR for de åtte største byene

3) Gjelder hotell- og kontormarkedet i Oslo

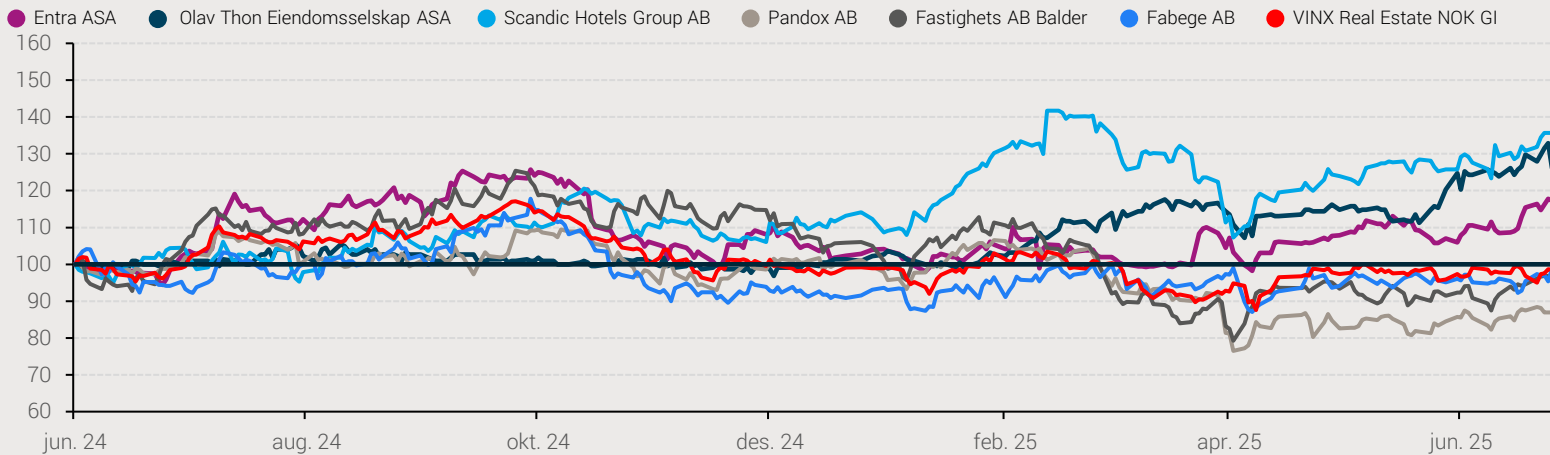
Flypassasjerer OSL | Størst vekst på internasjonale ruter på Gardermoen



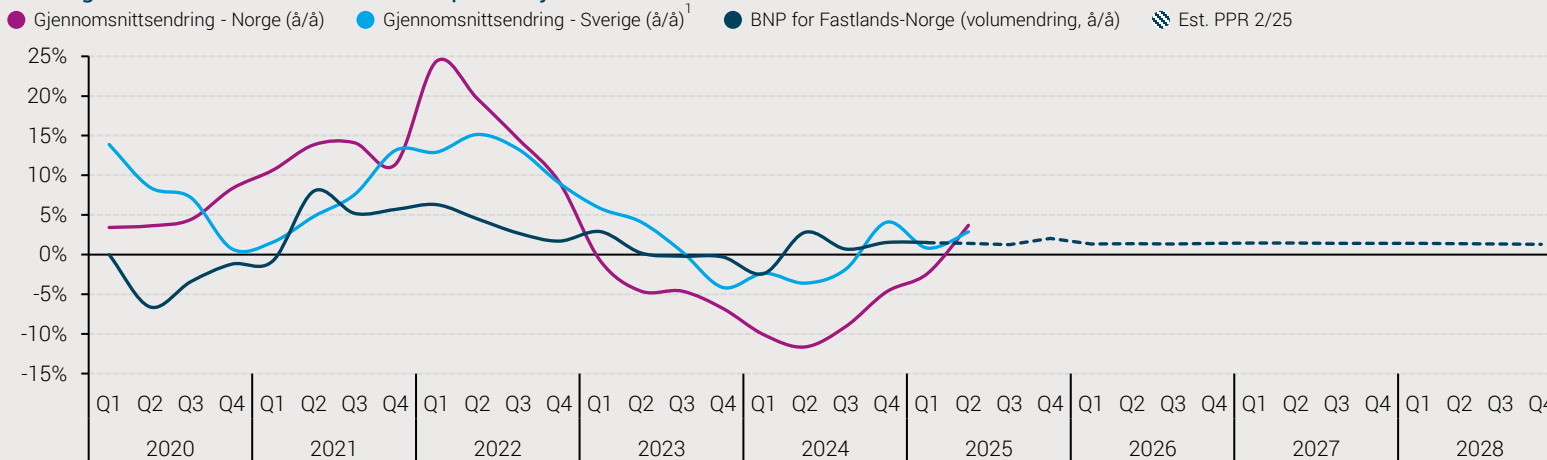
Utviklingen i passasjertrafikken ved Oslo Lufthavn Gardermoen: Grafen viser utviklingen i antall passasjerer på Oslo Lufthavn Gardermoen per uke. Rød linje er årlig gjennomsnitt, blå linje er 1/2-årlig gjennomsnitt. I første halvår har trafikken på Gardermoen økt med 3,3 %. Største økning har det vært de internasjonale rutene; opp 3,9 %. På de nasjonale rutene er trafikken opp 2,5 %. Oslo Lufthavn Gardermoen står for ca. 50 prosent av passasjervolumet på Avinors flyplasser i Norge første halvår. På de fleste byene i Norge er det en sterk korrelasjon mellom antall hotellgjestedøgn og antall flypassasjerer.

Aksjemarkedet | Gradvis tilpasning til nytt rentenivå

Kursutvikling siste 12 måneder



Endring i markedsverdien av eiendomsportefølje



Blandet kursutvikling i nordisk hotell- og eiendomssektor

Utviklingen det siste året har vært blandet for de største nordiske hotell- og eiendomsselskapene. Pandox har falt med 13,1 %, mens Balder er ned 3,2 % i samme periode. Blant de norske selskapene har Olav Thon Eiendomsselskap steget med 32,0 %, mens Entra har utviklet seg 20,2 %. Samlet sett har VINX Real Estate-indeksen endt ned 1,0 %, preget av usikkerhet rundt renter og verdsettelse.

Eiendomsverdier i bedring?

Norge har opplevd en nedgang i eiendomsverdier siden starten av 2024, men går mot en positiv utvikling som samsvarer med økonomisk vekst og lavere renter. I motsetning har Sverige vist større motstandsdyktighet, med lavere svingninger i eiendomsverdier og tegn til tidligere stabilisering.

Eiendomsverdiene i Norden viser tegn til stabilisering. I Sverige har lavere renter bidratt til en viss reprising, mens norske aktører fortsatt merker press på verdiene. P/NAV-nivåene er fremdeles under historiske snitt, men yieldene er attraktive, og forventninger om ytterligere rentekutt gir grunnlag for forsiktig optimisme.

Kort sagt

Markedet er fortsatt krevende, men hotell- og eiendomssektoren fremstår mer robust enn i 2024. Flere selskaper har benyttet første kvartal til refinansiering gjennom obligasjonsmarkedet, noe som signaliserer både kapitalbehov og investeringsvilje. Lavere renter og bedret finansiering kan bidra til en mer positiv utvikling i andre halvår 2025.

I 2025 har vi sett utstedelse av obligasjoner på et høyere nivå enn i 2024. Dette er delvis drevet av høyere forfall på eksisterende obligasjoner i nær fremtid, men også av ny kapitalinnhenting for utvidelse av eksisterende porteføljer. Dette indikerer økt optimisme blant markedsaktørene, noe som kan bidra til en positiv utvikling i 2025, både for eiendomsverdier og transaksjonsvolum.

4

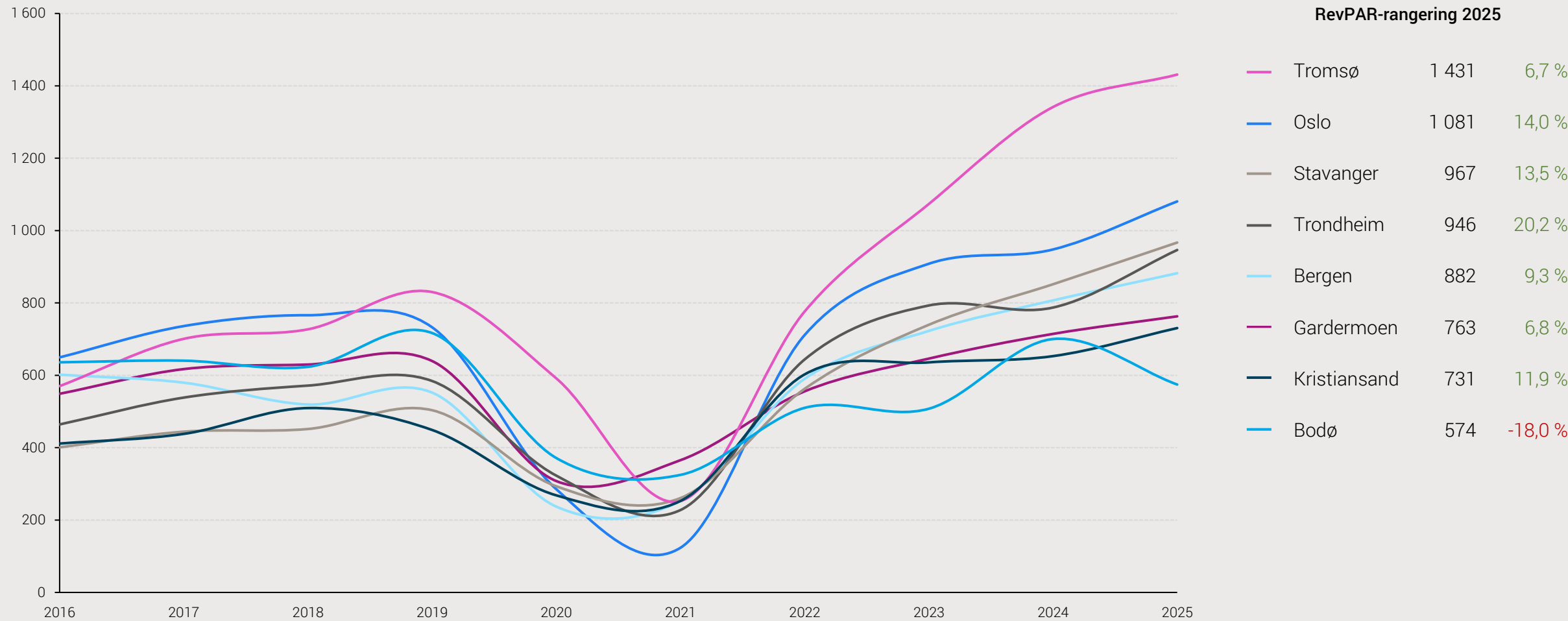


Bilde: The Dock 69°39, Tromsø, Norge
Foto: Daniel Mikkelsen

MARKEDSTALL NORGE

Statistikk over Norge og de åtte største hotelldestinasjonene

Utvikling i RevPAR | Den imponerende veksten fortsetter

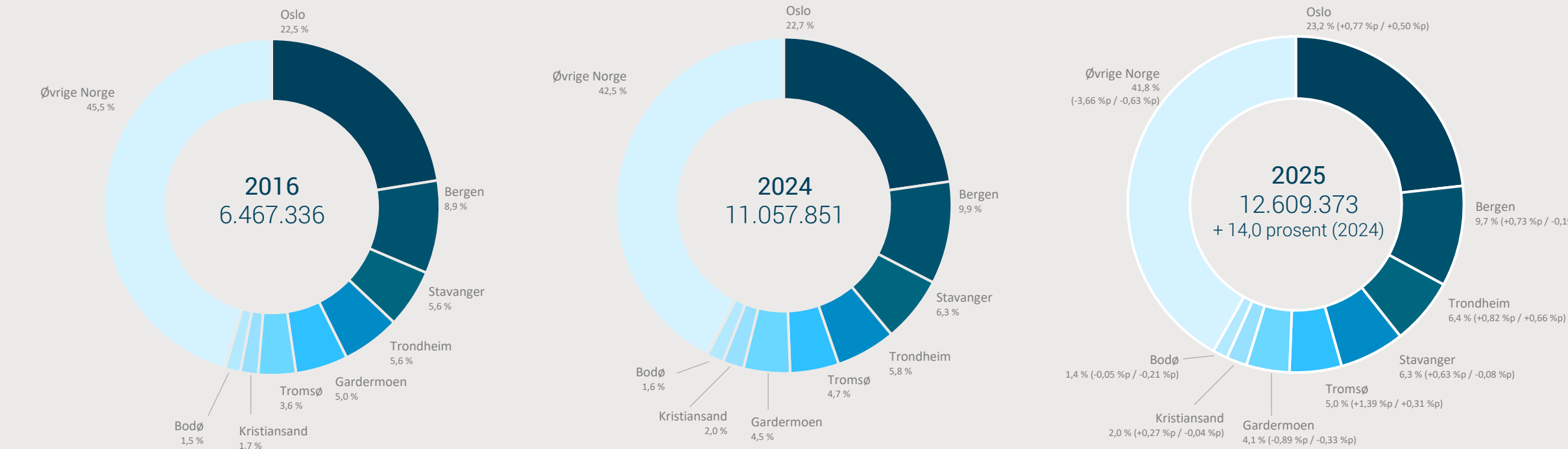


Utvikling i de største hotellkommunene | Fremdeles størst vekst i «stor»-byene

Hvordan utvikler markedandelene seg i det norske hotellmarkedet? Vi sammenligner tallene for første halvår mot tilsvarende periode for hhv. 10 år tilbake og fjoråret. Øvrige Norge «tapte» 0,63 %-poeng i markedandel i forhold til de 8 største hotellkommunene. På 10 år har andelen falt med 3,66 %-poeng. Dette tilsvarer en verdi i losjionsetning på nærmere en halv milliard kroner. «Vinneren» første halvår var Trondheim; opp 0,66 %-poeng, noe av denne veksten skyldes bl.a. Ski VM. Nest størst vekst hadde Oslo med en økt markedandel på 0,50 %-poeng. Noe av veksten i Oslo kan tilskrives Nor Shipping.

Størst tilbakegang av de største byene har hhv. Gardermoen og Bodø. Gardermoen var ned 0,33 %-poeng. Dette skyldes trolig et fall i konferansemarkedet som er svært viktig for Gardermoen. På ferie-/fritidsmarkedet som p.t. er det segmentet med størst vekst er ikke Gardermoen svært attraktiv. Bodø gikk ned 0,21 %-poeng. Dette skyldes først og fremst at byen var Kulturhovedstad i 2025.

Siste 10 år er det Tromsø som har vokst mest i forhold til markedandel; opp 1,4 %-poeng. Dette tilsvarer en losjionsetning på ca. 170 millioner i 1. halvår. I forhold til tidligere, sammenlignes alle byer/»kommuner» med tall fra SSB. Gardermoen sammenlignes fremdeles med tall fra Benchmarking alliance. Markedsandelene til flere av kommunene er større enn tidligere grunnet at vi nå benytter regionstall.



Kilde: Statistisk sentralbyrå (SSB), Benchmarking Alliance, Hotelia
Notat: Prosenttall uten parentes viser markedandel for året. Første prosent i parentes er økningen fra 2016-2025, og siste prosent er økningen siste år. Losjionsetning i figurene er i tusen NOK.

Norge

De gode nøkkeltallene for hotellnæringen fortsetter også inn i 2025. Det er først og fremst prisene som er driveren for økningen i RevPAR, sammen med en positiv utvikling også i belegget. Tilnærmet all vekst kommer fra det internasjonale markedet. Sommeren totalt sett ble også svært god.

I første halvår økte losjiosetningen med 14,0 % og RevPAR økte med hele 12,7 %. Veksten er noe høyere enn Hotelia hadde forventet. De siste prognosene fra Hotelia indikerte en generell markedsvekst, i et markedet med svært lite ny kapasitet. Solid økning i etterspørsel og lite ny romkapasitet bidro til å presse prisene oppover (+9,1%)

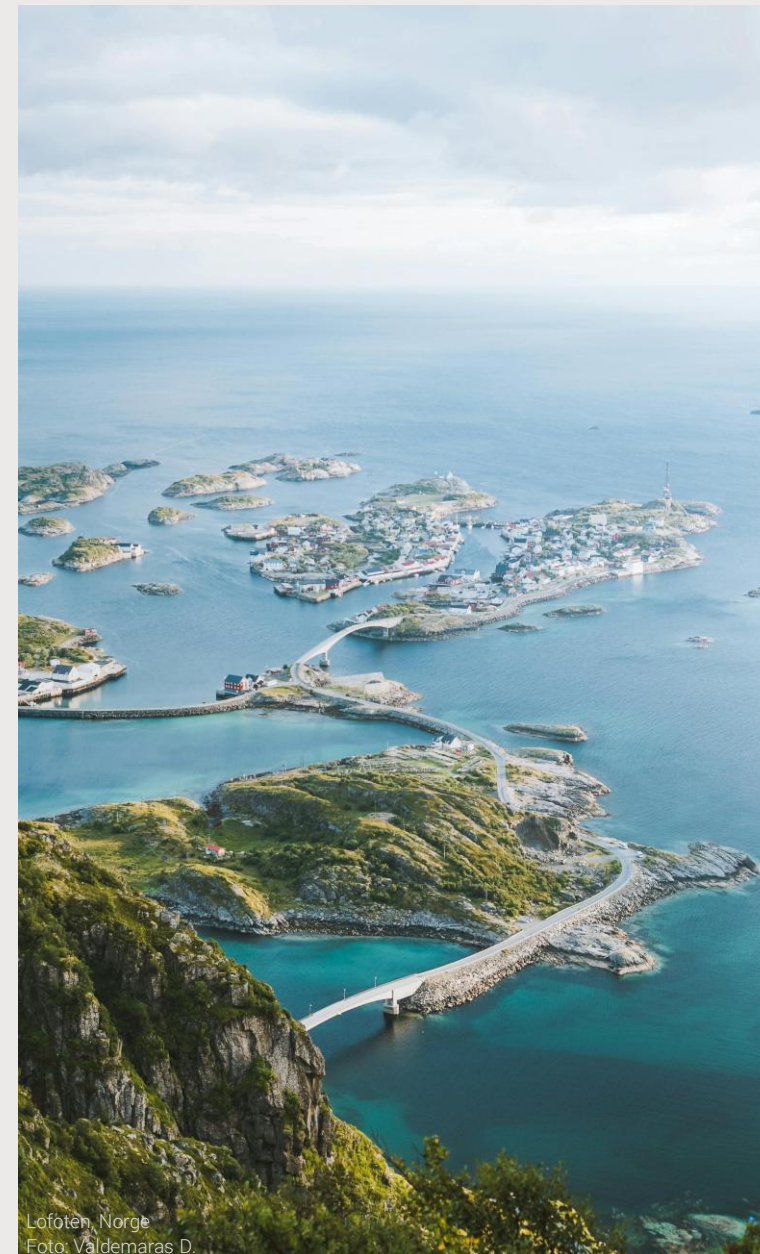
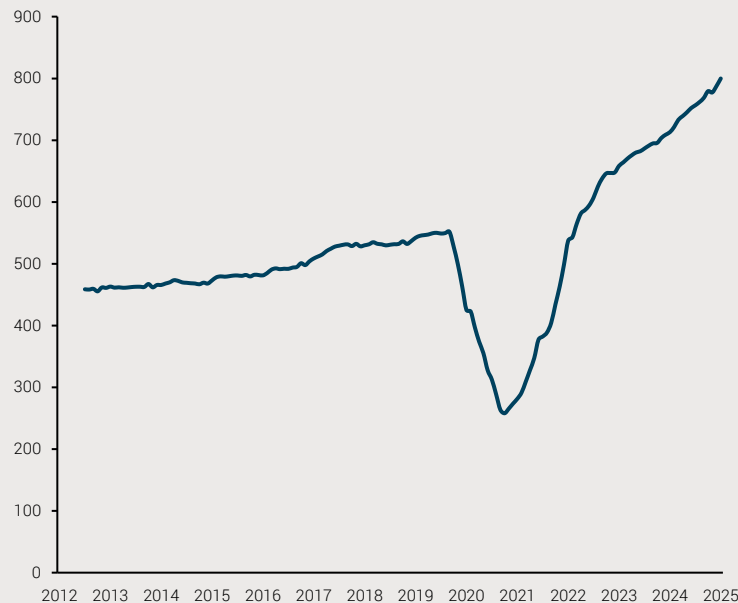
Etter en positiv utvikling på konferansemarkedet etter pandemien har dette segmentet i en periode nå gått betydelig ned. På yrkessegmentet er det fremdeles en svak vekst, men veksten er sterkere enn det vi har registrert i hele 2024. Feriesegmentet har fremdeles den sterkeste veksten i første halvår med over 10 prosent økning drevet av internasjonale gjester. Antall norske gjestedøgn har gått svakt opp, grunnet økning i både yrkes- og fritidgjester.

I helårsrapporten for 2024 rapporterte vi, at det trolig var en del feilrapportering på segmenttallene. Dette er fremdeles trolig tilfelle,. Så utviklingen på de ulike segmentene bør tolkes med noe varsomhet.

Nøkkeltall



12-måneders rullerende RevPAR



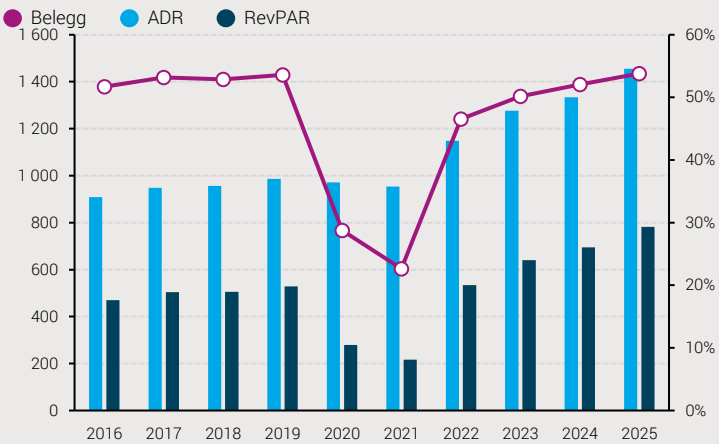
Norge

Oversiktstabell

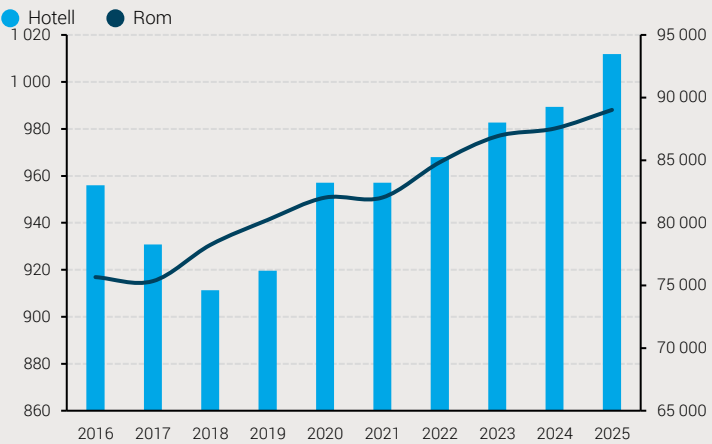
	2024	2025	Δ mot 2024	
			Endr.	Pros.
Nasjonale*	8 813	8 858	45	0,5 %
Internasjonale*	3 158	3 828	669	21,2 %
Konferanse*	1 455	1 352	-103	-7,1 %
Yrke*	4 074	4 240	166	4,1 %
Ferie*	6 443	7 094	652	10,1 %
Gjestedøgn*	11 971	12 685	714	6,0 %
Solgte rom*	8 294	8 669	374	4,5 %
Romkap.*	15 930	16 112	181	1,1 %
Losji**	11 058	12 609	1 552	14,0 %
Belegg	52,1 %	53,8 %	1,7 %	3,3 %
ADR***	1 333	1 455	121	9,1 %
RevPAR***	694	783	88	12,7 %

* Tall i tusen.
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

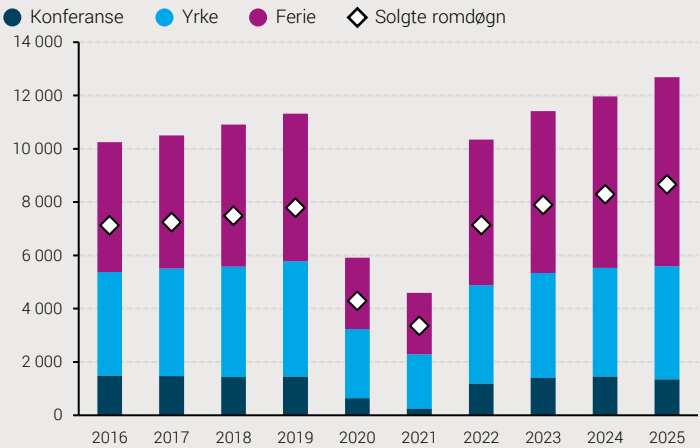
Nøkkeltall



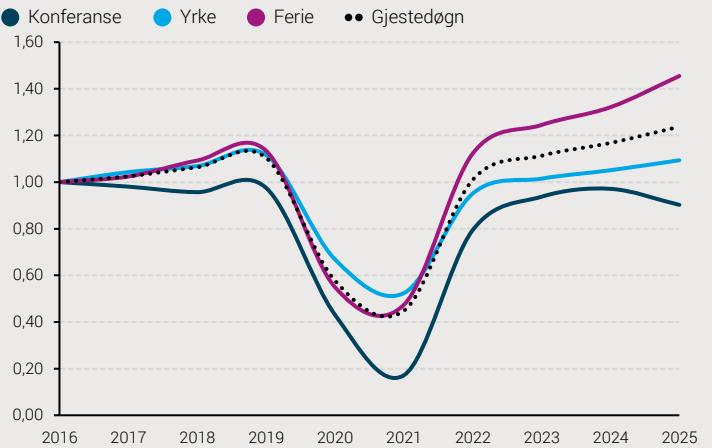
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn

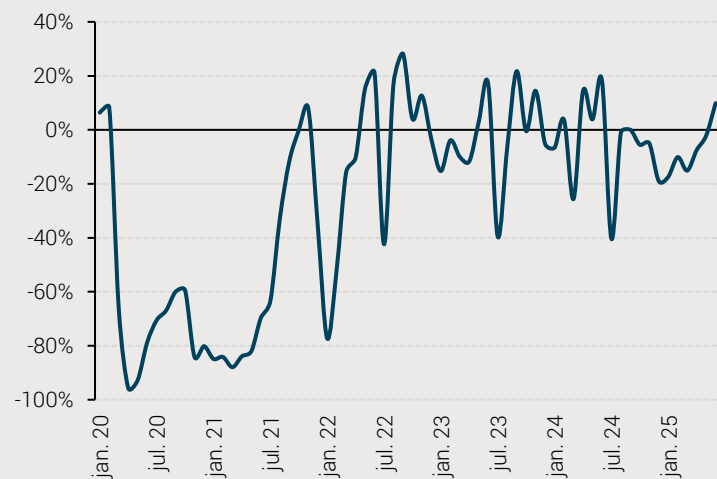


Relativ utvikling per segment

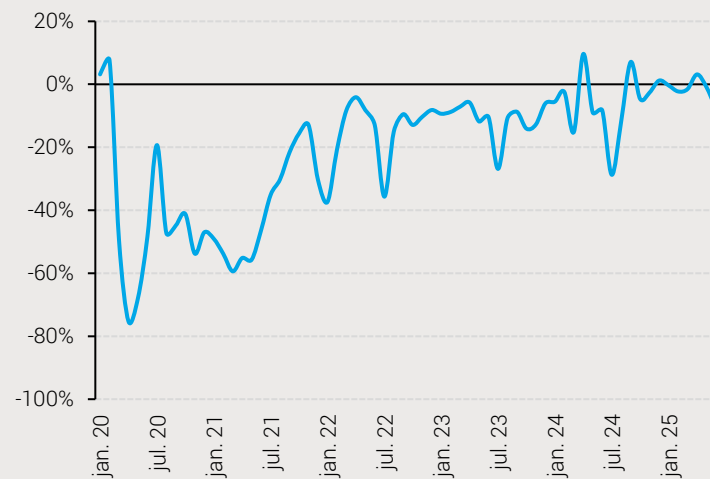


Norge | Endring i gjestedøgn mot 2019, måned for måned

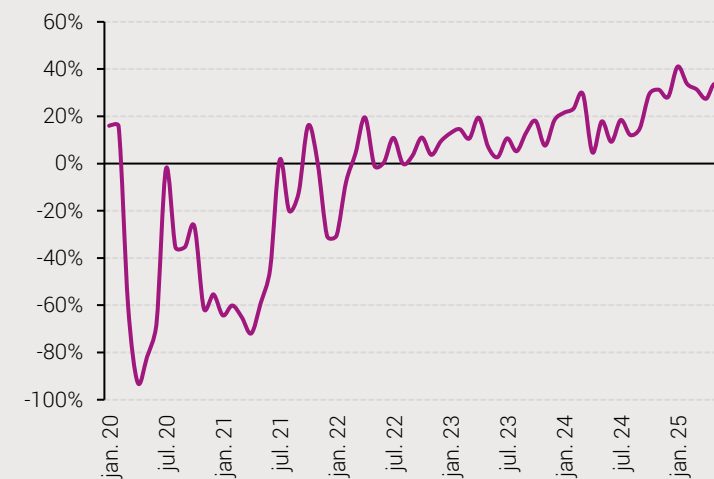
Konferanse



Yrke



Ferie

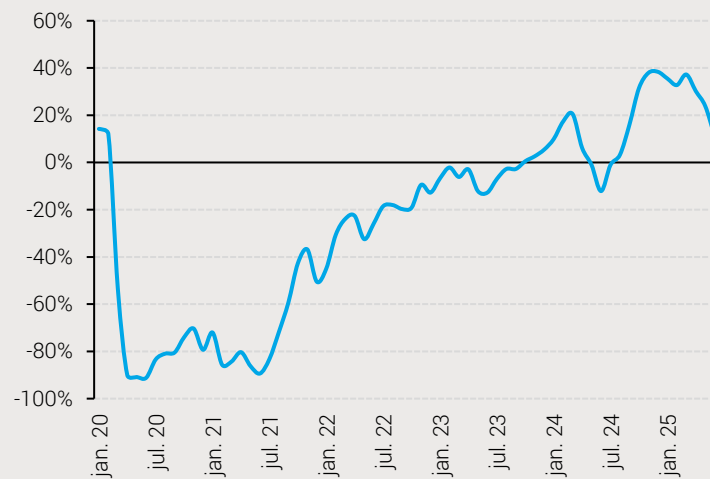


Norge | Endring i gjestedøgn mot 2019, måned for måned

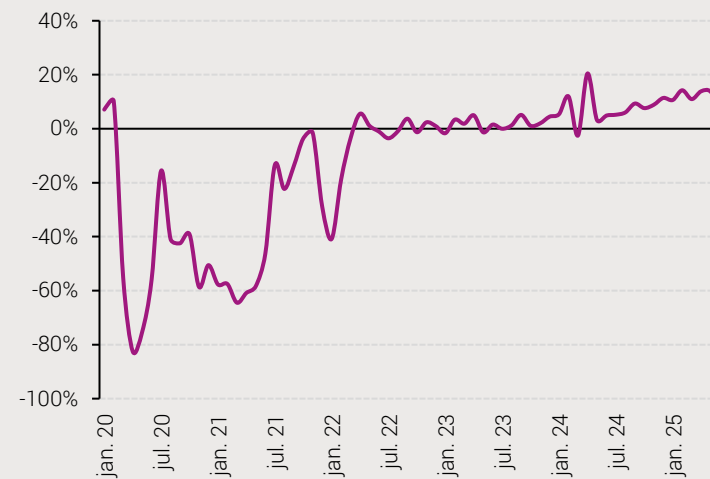
Nasjonale



Internasjonale



Solgte romdøgn



Oslo

Oslo avsluttet 2024 med sterke resultater, hvor RevPAR-veksten i andre halvår var på ca. 13 %. Denne positive utviklingen har fortsatt inn i 2025, drevet av økt aktivitet i ferie- og fritidssegmentet samt større arrangementer, inkludert Nor-Shipping og konserter med internasjonale artister som Billie Eilish. April og mai påvirkes av henholdsvis påsken og fordelaktig plassering av helligdager.. I juni ble det for første gang registrert en gjennomsnittspris på over kr 2 000 per rom, med en toppnotering på kr 2 235. Kombinasjonen av Nor-Shipping og øvrige store arrangementer resulterte i rekordtall for hovedstaden denne måneden.

- Oslo endte 1. halvår 2025 med et belegg på 68,6 prosent, en økning på 5,3 prosentpoeng i forhold til samme periode i 2024.
- Antallet internasjonale gjestedøgn øker med hele 21,4 % mot samme periode i 2024. Andelen internasjonale gjester øker med nesten 5 prosentpoeng og utgjør tett på 40 % av samtlige gjester i 1. halvår.
- Romkapasiteten i Oslo er litt ned mot samme periode sist år, noe som skyldes lukkingen for renovring av Hotel Savoy. Ingen ny kapasitet kom inn i markedet i første halvår av 2025.
- Samlet øker losjiumsetningen i Oslo med hele 16,5 % i første halvår mot samme periode i 2024. Gjennomsnittsprisene for 1. halvår er med dette 51,1 prosent høyere enn i første halvår i 2019, en vekst som er 21,3 % høyere en inflasjonen i samme periode.
- Tallene fra SSB viser at veksten i første halvår er drevet av ferie-/fritidssegmentet, som vokser med 14,1 % mot samme periode i 2024. Antallet gjestedøgn i konferansesegmentet går tilbake ca. 84 tusen gjestedøgn noe som utgjør en år mot år nedgang på 31,7 %. Yrkessegmentet viser en positiv utvikling mot 2024 med en vekst på 5,9 %.

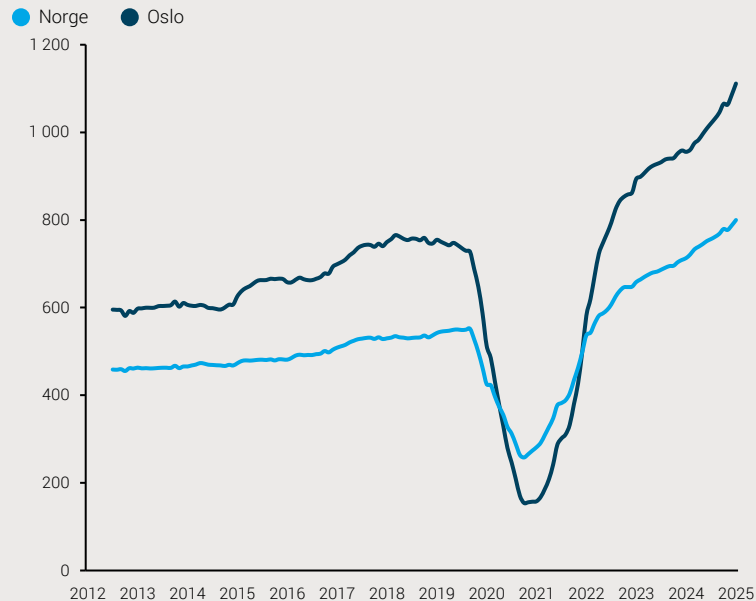
Forventninger

- Sommeren i Oslo, inkludert siste halvdel, har vært meget sterk og spesielt har gjennomsnittsprisene vist en kraftig vekst. Hotelia tror på fortsatt positiv vekst, om enn noen lavere enn hva vi har sett de siste 12 månedene i Oslo.
- Oslo får svært lite ny romkapasitet de næreste årene, og det er ventet en videre vekst i ADR.
- Svak norsk valuta sammen med reiselivstrender som «coolcation», bidrar til at antallet internasjonale Ferie / Fritid gjester kan forventes å vokse videre.
- Vekstraten i Yrkessegmentet forventes å være positiv, men lav, også i tiden fremover.

Nøkkeltall



12-måneders rullerende RevPAR



Bilde: Oslobukta, Oslo, Norge

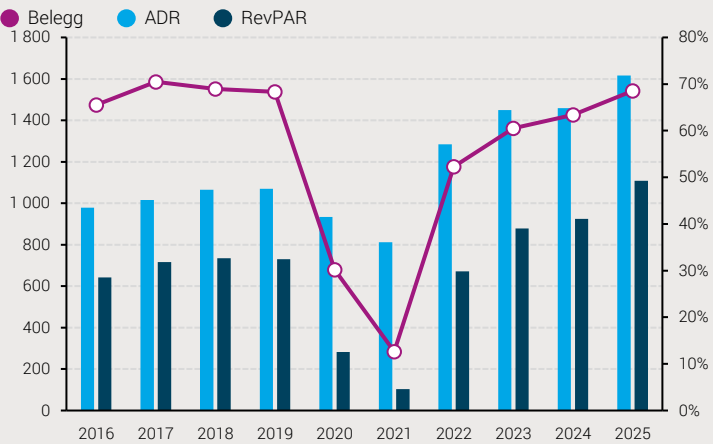
Oslo

Oversiktstabell

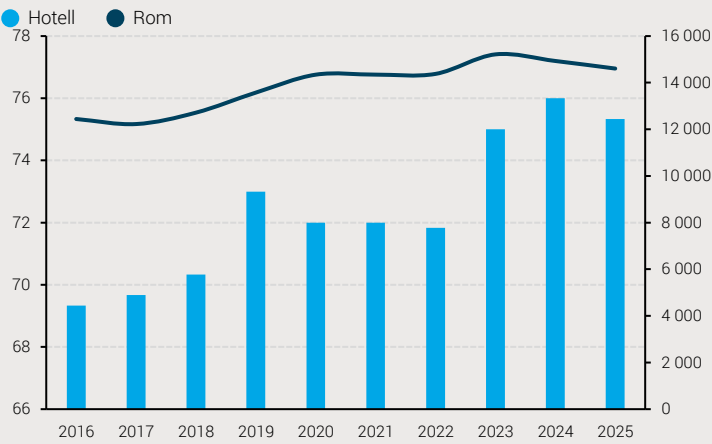
	Δ mot 2024			
	2024	2025	Endr.	Pros.
Nasjonale*	1 646	1 618	-28	-1,7 %
Internasjonale*	882	1 071	189	21,4 %
Konferanse*	265	181	-84	-31,7 %
Yrke*	903	957	54	5,9 %
Ferie*	1 361	1 552	192	14,1 %
Gjestedøgn*	2 529	2 690	161	6,4 %
Solgte rom*	1 723	1 813	90	5,2 %
Romkap.*	2 718	2 644	-74	-2,7 %
Losji**	2 513	2 929	416	16,5 %
Belegg	63,4 %	68,6 %	5,2 %	8,1 %
ADR***	1 459	1 616	157	10,8 %
RevPAR***	925	1 108	183	19,8 %

* Tall i tusen.
** Losjiovernattningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

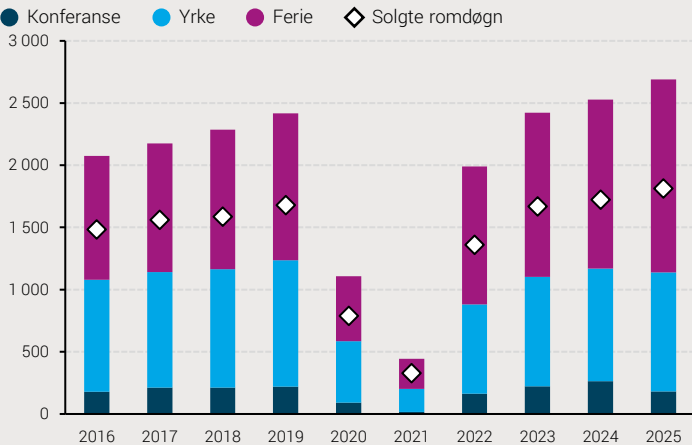
Nøkkeltall



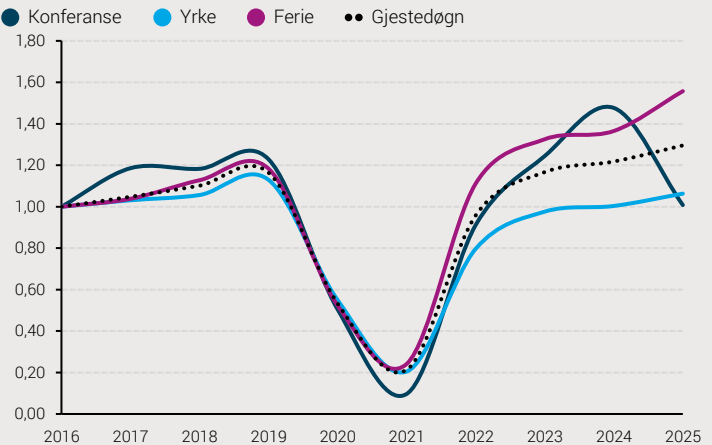
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



Gardermoen (Romerike)*

Gardermoen-regionen har i løpet av de siste 10 årene hatt en kapasitetsvekst på ca. 30 %. Kapasitetsveksten i Gardermoen-regionen er med det i prosent kun overgått av Bergen og Bodø blant de 8 største hotellmarkedene i Norge. I samme periode har losjiumsetningen i Gardermoen-regionen økt med knappe 85 %.

I sum gjør dette at Gardermoen-regionen er den av de største hotellmarkedene i Norge med dårligst utvikling i 10-årsperioden. Etter flere år med svak utvikling har Gardermoen-regionen utviklet seg mer positivt, og de siste 12 månedene har den positive trenden fortsatt.

Kommentarene under er basert på SSB tall for Gardermoen/Romerike regionen.

- Gardermoen/Romerike regionen har hatt en økning i romkapasitet på 2,1 % mot første halvår i 2024.
- Antall solgte romdøgn i perioden har økt med 8,3 %, hvilket betyr at belegget i perioden har økt med 6,0 % eller 3,3 prosentpoeng.
- ADR utvikling har vært på 5,8 % og samlet utgjør dette en RevPAR økning på 12,2 %.
- Ferie- / fritidssegmentet i øker mest med 19,8 prosent, mens yrkessegmentet øker med 9,4% og konferansesegmentet faller tilbake 0,5 % mot samme periode i 2024.
- Antallet internasjonale gjestedøgn har økt med hele 35,8 % mot samme periode i 2024, antallet nasjonale gjestedøgn har i samme periode økt med 3,8 %.
- Gardermoen-regionen har på tross av en positiv utvikling mistet markedsandeler (-0,3 prosentpoeng) i forhold til de andre 8 største i forhold til i samme periode i 2024. En trend vi har sett over tid, og som trolig kan tilskrives nedgangen i regionens hovedsegment (Konferanse) og at andelen ferie-/fritidsgjester er lavere enn de andre store hotellmarkedene i Norge.

Forventninger

- Gardermoen-regionen er forventet å fortsette losjiveksten også de neste 12-24 månedene. Trolig vil ferie-/fritidssegmentet fortsatt stå for den høyeste veksten.
- Antall flypassasjerer på OSL vil trolig fortsette veksten, noe som vil ha en positiv påvirkning på hotellene på Gardermoen.
- Det er ikke forventet ny romkapasitet i Gardermoen-regionen i neste periode.

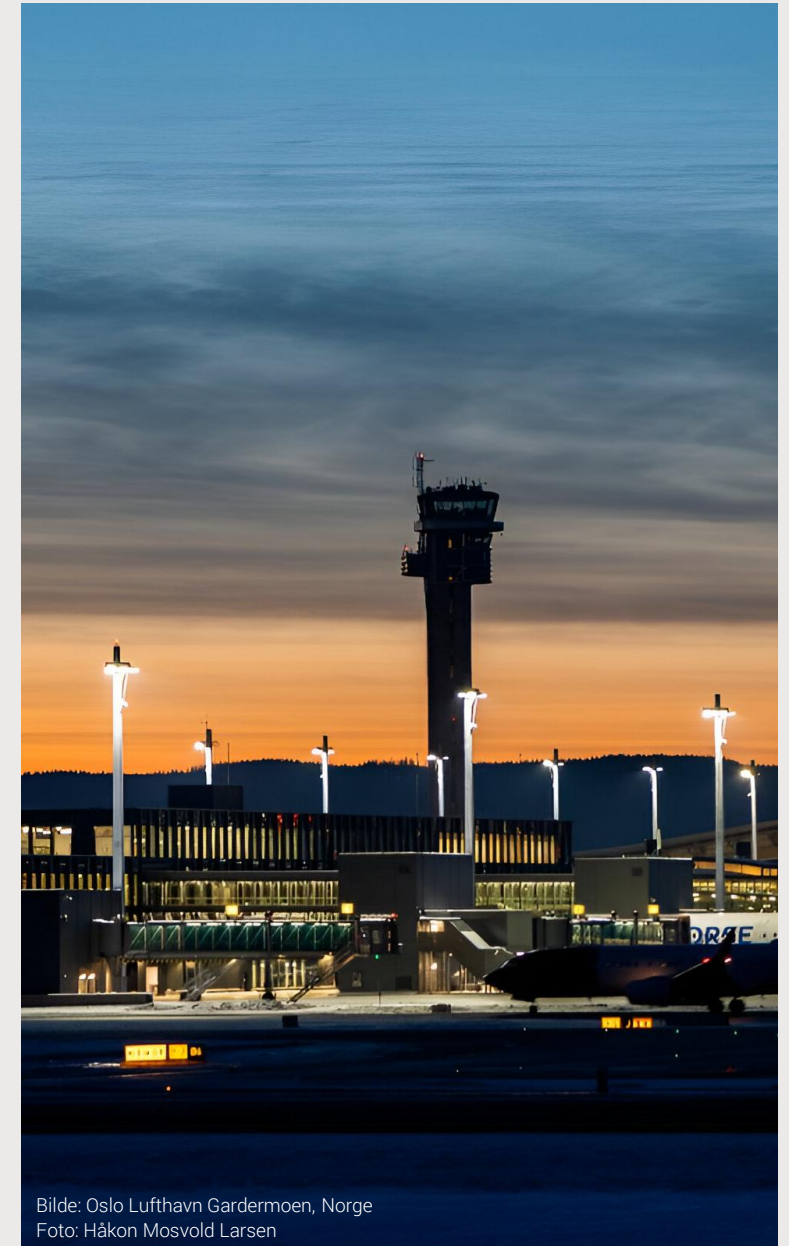
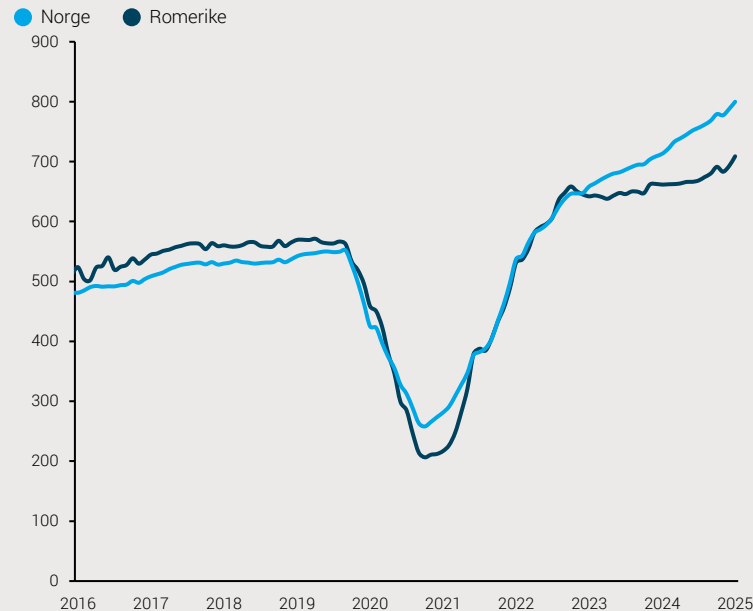
Nøkkeltall

ADR
1.259
+ 5,8 %

Belegg
58,6
+ 3,3 %-p

RevPAR
738
+ 12,2 %

12-måneders rullerende RevPAR



Bilde: Oslo Lufthavn Gardermoen, Norge
Foto: Håkon Mosvold Larsen

Gardermoen (Romerike)

Oversiktstabell

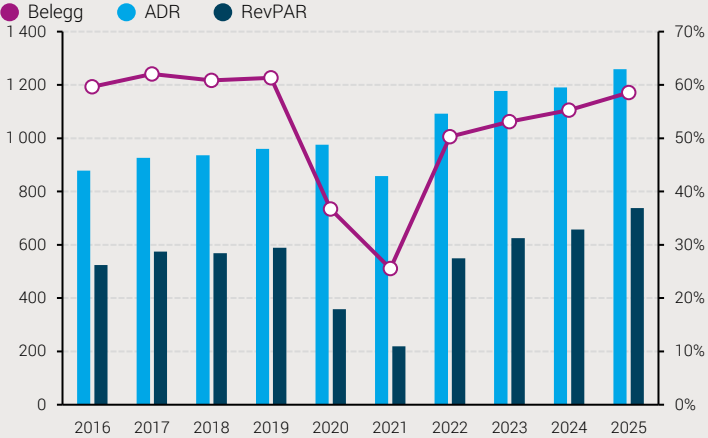
	2024	2025	Δ mot 2024	
			Endr.	Pros.
Nasjonale*	646	670	25	3,8 %
Internasjonale*	149	202	53	35,8 %
Konferanse*	192	191	-1	-0,5 %
Yrke*	389	426	37	9,4 %
Ferie*	214	256	42	19,8 %
Gjestedøgn*	794	872	78	9,8 %
Solgte rom*	597	646	49	8,3 %
Romkap.*	1 080	1 103	23	2,1 %
Losji**	710	813	103	14,6 %
Belegg	55,2 %	58,6 %	3,3 %	6,0 %
ADR***	1 190	1 259	69	5,8 %
RevPAR***	657	738	80	12,2 %

* Tall i tusen.

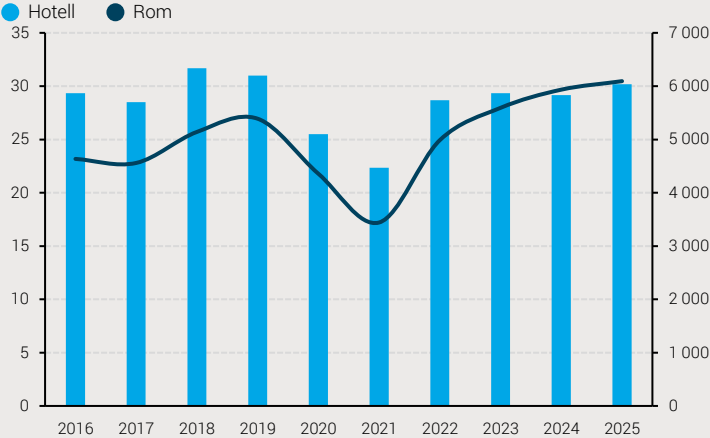
** Losjiovernattningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.

*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

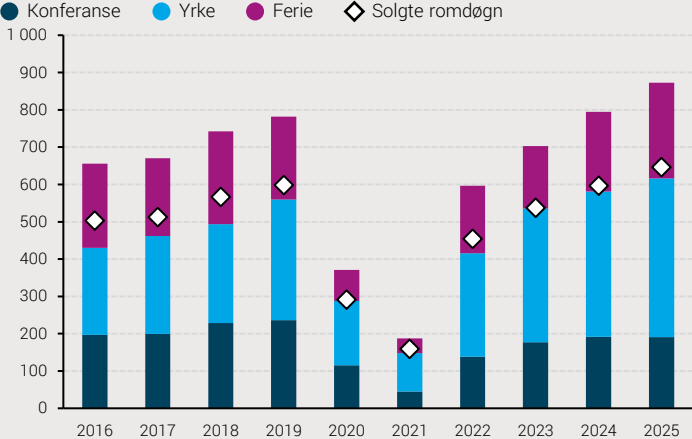
Nøkkeltall



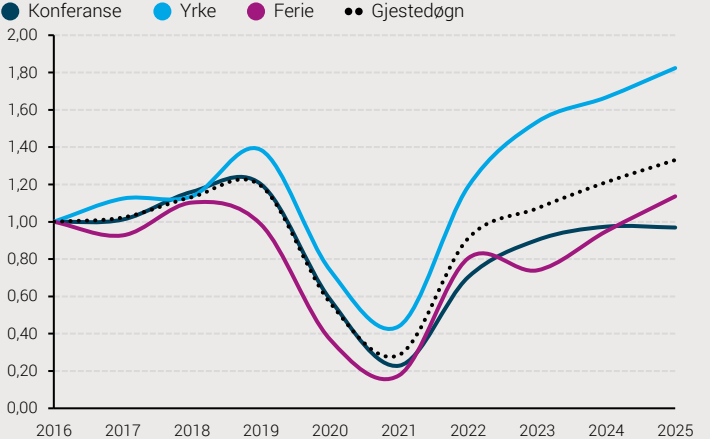
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



Bergen*

Internasjonale feriegjester øker i første halvår og sørger for at veksten i Bergen er positiv ift. 2024. Nasjonale gjester går tilbake med fall i både yrkesreisende og konferanse. Prisene fortsetter å stige, drevet av sterk vekst i internasjonale gjester.

- Totalt økte antall gjestedøgn med 92.000 (+ 8 %) ift. 2024, som kun kommer fra internasjonale gjestedøgn med en vekst på 100.000. Positivt at internasjonale gjester øker i alle måneder utenfor hovedsesongen. Feriemarkedet øker med 17,6 prosent kun fra utenlandsmarkedene. Negativ utvikling for både Yrkesmarkedet (-2,9 %) og konferanse (-10,6 %)
- Bergen har fremdeles den tredje høyeste ADR på 1.457 etter Oslo på 1.666 og Tromsø 2.088. Dette er drevet yrkessegmentet og internasjonale gjestedøgn. For ADR så langt i år, er økningen 18 prosent høyere enn den KPI justerte prisøkningen for samme tidsrom.
- Hotellkapasiteten øker svakt (+3,4 %) og etterspørselen med (+5,1%) Skuldersesongen januar til april fortsetter etterspørselen å øke med 18,2 prosent målt mot 2024.
- Bergen har positiv vekst i RevPAR, men taper ift Tromsø, Oslo, Stavanger og Trondheim. Bergen fighter tradisjonelt med Stavanger, men har nå tapt for både Stavanger og Trondheim og har 5. beste RevPAR av de 8 største hotelbyene. Hovedutfordringen er belegget som er svakere enn de største byene over.

Forventninger

- Ferie- og fritidstrafikken øker i skuldersesongen og vil trolig fortsette å forsterke seg. Som vi har skrevet om flere ganger må både yrkestrafikk, konferanse og store arrangement (idrett, kultur, konserter) ha mer fokus fremover for å kunne øke belegget i Bergen.
- Kapasitetsøkning er absorbert og det er få nye hotellprosjekt i pipeline fremover.
- Sommersesongen ble god og med sterk vekst i internasjonale gjestedøgn, økningen i juni og juli er over 100.000 (+42%) gjestedøgn. RevPAR øker i samme periode med (+22 %).

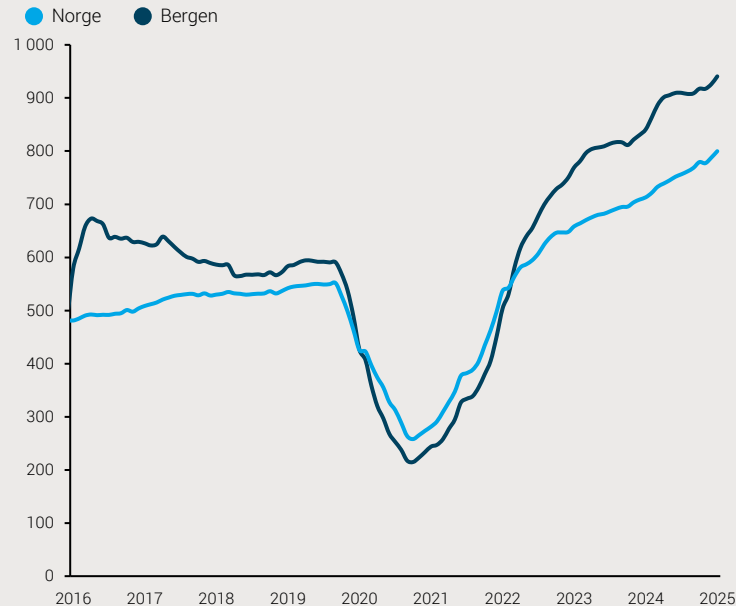
Nøkkeltall

ADR
1.457
+ 6,5 %

Belegg
59,6
+ 1,0 %-p

RevPAR
869
+ 8,2 %

12-måneders rullerende RevPAR



Bilde: Fløirestauranten, Bergen, Norge
Foto: Visit Bergen

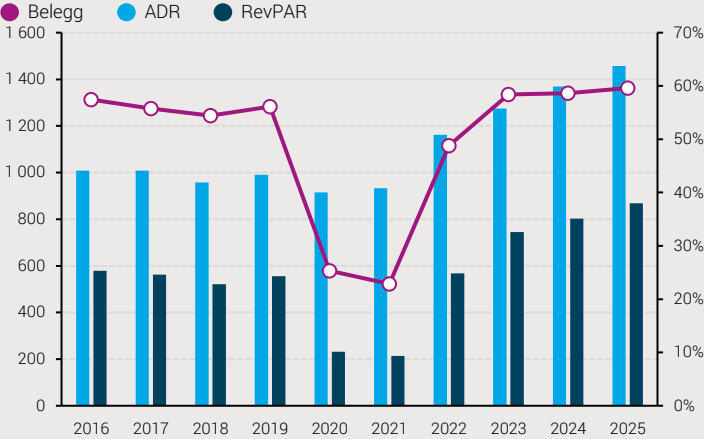
Bergen*

Oversiktstabell

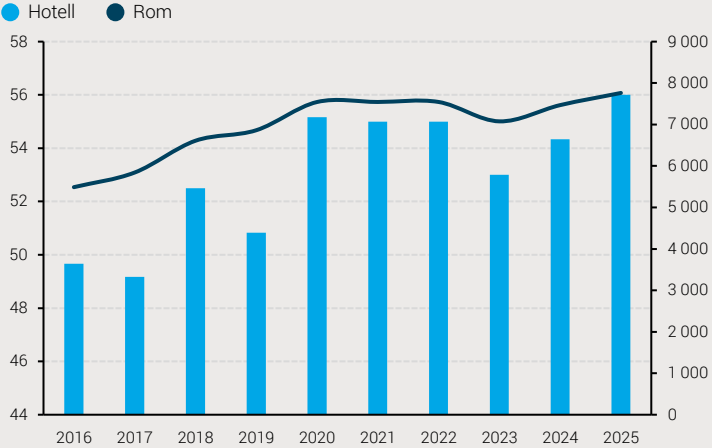
	2024	2025	Δ mot 2024	
			Endr.	Pros.
Nasjonale*	833	825	-8	-1,0 %
Internasjonale*	322	423	100	31,2 %
Konferanse*	113	101	-12	-10,6 %
Yrke*	384	373	-11	-2,9 %
Ferie*	658	773	116	17,6 %
Gjestedøgn*	1 155	1 248	92	8,0 %
Solgte rom*	797	837	40	5,1 %
Romkap.*	1 359	1 405	46	3,4 %
Losji**	1 091	1 220	129	11,9 %
Belegg	58,6 %	59,6 %	1,0 %	1,7 %
ADR***	1 369	1 457	88	6,5 %
RevPAR***	803	869	66	8,2 %

* Tall i tusen.
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

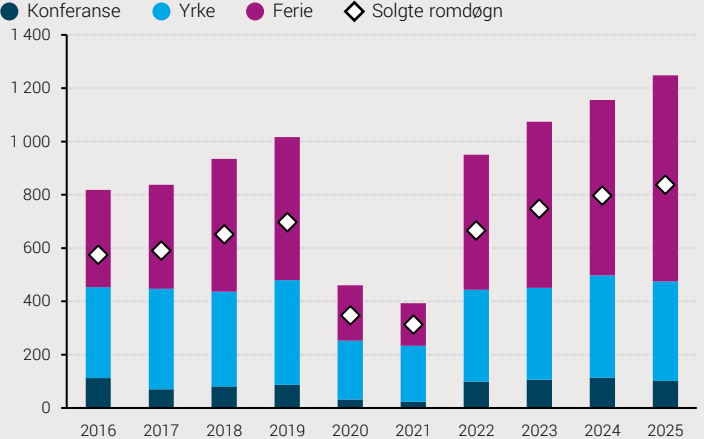
Nøkkeltall



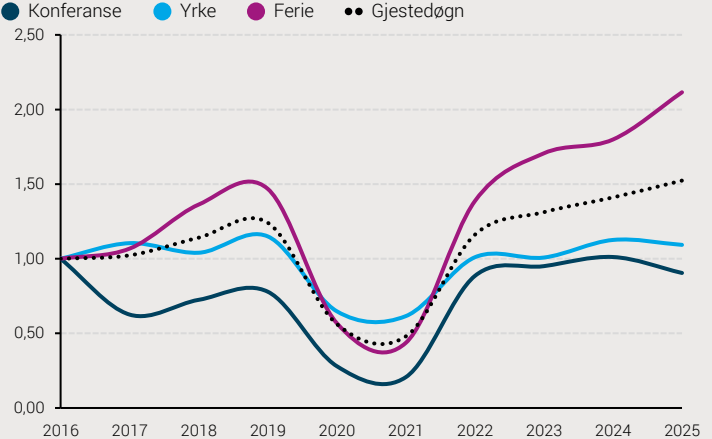
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



Trondheim*

Har det løst net i Trondheim ? Både volum og pris har hatt en kraftig økning første halvår. Hovedårsaken er Ski VM som både før, under og etter arrangementet har skapt mange flere gjestedøgn, enn normal vekst for denne region. Mai og juni viser også en positiv utvikling med vekst i antall solgte hotellrom på 20 prosent, det er håp at utviklingen i Trondheim har snudd.

- Totalt økte antall gjestedøgn med 85 000 (+12,3 %) ift. 2024. Veksten fordeler seg 50/50 på nasjonale og internasjonale gjestedøgn. Svak økning i Konferanse, mens Yrke- og Fritidssegmentet økte med 14 prosent hver. Ski-VM, et stort internasjonalt arrangement som strakk seg over mange dager, var belegget i februar (64,1 %) og mars (75,6%) skuffende. Det burde vært høyere og historien gjentar seg. Ofte bli denne typen arrangement hauset opp i forkant og resultatet betydelig svakere enn forventet. Mye av arrangørens såkalt «allotment» forhåndsbookinger på hotellene blir løst opp og forsvinner før det blir realisert.
- Hverken pris eller belegg ga den «boosten» fra Sik-VM som vi forventet. Prisutviklingen ADR i Trondheim første halvår (+12,9 %) hvor Ski-VM bidrar mest. Januar (+3,8%), Februar (+23,6%), Mars (+25,2%), April (+ 0,1%), Mai (+3,2%), Juni (+12,9%). For ADR så langt i år er økningen 23 prosent høyere enn den KPI justerte prisøkningen for samme tidsrom.
- 12 måneders rullerende RevPAR (se graf) utvikling målt mot Norge får en kraftig utvikling i februar og mars og øker med 22,1 prosent i 2025. Trondheim går forbi Bergen og er nummer 4 av de 8 største hotellmarkedene.

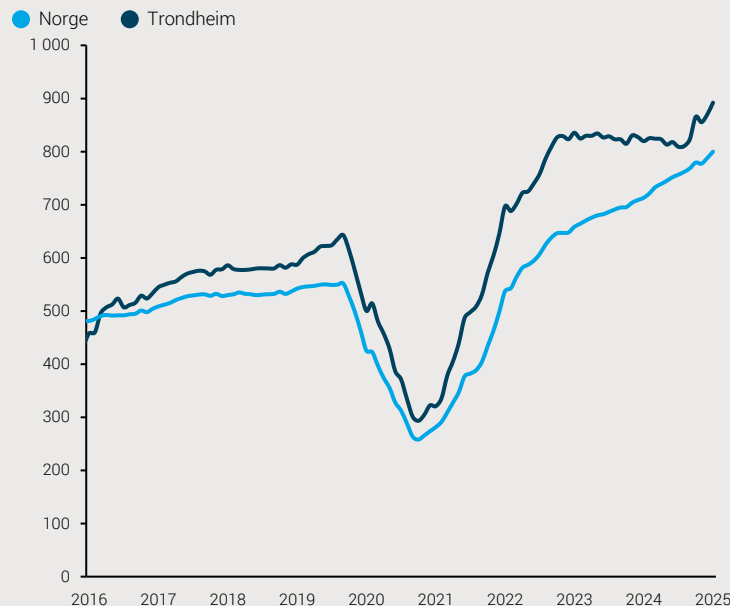
Forventninger

- Det er økning i Yrkessegmentet for 2. kvartal, blir spennende å se om denne trenden holder seg utover høsten. Men, Konferanse faller 22 prosent i samme kvartal målt mot 2024.
- Sommer med bra vekst, totale gjestedøgn øket i juni og juli med (+8,8%), drevet av internasjonale gjester som øker med (+43%). Nasjonale gjester har en svak nedgang. RevPAR totalt i perioden øker med (+19%).
- Det er mange nye hotellprosjekt i pipeline fremover og Hotelia har notert seg ca. 850 nye hotellrom i perioden 2025 til 2028. Flere av prosjektene er fremdeles litt usikre.

Nøkkeltall



12-måneders rullerende RevPAR



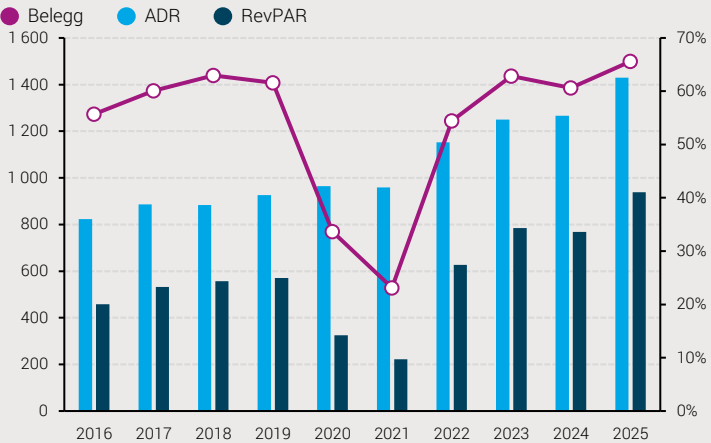
Trondheim

Oversiktstabell

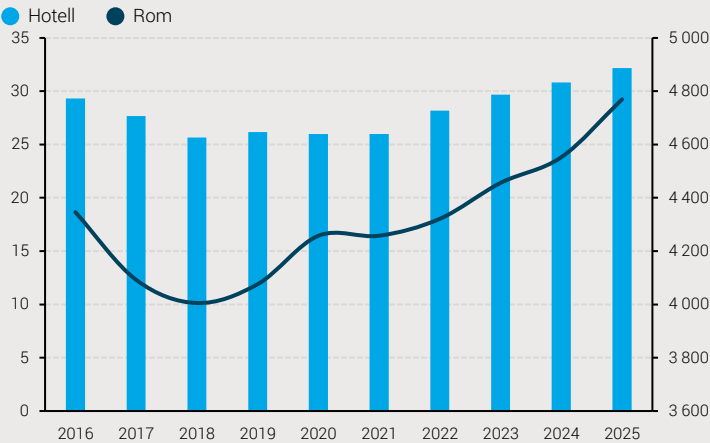
	2024	2025	Δ mot 2024	
			Endr.	Pros.
Nasjonale*	601	644	43	7,1 %
Internasjonale*	95	138	43	44,6 %
Konferanse*	105	107	2	1,6 %
Yrke*	231	264	33	14,1 %
Ferie*	360	411	51	14,2 %
Gjestedøgn*	696	782	85	12,3 %
Solgte rom*	503	566	64	12,7 %
Romkap.*	829	863	35	4,2 %
Losji**	637	810	173	27,2 %
Belegg	60,7 %	65,6 %	4,9 %	8,2 %
ADR***	1 267	1 430	163	12,9 %
RevPAR***	768	938	170	22,1 %

* Tall i tusen.
** Losjiovernatt er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

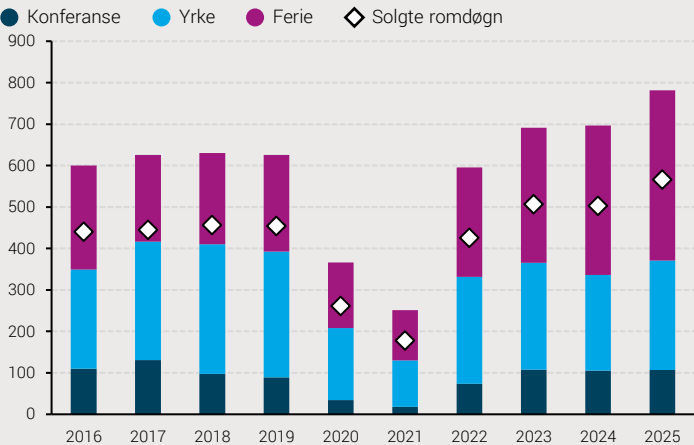
Nøkkeltall



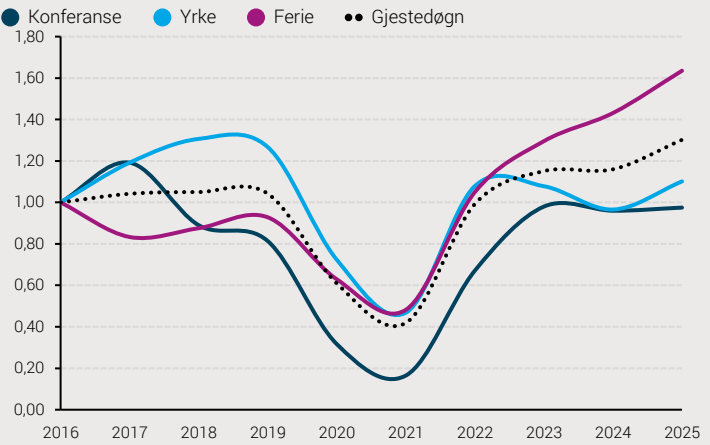
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



Stavanger*

Stavanger har hatt en god start på 2025 og kan vise til en vekst i losjionsetningen på 12,6 % mot samme periode i 2024. Med unntak av påskemånedene april har Stavanger hatt to-sifret prosentvekst av RevPAR i samtlige av årets første måneder. Det er særlig ferie- /fritidssegmentet som øker, ledet av internasjonale overnattinger.

- Etter noen år med tilbakegang fra toppåret 2022, er det igjen ferie- og fritidssegmentet som vokser mest i Stavanger, med en fremgang i første halvår på 26,2 %.
- Internasjonale gjestedøgn øker markant med 20,7 % og bidrar således sterkt til den totale veksten på 6,1 % mot samme periode sist år.
- Konferansesegmentet faller tilbake med hele 22,2 %, mens yrkessegmentet ligger tilnærmet flat med en marginal vekst på ca. 1 300 gjestedøgn (0,4%)
- Belegget i Stavanger øker og for førstegang på 10 år passerer belegget i første halvår 60% belegg, veksten på 3,9 prosentpoeng gir et belegg i første halvår på 61,2 %. Gjennomsnittsprisen øker også med 6,7 %.
- Med en RevPAR første halvår på 869 (+14,0 %) er Stavanger helt på linje med Bergen, bare slått av Tromsø og Oslo.

Forventninger

- Året har startet meget bra og resten av 2025, med unntak av august (ONS 2024) er det forventet at den positive utviklingen fortsetter ut året.
- Det er ventet relativt lite ny kapasitet inn i Stavanger sentrum de nærmeste årene, og dette vil mest sannsynlig innebære at pris og belegg, og med det også RevPAR, øker videre i tiden fremover
- ONS gjennomføres igjen i august 2026, og vil trolig bidra til en økt etterspørsel.

Nøkkeltall

ADR
1.419
+ 6,7 %

Belegg
61,2
+ 3,9 %-p

RevPAR
869
+ 14,0 %

12-måneders rullerende RevPAR

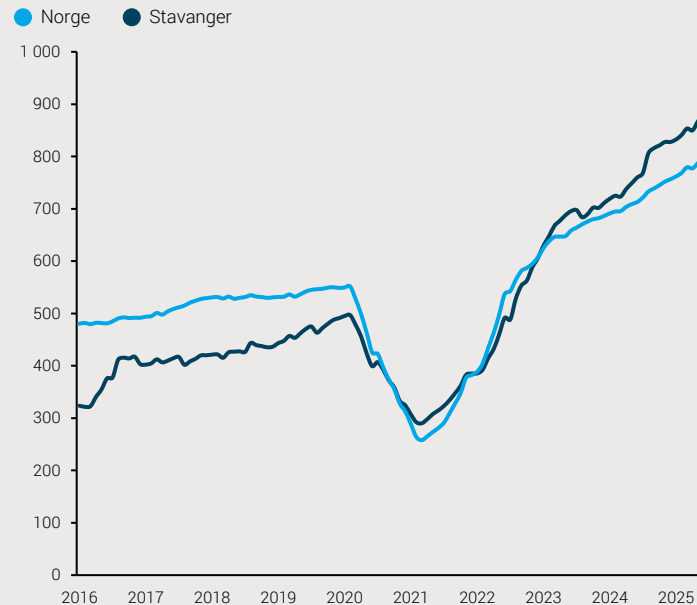


Bild: Byjubileum, Stavanger, Norge
Foto: Magnus Kolstad

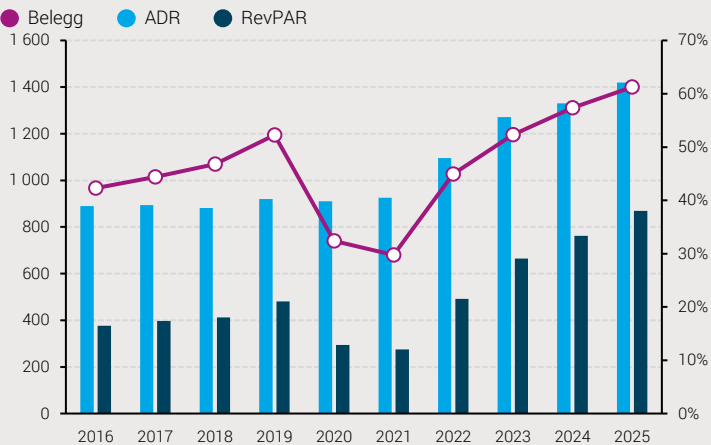
Stavanger

Oversiktstabell

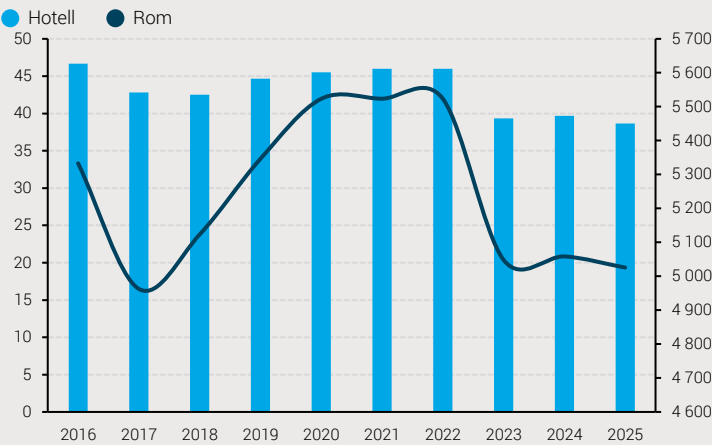
	2024	2025	Δ mot 2024	
			Endr.	Pros.
Nasjonale*	550	567	17	3,0 %
Internasjonale*	116	140	24	20,7 %
Konferanse*	89	69	-20	-22,2 %
Yrke*	353	354	1	0,4 %
Ferie*	226	285	59	26,2 %
Gjestedøgn*	667	707	41	6,1 %
Solgte rom*	528	557	29	5,5 %
Romkap.*	921	910	-11	-1,2 %
Losji**	702	791	89	12,6 %
Belegg	57,3 %	61,2 %	3,9 %	6,8 %
ADR***	1 330	1 419	89	6,7 %
RevPAR***	763	869	107	14,0 %

* Tall i tusen.
** Losjiovernatt er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

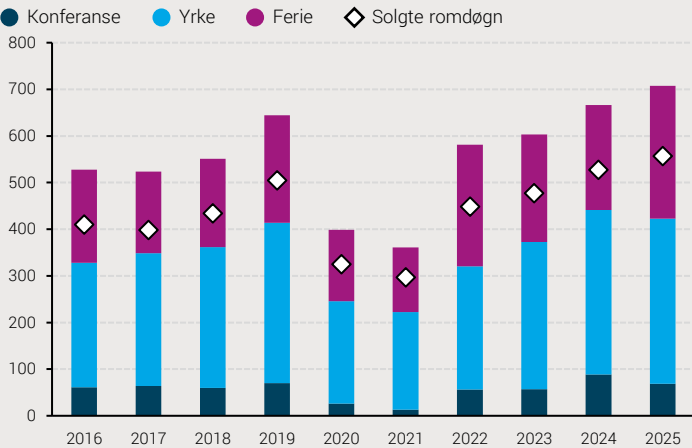
Nøkkeltall



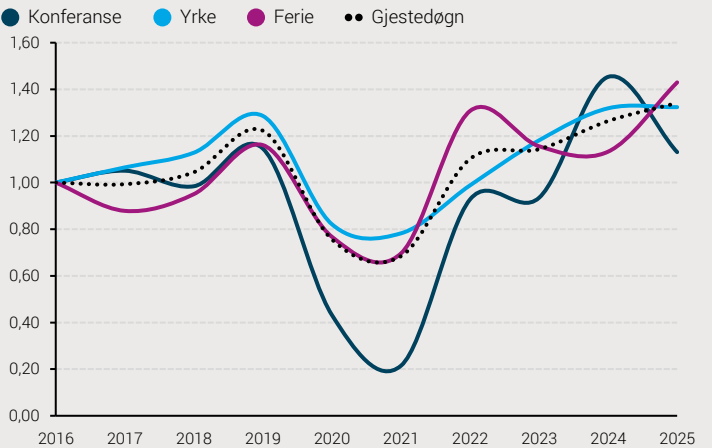
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



Tromsø

Tromsø «holder igjen på volumet», øker prisene kraftig og styrker sin posisjon som byen med høyest RevPAR. Vi ser større endringer i businessmixen hvor Yrkestrafikken øker og Feriesegmentet går ned. Hvor vidt dette er en bevist strategi fra hotellene eller om det er tilfeldigheter, gjenstår å se på utviklingen videre i år. «Nordlys turismen» har i flere år stengt ut business fra andre overnattingssegment.

- Antall gjestedøgn totalt øker (+ 3%) Internasjonale gjester øker (+ 23%) og Nasjonale øker med (+ 13,1%). Yrkestrafikken snudde i fjor og fortsetter med en kraftig økning på 41 prosent. Konferanse har en svak positiv økning (+12,1%) etter flere år med tilbakegang. Årsaken kan være som nevnt over at hotelloperatørene har gjort endringer i sin strategi. Den kraftige økningen i yrkestrafikken kan også skyldes feil i tallene fra SSB.
- Tromsø øker sin ADR fra et allerede høyt nivå med over 20 prosent i første halvår. Hotellene har trolig fjernet de rimeligste «nordlys-turistene» til fordel for de mer betalingsvillige kunder. I tillegg gir også en økning i Yrkessegmentet en positiv effekt på ADR. For ADR så langt i år er økningen 54 prosent høyere enn den KPI justerte prisøkningen for samme tidsrom.
- Rullerende RevPAR ligger langt over utviklingen i Norge de siste to årene og øker med 19,5 prosent. Det er 32 prosent over RevPAR i Oslo. Det betyr også at hotelleierne i Tromsø har økt sine leieinntekter med nærmere 20 prosent så langt i år!

Forventninger

- Sommersesongene de to siste årene har hatt positive økning, men i år ser det ut til å stoppe. Antall gjestedøgn for juni og juli går tilbake med 1.000 gjestedøgn. Internasjonale øker med (+12,2%) og nasjonale gjestedøgn går tilbake med (-10,4%). Tromsø klarer og øke prisene samlet i juni og juli (+12,5%) og får en økning i RevPAR (+5,2%)
- For å møte den kraftige økning i romkapasitet de nærmeste årene (1200-1400 ny hotellrom) må Tromsø fortsatt jobbe hardt for å fylle byen hele året.

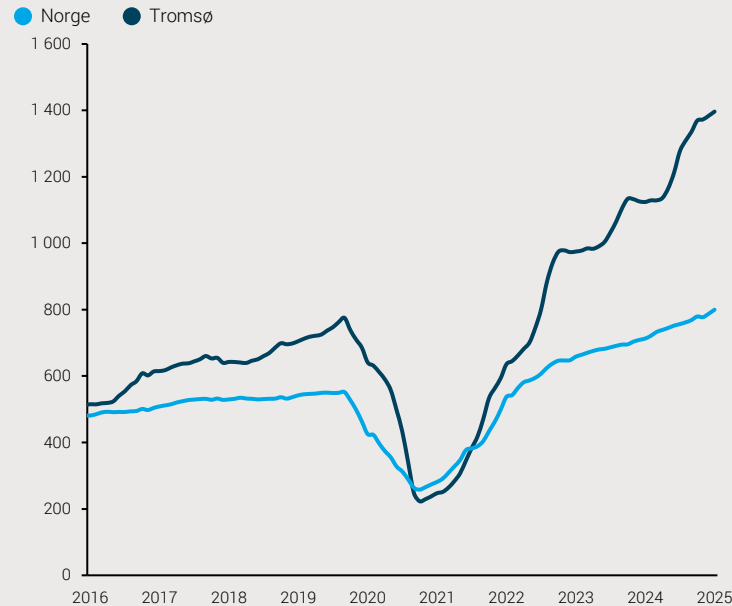
Nøkkeltall

ADR
2.088
+ 20,2 %

Belegg
70,8
- 0,4 %-p

RevPAR
1.478
+ 19,5 %

12-måneders rullerende RevPAR



Bilde: Rakettkiosken, Tromsø, Norge
Foto: Yngve Olsen

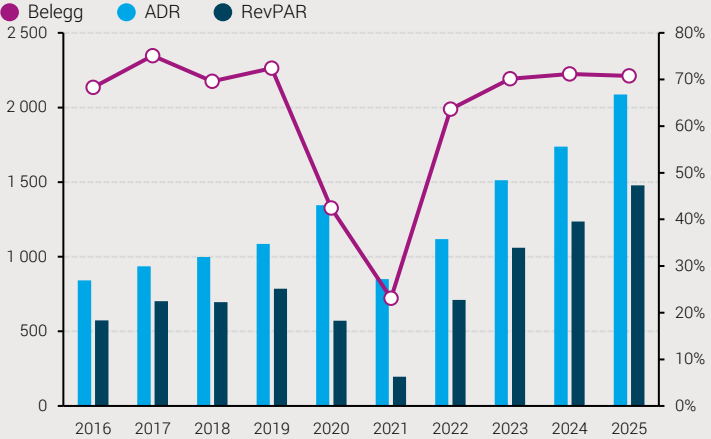
Tromsø

Oversiktstabell

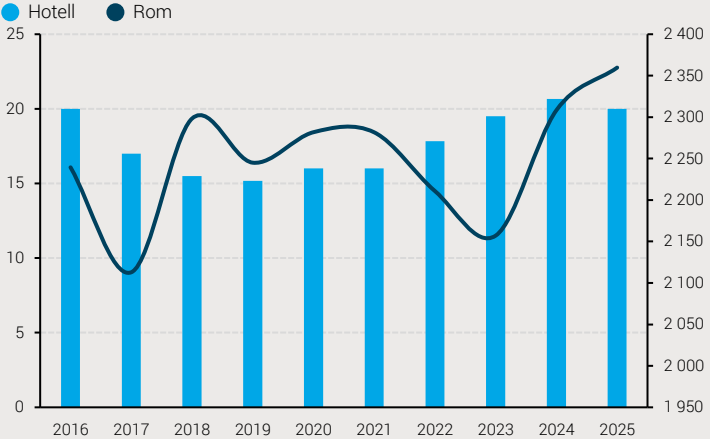
	2024	2025	Δ mot 2024	
			Endr.	Pros.
Nasjonale*	262	228	-34	-13,1 %
Internasjonale*	204	252	48	23,7 %
Konferanse*	32	36	4	12,1 %
Yrke*	97	137	40	41,2 %
Ferie*	337	307	-30	-8,8 %
Gjestedøgn*	466	480	14	3,0 %
Solgte rom*	299	302	3	1,1 %
Romkap.*	420	427	7	1,7 %
Losji**	520	631	112	21,5 %
Belegg	71,2 %	70,8 %	-0,4 %	-0,6 %
ADR***	1 737	2 088	350	20,2 %
RevPAR***	1 237	1 478	241	19,5 %

* Tall i tusen.
** Losjomsetningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

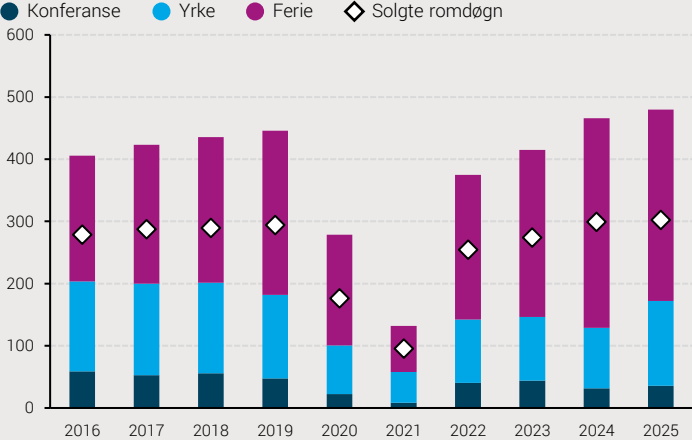
Nøkkeltall



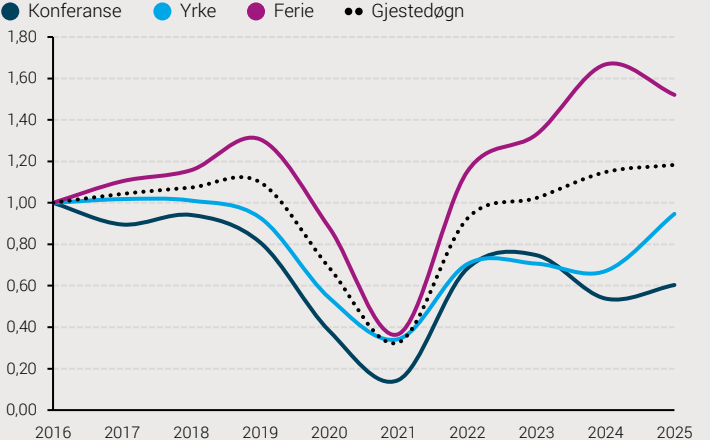
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



Kristiansand*

Segmentfordelingen i Kristiansand har endret seg mye i 10-årsperioden siden 2016. Ferie-/fritidssegmentet har gått fra å utgjøre ca. 37 % av totalt antall gjestedøgn i årets første 6 måneder, til å utgjøre mer enn 63 % av det totale antall gjestedøgn i Kristiansand i årets første 6 måneder i 2025. Veksten i Ferie-/fritidssegmentet står med det for 107,3 % av veksten i perioden. Yrkessegmentet faller tilbake med 12,3 % og med konferansesegmentet nesten uendret. Kristiansand vokser i 1. halvår mer enn snittet i Norge og tar markedsandeler mot de andre store hotellmarkedene i Norge. Andel internasjonale gjester fortsetter å gå tilbake, en trend vi har sett siden den store veksten i 2023.

- Antallet gjestedøgn i ferie-/fritidssegmentet øker med 7,4 prosent mot første halvår i 2024.
- Andelen ferie-/fritidsgjester er med dette den høyeste andelen noen gang for første halvår.
- Konferansemarkedet vokser marginalt, men er fortsatt bak toppnoteringen fra 2023. Markedet er relativt lite, hvilket innebærer at enkelt arrangementer kan gjøre utslag på statistikken.
- Yrkessegmentet øker (8,4 %) mot samme periode i 2024, men er fortsatt bak 2023, og årene før pandemien.
- Snittprisen i Kristiansand øker med 8,2 % mot første halvår i 2024, antallet solgte romdøgn øker med 3,1 % og korrigert for skuddårseffekten innebærer dette en RevPAR-vekst på 12,1 % som noe lavere enn snittet i Norge i perioden.

Forventinger

- Kristiansand fortsetter trolig å være avhengig av ferie-/fritidssegmentet også i årene som kommer. 2024 er intet unntak og sommersesongen har nok en gang levert gode tall, selv om juni måned var noe skuffende.
- Reintroduksjonen av et renovert Citybox med økt romkapasitet vil trolig påvirke belegget i markedet fremover.
- Den forventede åpningen av Comfort Hotel Quadrum i 2027 med 243 nye gjesterom vil trolig gjøre skulder- og lavsesongen utfordrende i Kristiansand.

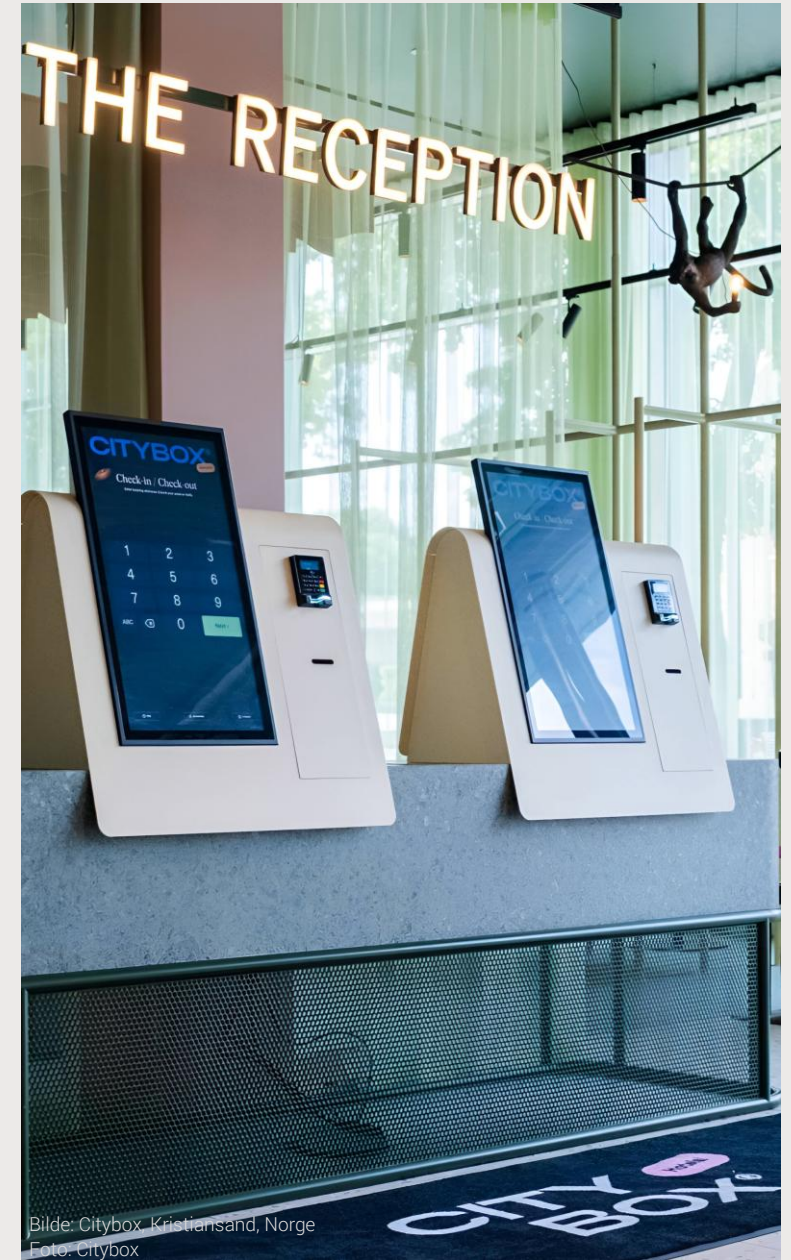
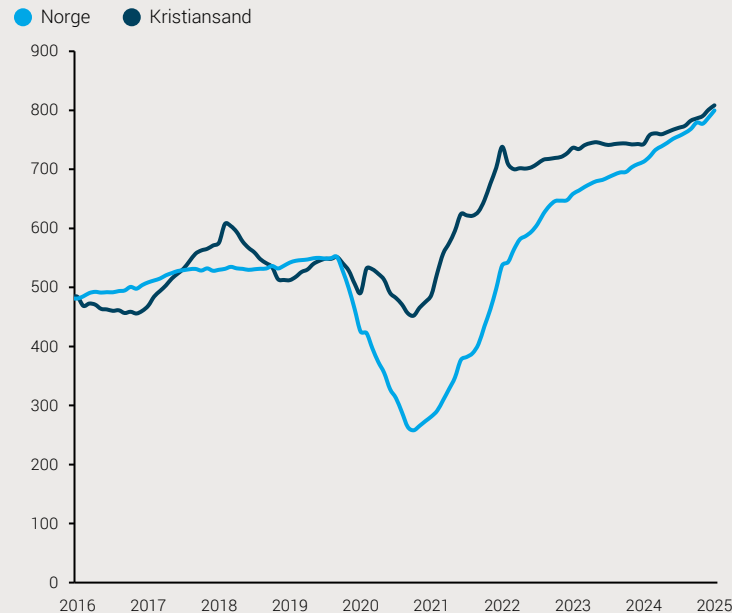
Nøkkeltall

ADR
1.311
+ 8,2 %

Belegg
54,2
+ 1,9 %-p

RevPAR
711
+ 12,1 %

12-måneders rullerende RevPAR



Bilde: Citybox, Kristiansand, Norge
Foto: Citybox

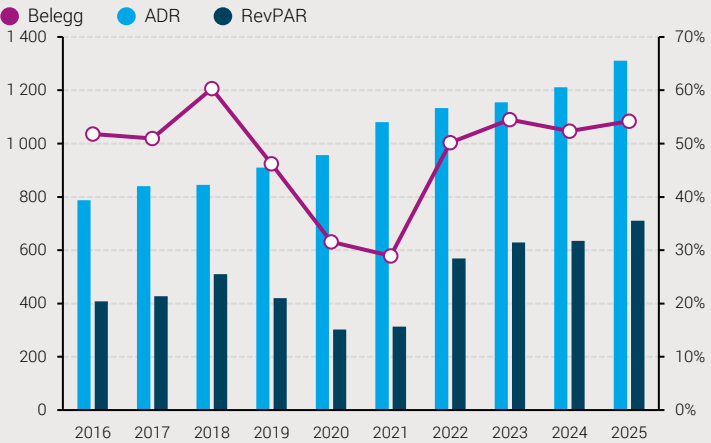
Kristiansand

Oversiktstabell

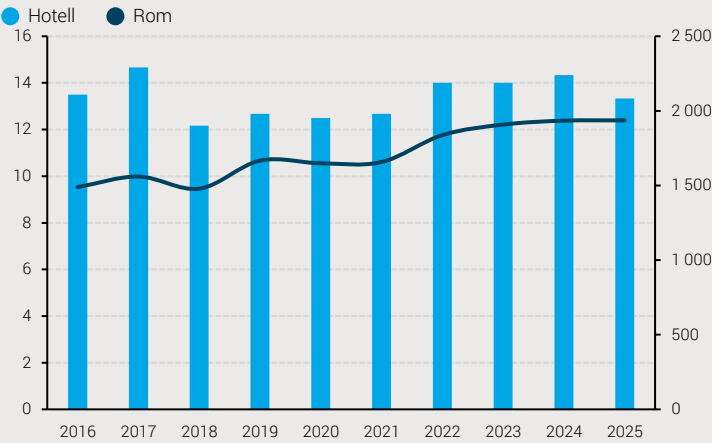
	Δ mot 2024			
	2024	2025	Endr.	Pros.
Nasjonale*	257	286	29	11,1 %
Internasjonale*	37	32	-5	-14,6 %
Konferanse*	24	26	2	9,2 %
Yrke*	84	91	7	8,4 %
Ferie*	187	201	14	7,4 %
Gjestedøgn*	295	318	23	7,8 %
Solgte rom*	184	190	6	3,1 %
Romkap.*	352	350	-2	-0,4 %
Losji**	223	249	26	11,6 %
Belegg	52,4 %	54,2 %	1,9 %	3,6 %
ADR***	1 211	1 311	100	8,2 %
RevPAR***	634	711	77	12,1 %

* Tall i tusen.
** Losjiovernattningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

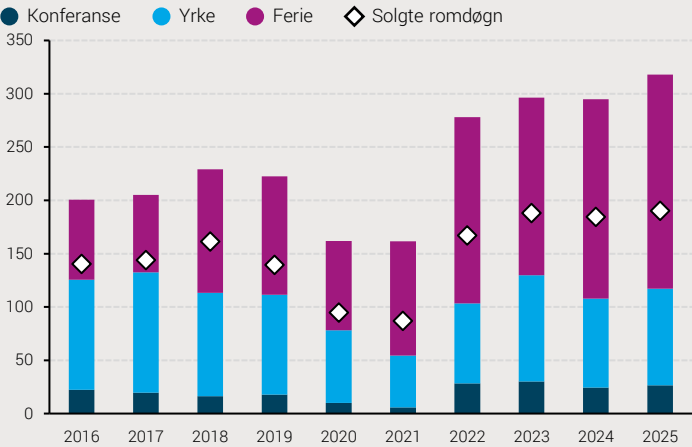
Nøkkeltall



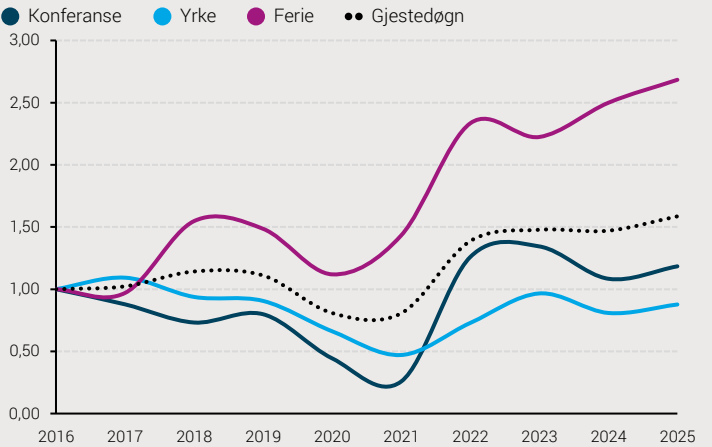
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



Bodø

Statusen som Europeisk Kulturhovedstad bidro mye til økningen i antall gjestedøgn i 2024. Nå er «hverdagen tilbake», og de siste årenes kraftige økning i romkapasitet slår ut etterspørselsveksten, som betyr fall i belegget. Markedet er mer nervøst og hotelloperatørene har senket prisene sine spesielt i 2. kvartal.

- Det er fremdeles vekst i antall gjestedøgn (+7,5%). Ferie-/fritidssegmentet har vokst med 22,7 % mot 2024. Mens Yrke går tilbake (-6,3%) og Konferansesegmentet er uendret. Tilnærmet hele veksten kommer trolig fra internasjonale fritidsreisende (+20,8%). Bodø har fremdeles en lav utenlandsdel, så langt i 2025 kommer 82,5 prosent av totale gjestedøgn fra Norge.
- Bodø klarte å øke prisen i 1. kvartal (+2,5%), mens gjennomsnittsprisen faller i 2. kvartal (-7,1%). Med fallende belegg blir aktørene nervøse og senker sin pris. Belegget i 1. kvartalet faller med 5,3 prosentpoeng og i 2. kvartal med 7,6 prosentpoeng. Vi ser at dette har forsterket seg i sommermånedene.
- RevPAR faller kraftig i første halvår og får den svakeste RevPAR'en av de 8 største hotellmarkedene Hotelia følger tett. Dropp i pris er etter vår vurdering altfor stor, og denne formen for «selvskading» er mest sannsynlig unødvendig. Det kommer trolig ikke flere gjester ved å senke prisene. For ADR så langt i år er fallet 16 prosent mer enn den KPI justerte prisøkningen for samme tidsrom. De siste årene har prisene i alle de største destinasjonene hatt prisøkninger langt over økningen i KPI

Forventninger

- Siden 2019 har antallet hotellrom økt med 59,8 prosent. I samme perioden har antallet solgte rom økt med 41,7 prosent. De siste årene har belegget vært noe under gjennomsnittet, men høyere enn mange hadde fryktet.
- Sommersesongen er preget av «drop your panths» strategi hvor drop i pris skal bidra til flere gjestedøgn. Juni og juli samlet har en nedgang i ADR på (-11,3%) og nedgang i gjestedøgn på (-3%). Internasjonale gjester øker med (+15,3%) og nasjonale (-9,9%)
- Bodø har et stort potensiale for vekst; Helgelanskysten, Porten til Lofoten og Vesterålen. Arbeidet med ny flyplass kom i gang for fullt og mange andre større prosjekter er på gang i byen ; Utbygging av Molobyen, Ny fotballstadion, nytt Nato-senter og ikke minst Bodø Glimt skal spille Champions League.
- Hotelia har fremdeles et overordnet positivt syn på Bodø.

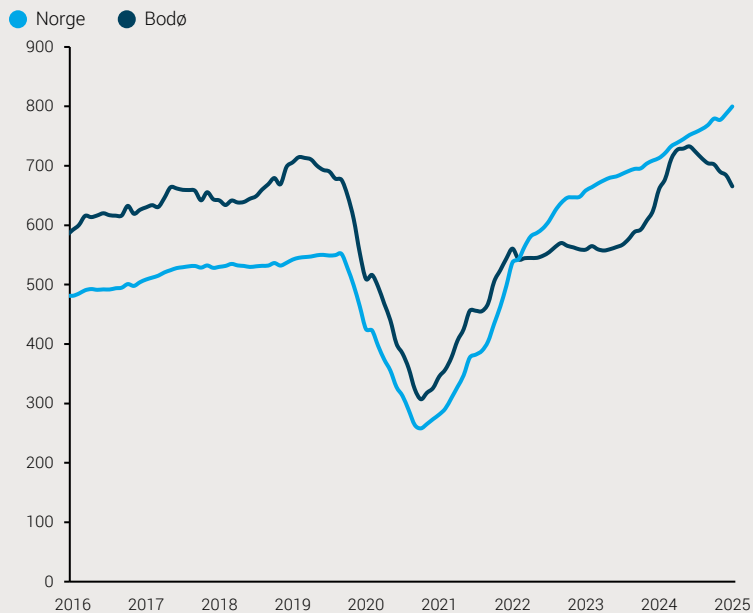
Nøkkeltall

ADR
1.083
- 4,5 %

Belegg
53,7
- 4,5 %-p

RevPAR
581
- 16,2 %

12-måneders rullerende RevPAR



Bilde: Bodø/Glimt-supportere

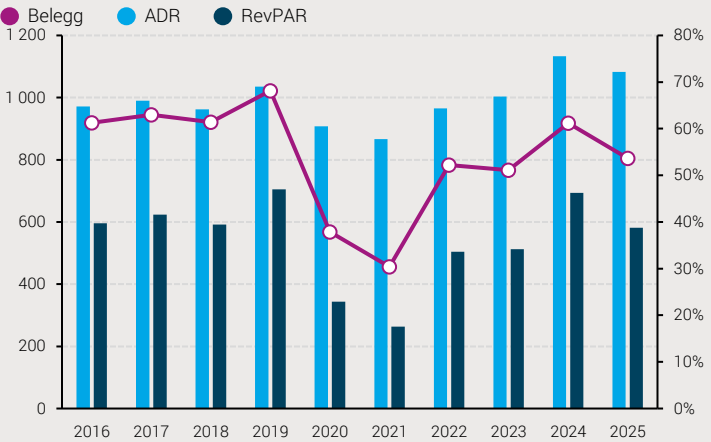
Bodø

Oversiktstabell

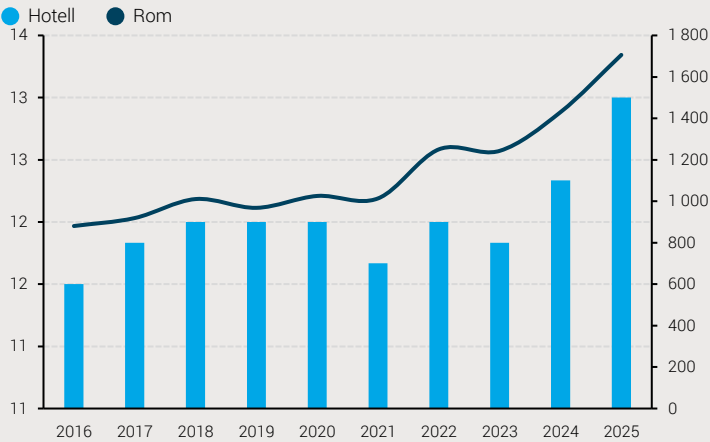
	Δ mot 2024			
	2024	2025	Endr.	Pros.
Nasjonale*	176	185	9	5,1 %
Internasjonale*	32	39	7	20,8 %
Konferanse*	29	29	0	-1,2 %
Yrke*	85	79	-5	-6,3 %
Ferie*	94	116	21	22,7 %
Gjestedøgn*	208	224	16	7,5 %
Solgte rom*	159	166	6	4,1 %
Romkap.*	260	309	49	18,7 %
Losji**	181	180	-1	-0,6 %
Belegg	61,2 %	53,7 %	-7,5 %	-12,3 %
ADR***	1 133	1 083	-50	-4,5 %
RevPAR***	694	581	-112	-16,2 %

* Tall i tusen.
** Losjiovernattningen er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Tall i millioner.
*** ADR og RevPAR er oppgitt i norske kroner og er nominelle. Hele tall.

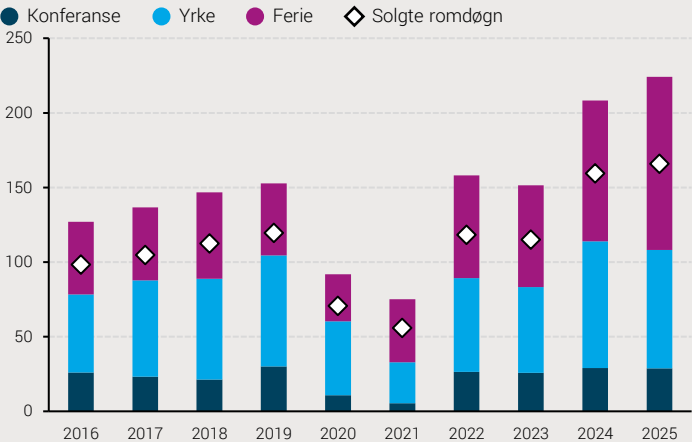
Nøkkeltall



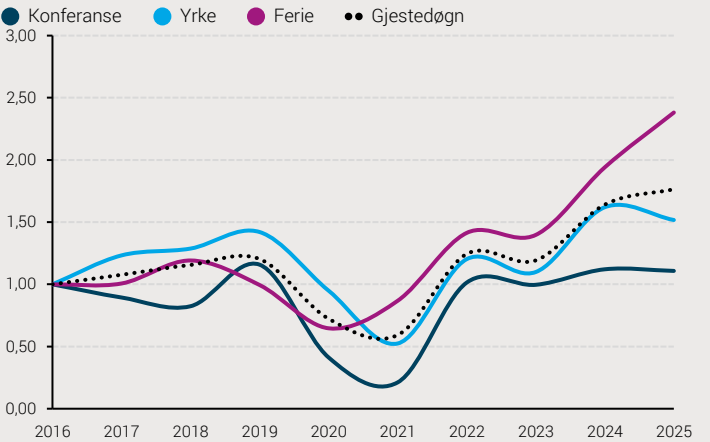
Kapasitet



Gjestedøgn per segment og solgte romdøgn



Relativ utvikling per segment



5



Bilde: Radisson Blu Plaza Hotel, Oslo, Norge
Foto: Radisson

DE STØRSTE HOTELLAKTØRENE I NORGE

Hotellkjeder / Operatører

Per 30.06.2025										
Eierintegrete kjeder	Antall hotell			Antall rom				Pipeline (rom/hotell)		
	Operations	Franchise	Total	Operations	Franchise	Total	Endring fra 2024	Total	Endring fra 2024	
Quality Hotel	25	12	37	5 584	1 889	7 473	200	0	0	
Clarion Hotel	12	0	12	3 840	0	3 840	-151	0	0	
Comfort Hotel (inkl. Comfort Xpress)	13	6	19	2 755	693	3 448	78	0	0	
Home (tidl. Clarion Collection)	18	4	22	2 237	362	2 599	0	0	0	
Unbranded (Nordic Hotels & Resort)	7	10	17	1 429	1 260	2 689	0	0	0	
Totalt Strawberry	75	32	107	15 845	4 204	20 049	583	1 776	640	
Scandic	66	13	79	13 607	1 699	15 306	10	0	0	
By Scandic	3	0	3	1 003	0	1 003	305	0	0	
Totalt Scandic	69	13	82	14 610	1 699	16 309	315	151	-384	
Thons Hotels	53	30	83	9 174	2 788	11 962	-211	0	0	
Radisson Blu	11	4	15	3 758	686	4 444	-346	0	0	
Radisson Hotel	0	0	0	0	0	0	0	123	0	
Radisson Red	2	1	3	332	204	536	118	0	0	
Park Inn by Radisson	0	1	1	0	233	233	-233	0	0	
Radisson Hotel & Conference Center	2	0	2	648	0	648	348	0	0	
Radisson Individuals	0	0	0	0	0	0	0	247	0	
Price by Radisson	0	0	0	0	0	0	0	272	0	
Totalt Radisson Hotel Group*	15	6	21	4 738	1 123	5 861	-113	642	642	
Classic Norway Hotels	23	1	24	1 147	102	1 249	-33	0	0	
HEIMR Collection*	11	0	11	1 217	0	1 217	0	89	0	
Unike Hoteller	17	2	19	1 005	95	1 100	180	151	-17	
Smarthotel	5	0	5	897	0	897	0	140	-5	
Citybox	4	0	4	763	0	763	103	472	-95	

Notat: Oversikten viser de største hotellaktørene i Norge per 30. juni 2025. Operations inkluderer management, mens franchise inkluderer partner- og samarbeidsavtaler. Pipeline omfatter kun nye prosjekter eller eventuelle utvidelser som er offisielle. Noen tall kan være beregnet av Hotelia etter beste evne. Kun aktører med en portefølje på minimum 500 rom totalt er inkludert i denne oversikten. For enkelte aktører kan estimater være gjort av Hotelia etter beste evne og er merket med (*)

Hotellkjeder / Operatører

Per 30.06.2025	Antall hotell			Antall rom					Pipeline	
Samarbeidskjeder	Operations	Franchies	Total	Operations	Franchies	Total	Endring fra 2024		Total	Endring fra 2024
De Historiske	69	0	69	3 752	0	3 752	n.a.		0	-42
New Nordic Luxury	9	0	9	339	0	339	n.a.		0	0
Totalt De Historiske	78	0	78	4 091	0	4 091	-74		0	-42
Best Western	0	3	3	0	189	189	0		0	0
Best Western Plus	0	3	3	0	387	387	6		0	0
BW Signature Collection	0	5	5	0	268	268	0		0	0
Sure Hotels	0	1	1	0	30	30	0		0	0
WorldHotels Crafted	0	2	2	0	98	98	48		0	0
Aiden by Best Western	0	3	3	0	393	393	117		0	0
Total BWH Hotels	0	17	17	0	1 365	1 365	77		1 490	1 243

Per 30.06.2025	Antall hotell			Antall rom					Pipeline	
Selvstendige- / multibrandoperatører	Unbranded	Franchies	Total	Unbranded	Franchies	Total	Endring fra 2024		Total	Endring fra 2024
Norlandia Hotel Group	8	19	27	607	2 462	3 069	142		540	135
CIC Hospitality	0	14	14	0	1 496	1 496	0		617	277
Norwegian Hospitality Group	1	7	8	49	1 021	1 070	0		0	0
Magic Hotels	4	0	4	519	0	519	0		120	120
Frich	9	0	9	462	0	462	53		70	70

Per 30.06.2025	Antall hotell			Antall rom					Pipeline	
Leilighetshotell	Operations	Franchise	Total	Operations	Franchise	Total	Endring fra 2024		Total	Endring fra 2024
Frogner House	6	0	6	389	0	389	n.a.		0	0
VANDER (tidl. Bjørvika Apartments)	12	0	12	921	0	921	-42		70	-34
Maya Eiendom	4	0	4	120	0	120	n.a.		175	175
Forenom	11	0	11	259	0	259	n.a.		35	n.a.
Dinbnb	1	0	21	348	0	348	n.a.		3	n.a.

Notat: Oversikten viser de største hotellaktørene i Norge per 30. juni 2025. Operations inkluderer management, mens franchise inkluderer partner- og samarbeidsavtaler. Pipeline omfatter kun nye prosjekter eller eventuelle utvidelser som er offisielle. Noen tall kan være beregnet av Hotelia etter beste evne. Kun aktører med en portefølje på minimum 500 rom totalt er inkludert i denne oversikten. For enkelte aktører kan estimater være gjort av Hotelia etter beste evne og er merket med (*)

Hotelleiendomsaktører | Norges 10 største hotelleiendomsselskaper

Per 30.06.2025													
Nr.	Eiendomsselskap	Antall hotell				Antall rom				Pipeline (rom/hotell)			
		Egen drift	Utleie	Total	Endring fra 2024	Egen drift	Utleie	Total	Endring fra 2024	Egen drift	Utleie	Total	Endring fra 2024
1	Olav Thon Gruppen	51	6	57	1	8 952	632	9 584	92	0	0	0	0
2	Rica Eiendom	0	18	18	1	0	3 112	3 112	149	0	303	303	303
3	KLP Eiendom	0	8	8	0	0	2 626	2 626	0	0	0	0	-1
4	Pandox	0	13	13	0	0	2 573	2 573	0	0	0	0	0
5	AB Invest	1	10	11	0	79	2 241	2 320	0	0	350	350	-100
6	Strawberry Properties	9	0	9	0	2 309	0	2 309	0	0	0	0	0
7	Eiendomsspar	0	13	13	1	0	2 105	2 105	371	0	532	532	11
8	Adolfsen Group	17	2	19	-1	1 601	316	1 917	1 917	148	0	148	148
9	Glastad*	9	3	12	2	1 091	561	1 652	99	89	0	89	0
10	Wenaasgruppen	1	2	3	0	678	780	1 458	0	0	0	0	0

Notat: Eiendommer som eies med en andel på 50 prosent eller mer av et selskap er inkludert i denne oversikten. Oversikten omfatter også nærstående selskaper. For enkelte aktører kan estimerer være gjort av Hotelia etter beste evne og er merket med (*)

6



Bilde: Park Hyatt Changsha, Kina
Foto: Conran and Partners

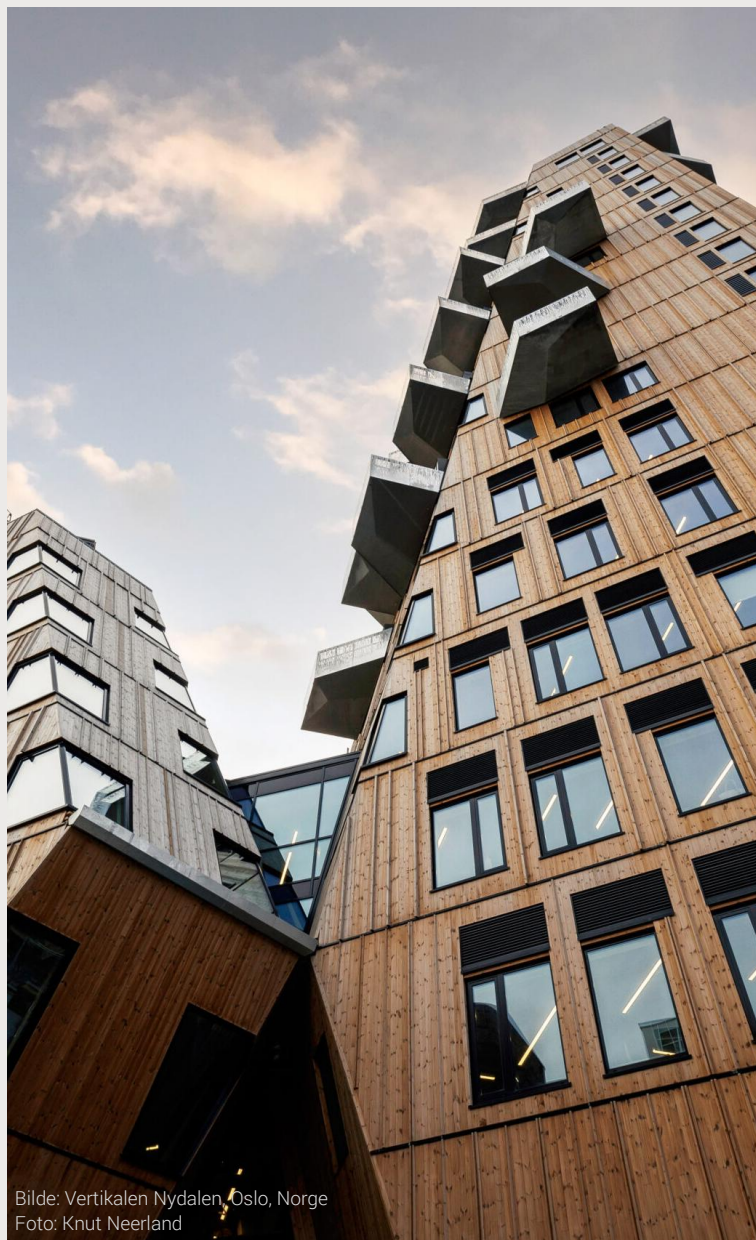
UTSIKTER, TRANSAKSJONER & BUZZ

Utsikter

- Mottatte signaler på bookingbildet, for de nærmeste månedene, er forholdsvis positive. På litt lenger sikt er det fremdeles få mørke skyer i horisonten. Hotelia forventer ytterligere moderat markedsvekst og fremdeles lite ny kapasitetsvekst. Dette vil bidra til ytterligere prisøkning, men trolig noe lavere enn de siste årene.
- Det offentlige markedet (både konferanse og yrke) har trolig vært nedadgående i en periode. Vi tror dette skyldes en kombinasjon av stramme budsjetter og ønske om å redusere antall. Vi forventer at offentlig sektor vil måtte reise mer etter flere år med innstramming, noe som vil bidra til noe økt reiseaktivitet, spesielt på konferansemarkedet.
- Få indikasjoner om nedgang på feriemarkedet, men vi tror kanskje at den sterke veksten de siste årene vil dempe seg noe. Ingen piler, for de viktigste indikatorene, peker i feil retning; svak krone, coolcation, aktivitetsbasert naturturisme etc. Selv om snøforholdene vinteren 2024/25 var forholdsvis dårlige har vi tro på ytterligere vekst innenfor dette segmentet. Innføring av turistskatt kan bidra til noe svakere utvikling for enkelte destinasjoner. En evt. kraftig økning av flyplassavgiftene kan også bidra til en svekkelse av den norske konkurransekraften.
- Ferie/-fritidsmarkedet andel av totalmarkedet har de siste årene økt. Dette markedet er mer ømfintlig for endringer i valutakurs enn de to andre hovedmarkedene (yrke og konferanse). En vesentlig styrking av kronekursen vil derfor trolig ha noe større konsekvenser enn tidligere.
- Signaler fra de store turistlandene ved Middelhavet tyder på at turistene holder igjen på forbruket under selve ferieoppholdet, dvs. bruker mindre på restauranter, aktiviteter, shopping etc. Dette skyldes trolig en kombinasjon av betydelig økte priser på fly og hotell, samt en generell reduksjon av kjøpekraften. Selve reiseaktiviteten er ikke redusert. Resorthoteller i Norge i den midtre/ nedre delen av prissegmentet bør være oppmerksom på denne trenden.
- Fremdeles en rekke usikkerhetsmomenter i verden knyttet både til økonomi og sikkerhet som kan påvirke turistmarkedet (både yrke og ferie), spesielt internasjonal trafikk kan ble påvirket.
- De fleste leieavtalene for hotell i Norge er omsetningsbaserte. Dette har bidratt til at leieinntektene på hotelleiendom har økt mer enn leieprisene på kontor. Det gjelder også på nye leiekontrakter. Dette kan bidra til at det kan komme flere hoteller inn i markedet, når det forhåpentlig blir noe lettere å «regne» hjem nye næringsbygg igjen.
- De siste årene har vi sett, som forventet, en vridning av prissegmentene for hotell. Andel av hoteller i de øver og nedre delene markedet har økt. Denne trenden vil trolig forsterke seg ytterligere. I Norge er fremdeles 3 stjerner pluss segmentet (les «normale» kjedehoteller) fremdeles det desidert største markedet.
- De siste årene har vi sett flere endringer av varemerker på eksisterende hoteller. En vedvarende lav tilvekst av ny romkapasitet kan bidra til flere endringer av varemerker. Dette grunnet færre nye markedsmessige konsepter inn i markedet.



Bilde: 1 Place Vendôme, Paris, Frankrike
Foto: Gregory Copitet



Bilde: Vertikalen Nydalen, Oslo, Norge
Foto: Knut Neerland

Transaksjoner | Store transaksjoner bidrar til store volumer

Hotelia overvåker kontinuerlig det norske hotelleiendomsmarkedet og følger tett alle de større aktørene innen både drift og hotelleiendom i Skandinavia.

Leieinntektene fra norske hoteller har de siste årene økt mer enn leieinntekter fra kontoreiendom. Dette har bidratt til å styrke attraktiviteten til hotell som eiendomsklasse. Noe færre transaksjoner i 1. første halvår enn 2. halvår i 2025, men noen svært store transaksjoner bidrar til å løfte volumene kraftig opp.

Nedenfor er det trukket frem noen utvalgte større og mindre transaksjoner som er gjennomført etter at arbeidet med forrige Hotelia-rapport ble avsluttet 12.02.25 og frem til 15.09.25.

Norge

- Riddergaarden Mountain Lodge på Beitostølen. Unike vil ta over driften selv.
- En investorgruppe i regi av Colliers har kjøpt Støtvig Hotel på Larkollen. Selger er Stig Fishe med Familie. Investorgruppen vil også eie driftsselskapet.
- Bo Coliving har ervervet The Box i Tromsø med totalt 181 studenthybler. Selger er Pago og Tromsø Eiendomsutvikling.
- Finske CapMan har kjøpt Svenske Midstar. Porteføljen består av 28 hotelleiendommer med 4,709 rom. I Norge består porteføljen av 8 hoteller med 1.100 rom.
- CapMan har solgt 50 % av Kristian Augusts gate 10 i Oslo til Vander Apartment (Bjørsvika). Eiendommen vil konverteres til et leilighetshotell driftet av Vander.
- Norwegian Hospitality Group har ervervet naboeiendommen til Farris Bad i Larvik. Selskapet eier fra før Farris Bad.

Norden

- Eiendomspar og Pandox har kjøpt irske Dalata Hotel. Dalato driver 51 hoteller og eier 31 hotelleiendommer. Scandic Hotels vil overta driften av hotellene. Kjøpesum for selskapets aksjer er ca. 1,4 milliarder euro
- Pandox har ervervet nyåpnede Elite Hotel Frost med 154 rom i Kiruna. Selger er Kiruna kommune
- Pandox har også ervervet Pullman Cologne Hotell i Tyskland med 275 rom.

Annet

- Norges Bank Investment Management (Oljefondet) har kjøpt 40 % av AXA Lifestyle Housing. I selskap inngår The Boost Society som er en integrert eier og operatør av studentboliger i Frankrike og Spania. Studenthyblene har totalt 12.200 senger.
- IHG Hotels & Resorts har kjøpt rettighetene til Ruby Hotels varemerket

Buzz

- I flg. Lodging Econometrics er det på verdensbasis 16.000 nye hotellprosjekter med totalt 2,5 million rom i «pipeline».
- SAS flytter trolig mer og mer av trafikken til København og i flg. SEO Amsterdam tilfører selskapet nå indirekte Danmark med 5,6 milliarder euro i BNP og 45.000 arbeidsplasser.
- MSC Cruises har åpnet verden største cruiseskipterminal. Den nye terminalen i Miami er på 45.000 kvm. Den kan samtidig håndtere 3 båter og 36.000 passasjerer.
- World Travel & Tourism Council forventer at turismen i Frankrike i 2035 vil bidra med 308,4 milliarder euro eller 9,4 av BNP. 11,4 % av arbeidsplasser i landet vil være koblet opp mot turistnæringen. For Norge forventer man at reiselivet vil bidra med NOK 405 milliarder, dvs. 8,7 % av BNP mot 7,5 % i 2024.
- Toulouse i Frankrike er kåret av «Best in Travel 2025» til verdens beste by å besøke.
- Svenske «Flightradar24» er av Sveriges mest lønnsomme teknologiselskaper. Overskuddet i 2024 ble MSEK 270.
- En undersøkelse fra Turneo viser en sammenheng med at hoteller som høyt fokus på å tilby aktiviteter kan øke RevPAR med 55 %.
- Hurtigruten dobler kapasiteten til Svalbard i 2026.
- Tall fra Skatteetaten viser at det i 2024 ble innrapportert fra formidlere av utleie av eiendom (Aribnb etc.) leieinntekter på 13,3 milliarder. Dette er en økning på 20 prosent fra 2023.
- En undersøkelse fra Hotels.com viser økt interesser vedr. kvalitet av baderom ved søk etter hotellrom.
- Madarin Oriental Mayfair i London har fått en Penthouse suite på hele 465 kvm. Pris pr. døgn 275.000. Rederiet Seven Seas Cruises tilbyr på sitt nyeste skip en suite til 250.000 pr. døgn. Den nyrenoverte Kongsesusiten (350 kvm.) på Oslo Plaza selges «kun» til 90.000 pr. natt.
- Marriott International har kjøpt nederlandske CitizenM for 355 millioner USD.
- I siste nordisk utgave av Michelin guiden er 51 restauranter i Norge listet. Flest er det i Oslo med 30 av restauranter, hvorav 11 med stjerner. Nr. 2 er Stavanger med 8 restauranter, hvorav 4 er med stjerner.
- En studie fra Vestlandsforskning viser at norsk reiseliv betalte NOK 454 millioner i provisjoner til bestillingsplattformer (Hotels.com etc.). I 2018 beregnet man til at disse provisjonene utgjorde 180 millioner.
- En undersøkelse fra Ticket viser at svenske reisende bytter ut luksus med ro, når man tar beslutning om ferie.
- Virgin Group (Richard Branson) planlegger å etablere ett nytt togselskap som skal konkurrere med Eurostar i tog tunnelen under den engelske kanal.
- Riksantikvaren har fredet Britannia Hotel i Trondheim.
- Skistar rustet opp Trysil og investerer 200 millioner i ny gondol.
- Tall fra SSB viser nordmenns korte feriereiser til utlandet økte med 24 prosent i 2024 fra 2023.
- Enter Tromsø Hotels & Apartments har kjøpt First Hotels International (hovedsakelig franchise rettighetene til varemerke)
- Cruise havnen i maltesiske Valletta er av Cruise Travel Insurance kåret til verdens vakreste cruisehavn. Argentinske Ushuaia kom på 2. plass.
- Tim Wendelboes kaffebar er kåret til verdens 5. beste kaffebar.
- Ciel Dubai Marina åpner i november og blir verden høyeste hotell med 364 meter (82 etasjer).
- Nye Legoland i Shanghai er på 318.000 kvm. Det er benyttet 85 millioner legobrikker i parken.
- Waldorf Astoria i New York er gjenåpnet etter en renovering på 2 milliarder USD.



Bilde: H&W Steakhouse, Georgia, USA
Foto: Brandon Barre

7



Luxury Hostel - selvmotsigelse eller realitet?

Hotelia snakker med:

Christian de Sira
Vice President Development
Generator Hostels

Hotelia snakker med | Luxury Hostel - selvmotsigelse eller realitet?

Overnattingsmarkedet har de siste ti årene har vært preget av betydelige endringer. Fremveksten av alternative konsepter har gitt reisende et bredere utvalg av alternativer. Størst utvikling har vært innenfor de såkalte «budget»- og «high-end»-segmentene, hvor særlig utviklingen av lifestyle-baserte konsepter har vært ledende.

Den økende tilgjengeligheten av nye distribusjonskanaler på nettet har lagt til rette for mer spesialiserte konsepter, samtidig som det har gjort det enklere for uavhengige operatører å selge sine produkter direkte til målrettede målgrupper. Dette er også en utvikling de store internasjonale hotellkjedene aktivt deltar i, og det snakkes i økende grad om hvordan kjedene utvikler og styrker sine varemerker for å tilby gjestene en øket fleksibilitet, uavhengig av reisemål eller gjestenes alder.

Det norske overnattingsmarkedet er i stor grad dominert av nordiske konsepter og merkevarer. I motsetning til våre naboland har vi i Norge, med noen få unntak, relativt få hoteller med internasjonale varemerker. Norges posisjon som et stadig mer attraktivt reisemål for internasjonale turister, kombinert med prisøkninger de siste årene, gjør at flere internasjonale aktører ønsker å etablere seg i Norge. Flere av disse er allerede etablert, eller er under innrykk, i byer som København og Stockholm, og retter nå interessen mot det norske markedet.

Et eksempel på en konseptretning som fortsatt ikke er ordentlig etablert i Norge, er hostell. Dette konseptet har gjennomgått store endringer de siste årene, og det finnes i dag et bredt utvalg av konsepter og operatører internasjonalt. Avhengig av utforming kan hosteller ofte etableres i sentrumsnære bygg som ikke kan konverteres til tradisjonelle hoteller. Den operative modellen, basert på salg av senger og attraktive fellesarealer, muliggjør gode leienivåer som, ifølge beregninger utført av Hotelia, kan konkurrere med kontorleie i sentrale strøk av Oslo.

Vi har hatt en samtale med Christian de Sira fra Generator. Generator er en aktør som allerede har etablert hosteller i København, Stockholm og flere andre byer i Europa og Nord-Amerika. Per i dag har Generator 16 hosteller i drift, som kombinerer boutique-hotell med tradisjonelle hotellkonsepter, med stort fokus på sosiale soner og

aktiviteter i attraktive fellesarealer. Hvert enkelt hostell er tilpasset den aktuelle byen og beliggenheten, men alle følger et felles driftskonsept for å sikre kvalitet og effektivitet.

I vår samtale med Christian de Sira har vi forsøkt å øke forståelsen av forskjellene og også likhetene mellom hostell og mer tradisjonelle hotellkonsepter, samt forstå hvorfor Generator ønsker å etablere seg i Norge, og hvilke sentrale vurderinger som ligges til grunn ved valg av nye lokasjoner og markeder.



Generator Amsterdam Hostel, Amsterdam, Nederland
Foto: Generator Hostels

Hotelia snakker med | Christian de Sira, VP Development, Generator Hostels

Could you please provide an overview of your role and professional background?

My role at Generator is to drive growth for the brand with the support of the Brookfield team. This growth is focused on entering new European markets as well as expanding in existing cities where we already have a presence. The plan is to accelerate growth through acquisitions and third-party management agreements, while also considering leases in markets where that is necessary. My professional career began in hotel valuation with HVS and JLL, followed by my most recent role at Ascott, part of CapitaLand, within their lodging team. I have been leading the development team at Generator since 2022.

How would you assess the current state of the hostel market in Europe, and what are the main distinctions between hostels and hotels?

Although Generator and many hostels provide private rooms similar to traditional hotels, the defining feature of a hostel is the sale of beds in shared rooms (dormitories). The European hostel market is in a strong growth phase, driven by diversified demand, greater professionalisation, and a renewed focus on value and experience. Unlike hotels, hostels distinguish themselves by embedding community, flexibility, and culture into the core of the stay, making them particularly relevant for the next generation of travellers

What motivates Generator to establish a hostel in Norway, and which primary factors are considered when evaluating potential new locations?

Generator already operates successfully in Sweden and Denmark, but Norway remains a key gap in our Nordic presence — especially with destinations such as Oslo, Bergen, and Tromsø. With travel trends such

as “cool-cationing” gaining momentum among European travellers, there is strong motivation for Generator to expand into Norway. When targeting new locations, we consider the demand from our target market for those destinations, along with the strength of projected performance to ensure the business plan is sustainable

What specific criteria does Generator use when selecting new hostel sites with regard to location, capacity, and functionality? How do these criteria impact the overall design of each property?

As our target market relies heavily on public transport, location is key. Sites must be within walking distance of major transport links to airports, city centres, and key attractions, as well as offering access to strong local amenities. In terms of capacity, we typically look for properties that can accommodate between 500 and 1,000 beds, depending on city demand. Sufficient social space for F&B and leisure activities is also essential. Generator has the flexibility to adapt to many building types — our conversions have included a grain warehouse, a police station, university buildings, and even a petrol station.

Why are communal spaces considered essential in contemporary hostels, and what measures does Generator implement to develop and optimise these areas for guest engagement?

Communal spaces are the beating heart of the modern hostel experience. They transform a stay from simply being about a bed for the night into a memorable social journey. Today's travellers — particularly younger, urban explorers and digital nomads — seek more than affordable accommodation. They want connection, cultural exchange, and experiences that reflect the energy of the destination. For Generator, communal spaces are not an afterthought but a core brand pillar.



Hotelia snakker med | Christian de Sira, VP Development, Generator Hostels

How would you characterize the typical Generator guest in terms of age group, lifestyle, and travel objectives?

The typical Generator guest is a young, urban, globally minded traveler who values connection, culture, and design at an accessible price point. They aren't simply looking for a place to stay, but for a lively hub where accommodation merges with social and cultural experience.

What types of accommodation does Generator offer, and how is capacity distributed among these categories to address varying guest requirements?

Generator offers shared accommodation ranging from 4-bed dorms to 12-bed dorms, as well as private rooms similar to those in hotels. More recently, we have introduced pod units, which have proven successful in our Amsterdam and Berlin locations. Capacity is weighted more heavily towards shared accommodation, while private rooms and pods provide flexibility for different guest preferences.

Are there notable differences between lease agreements for hostels and those for hotels?

Aside from referencing both beds and rooms in a lease, there are no significant differences between lease agreements for hostels and those for hotels

What performance outcomes has Generator achieved in the cities where it operates, and what are the average penetration rates for ADR and occupancy?

Across Europe, Generator typically achieves 100 MPI and 125 ARI against 3–4-star hotel comp sets. This success is strengthened by our hybrid model, which boosts profitability through higher footfall in F&B outlets and increased ancillary spend.

Could you elaborate on the various service categories within the hostel market and describe your experience regarding their differentiation?

The hostel market now spans from ultra-budget properties to lifestyle-driven hybrids. Generator differentiates itself by sitting at the intersection of affordability, design, and social experience — combining the energy of a hostel, the style of a boutique hotel, and the community of a cultural hub.

How has the hostel market evolved over the past decade, and what changes and trends do you foresee for the next ten years?

Over the past decade, hostels have shifted from being low-cost lodging options to becoming high-margin, design-driven social hubs like Generator. Looking ahead, the sector is evolving into scalable, hybrid lifestyle platforms that attract a wider demographic and increasing institutional investment. Backed by Brookfield, Generator has been at the forefront of this transformation, helping redefine the category while driving global growth and long-term value creation.



Bilde: Generator Madrid Hostel, Madrid, Spania
Foto: Generator Hostels

English Summary

Norway

The strong key figures are expected to persist into 2025, with prices remaining the primary growth driver behind increasing RevPAR. Nearly all growth is currently attributed to the international market. In the first half of the year, total revenue increased by 14.0%, and RevPAR rose by 12.7%, slightly exceeding prior forecasts. Limited new capacity, has contributed to price increases of 9.1% over the past year. After a post-pandemic recovery, the conference segment has experienced a temporary decline, while the leisure segment remains the strongest. Norwegian guest nights showed modest growth, likely driven by increased activity in both the corporate and leisure markets. Most hotel leases are turnover-based, and due to high RevPAR, hotel property performance currently outperforms many other asset classes.

Oslo

Oslo concluded 2024 with strong results, with approximately 13% RevPAR growth in the second half of the year. This positive trend continues into 2025, driven by increased activity in the leisure segment and major events such as Nor-Shipping and concerts featuring international artists like Billie Eilish. In June, average room prices exceeded NOK 2,000 for the first time, peaking at NOK 2,235. The first half of 2025 ended with a occupancy rate of 68.6%, a 5.3 percentage point increase from 2024, with international guest stays increasing by 21.4%. Hotel capacity has slightly decreased due to renovations, but total accommodation revenue rose by 16.5%, with prices over 50% higher than pre-pandemic levels. The leisure segment grew, while conference stays declined by 31.7%. Continued growth is expected, supported by limited new capacity and a weak Norwegian krone.

Gardermoen-region

Over the past decade, the Gardermoen region experienced approximately 30% capacity growth, making it one of the fastest-growing markets among Norway's eight largest hotel markets. During this period, the region's accommodation revenue increased by nearly 85%. Despite this, Gardermoen has had the weakest development among the major markets over ten years. In the last 12 months, positive trends have continued, with a 2.1% capacity increase, 8.3% more sold room nights, and a RevPAR rise of 12.2%. The leisure segment grew by 19.8%, while conference activity declined slightly. International guest nights increased by 35.8%, and domestic nights by 3.8%. The region has lost a small market share (-0.3 percentage points), partly due to declines in the conference segment. Growth is expected to continue over the next 12-24 months, primarily driven by leisure trips and increasing passenger traffic, with no new capacity anticipated.

Outlook

In the near term, booking data for the upcoming months indicates relatively positive prospects. Given the limited new capacity, moderate market growth and price increases are anticipated, though likely to be somewhat lower than in previous years. The public sector, particularly the conference and corporate segments, has experienced subdued activity due to constrained budgets; however, a recovery is expected. The leisure and holiday segment now represents a larger share of the total market, but remains influenced by exchange rate fluctuations and increased pricing pressures, especially in European destinations. Persisting uncertainties related to the economy, security, and international travel continue to impact the outlook. Lease income from commercial properties has risen at a higher rate than office rents, potentially attracting increased investor interest in the hotel sector. Price segment shifts towards 3-star and lower-tier hotels, along with ongoing brand rebranding, are evident. The low level of new development may facilitate more brand transitions and improved market regulation in the future.

Stavanger

Stavanger has had a strong start to 2025, with a 12.6% increase in accommodation revenue compared to the same period in 2024. Except for April's Easter month, RevPAR has grown by double digits in every month of the year's first half, driven primarily by the leisure and international overnight segments. After some decline since 2022, the leisure segment has rebounded with 26.2% growth in the first half, and international guest nights increased by 20.7%, contributing to an overall growth of 6.1%. Conference activity declined by 22.2%, while the corporate segment was marginally up. Occupancy surpassed 60% for the first time in ten years, reaching 61.2%, and average prices rose by 6.7%. With a RevPAR of NOK 869 (+14.0%), Stavanger is now comparable to Bergen and only behind Tromsø and Oslo. Future prospects remain positive, with limited new capacity expected, supporting continued growth.

Bergen

In the first half of 2025, international holiday guests contributed to positive growth in Bergen compared to 2024, while domestic visitors declined across business and conference segments. Total guest nights increased by 92,000 (+8%), driven solely by international guests, with growth across all months outside peak season. The leisure market rose by 17.6%, whereas business and conference segments declined (-2.9% and -10.6%). Bergen maintains the third-highest ADR at NOK 1,457, driven by the corporate segment and international guests, with an 18% increase compared to KPI-adjusted prices. Capacity increased marginally (+3.4%), with demand up (+5.1%), and shoulder-season demand continues to grow by 18.2% versus 2024. Despite positive RevPAR development, Bergen ranks fifth among the eight largest hotel cities, with occupancy rates still lagging behind larger markets. Future prospects include increased shoulder-season leisure and event-focused occupancy, supported by limited new capacity and strong summer international growth.

Bodø

Bodø has experienced the most significant capacity growth among Norway's eight largest hotel markets, increasing by 68.3% since 2021. The opening of Wood Hotel in May 2024 added 177 rooms. Despite an exceptional start in early 2024, driven by its status as European Capital of Culture, growth has slowed in 2025. Since the first half of 2024, capacity has increased by 18.7%, but sold rooms only rose by 4.1%, leading to a occupancy decline from 61.2% to 53.7%. Despite more sold rooms, total revenue fell by 0.6%, and ADR decreased by 4.5%, resulting in an 18.3% lower RevPAR than Kristiansand, Norway's second-lowest market. Expectations indicate that the rest of 2025 will follow this trend, supported by increasing flights and tourism interest in Northern Norway. Hotelia suggests increasing ADR to narrow the RevPAR gap with other major markets.

Tromsø

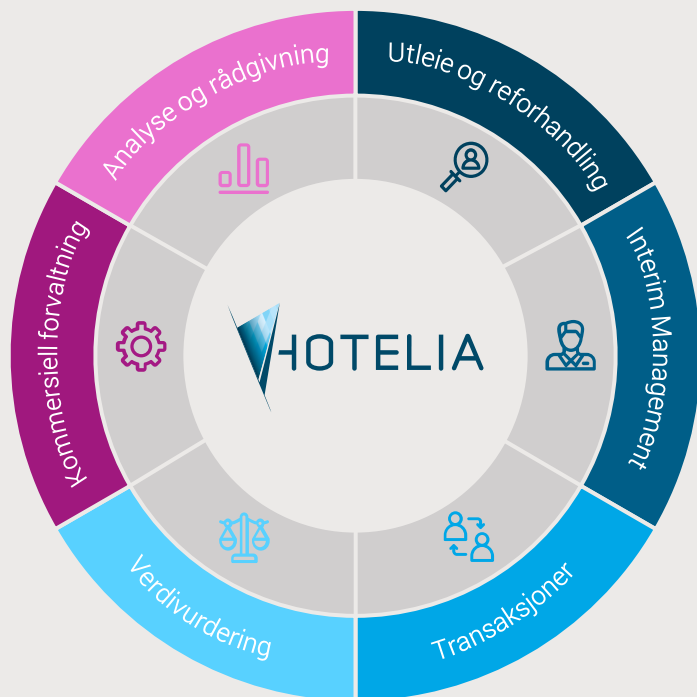
Tromsø maintains its position with the highest RevPAR, driven by significant price increases while volume remains stable. The business mix is shifting, with corporate demand rising and leisure segments declining—potentially a strategic move or coincidence, as "Northern Lights tourism" has historically limited other segments. Total guest nights increased by 3%, with international guests up 23% and domestic by 13.1%. Corporate demand surged by 41%, and conference activity grew slightly (+12.1%), possibly due to strategic changes. ADR has risen over 20% in the first half, reflecting a shift toward higher-paying guests, with overall ADR 54% above KPI-adjusted inflation. Rolling RevPAR up 19.5%, 32% higher than Oslo, boosting leasing income by nearly 20%. Despite positive summer trends, demand slowed in June and July, though prices and RevPAR increased. To support future capacity increases, Tromsø must focus on year-round occupancy strategies.

Kristiansand

Segment distribution in Kristiansand has significantly shifted over the past decade. The leisure segment increased from approximately 37% of guest nights in early 2016 to over 63% in the first half of 2025, accounting for 107.3% of overall growth during this period. Corporate demand declined by 12.3%, while conference activity remained stable. Kristiansand outperformed the Norwegian average in the first half of 2025, gaining market share from other major cities. The share of international guests continues to decrease, a trend seen since 2023. Guest nights in the leisure segment rose by 7.4%, reaching a record high for a first semester. Average prices increased by 8.2%, with sold room nights up 3.1%, leading to a RevPAR growth of 12.1%, slightly below the national average. Future development includes a renovated Citybox and a new Comfort Hotel Quadrum, opening in 2027, likely impacting occupancy during shoulder and low seasons.

Trondheim

Has the market in Trondheim stabilized? Both volume and prices saw significant increases in the first half of 2025, largely driven by the Ski World Championships, which generated substantially more guest nights than typical for the region. May and June also showed positive growth, with a 20% increase in sold rooms, raising hope that the market has turned around. Overall, guest nights increased by 85,000 (+12.3%), split evenly between domestic and international visitors. Despite lower demand during February and March Ski-VM, ADR rose by 12.9% in the first half, with a 23% increase above KPI-adjusted prices overall. Rolling RevPAR increased by 22.1%, now ranking fourth among Norway's eight largest markets. Summer saw strong growth, with guest nights in June and July up 8.8%, driven by international travelers (+43%). Several hotel projects are planned through 2028, though some remain uncertain.



EN VERDISKAPENDE PARTNER FOR EIENDOMSSKAPER OG OPERATØRER

VÅRE TJENESTER

Analyse og rådgivning

Hotelia tilbyr eiendomsselskap og individuelle hotelleiere rådgivning innenfor drift, etablering, forvaltning og investeringer. Våre anbefalinger baserer seg på grundige solid hotellerfaring, eiendomskunnskap, oppdatert markedskunnskap, grundige analyser og utviklede økonomiske modeller.

Utleie og reforhandling

Våre medarbeidere har et omfattende nasjonalt og internasjonalt nettverk av hotelleiere, kjeder og operatører. Søk etter hotелldriver er alltid basert på bransjekunnskap og inngående kjennskap til leieobjektets økonomiske situasjon og markedsposisjon.

Forvaltning

Omsetningsbaserte leiekontrakter krever god og jevnlig oppfølging av leiekontrakten og operatøren. Dette både i forhold til hvordan hotellet, kvalitet, fremtidsutsikter, utvikling og oppgraderinger. En aktiv eier med god kunnskap om hotелldriften, bidrar til økte verdier.

Verdivurdering

Hotelia er spesialist på verdivurdering av hotell og hotelleiendommer. Basert på egne markedsprognoser og en nøye gjennomgang av leiekontrakten vurderer vi selve leiestrukturen, der vi tar høyde for alle betingelser for å estimere eiendommens verdi. Vi gjennomfører grundige markedsbaserte vurderinger for både gårdeiere og operatører.

Interim Management

Hotelia's konsulenter har lang erfaring fra drift av hoteller både nasjonalt og internasjonalt. Vår unike bakgrunn sammen med et bredt nettverk av hotelledere, gjør at vi kan tilby hotelleiendomsselskaper midlertidige management løsninger ved behov. Vi kan fungere som rådgiver for eier og styret i drifts- og kommersielt relaterte spørsmål.

Transaksjon

Hotelia har næringsmeglingsbevilling og vi bistår våre klienter i hele kjøps- og salgsprosessen. Basert på vår hotell- og markedskunnskap kartlegger vi kritiske punkter som kan bidra til hotellets lønnsomhet og verdi. Vår tilnærming i salgsprosessen er å identifisere hva som skaper mest verdi for eier.

Våre medarbeidere



Geir Lundkvist
Partner

geir.lundkvist@hotelia.no
+47 928 87 708



Anders Vatne
Partner

anders.vatne@hotelia.no
+47 926 97 700



Håkon Gaarder-Larsen
Partner

hakon.gaarder-larsen@hotelia.no
+47 476 34 827



Hans Petter Fauchald Taralrud
Analytiker

hans.petter.taralrud@hotelia.no
+47 410 07 268



Kristoffer Aasebø
Advokat

kaa@bullco.no
+47 995 23 554

Hotelia AS

Henrik Ibsens Gate 90

0255 Oslo

Norge

+47 413 84 433

www.hotelia.no



LinkedIn

Disclaimer

This report has been conscientiously prepared by Hotelia AS based on our own research and information either made available to us or acquired during the preparation of the report. Hotelia AS cannot guarantee for the accurateness of the report or for any of the calculations made herein.

Information presented within this report belongs in its entirety to Hotelia. This report cannot in parts or full be redistributed to third parties without the written consent of Hotelia.

The report and our research are based on assumptions and estimates that are uncertain and can vary. All information received from external sources are accepted without verification and assumed to be correct. Additionally, assumptions made regarding customer behaviour and general economic conditions are uncertain.

© Hotelia AS. 2025. All rights reserved.

