

Hotelloversikten

1. kvartalsrapport 2026

Tillegg: April og hittil i år



8. mai 2026

INNHOLDSFORTEGNELSE

| | |
|------------|---|
| Innledning | 3 |
| Forord | 3 |
| Sammendrag | 4 |

| | |
|---------------------------------|----------|
| NORGE TOTALT | 5 |
| Utbredelse av hotellrom i Norge | 6 |
| 1. kvartal | |
| Rombelegg, rompris og RevPAR | 7 |
| Ukedagssnitt | 8 |
| Totalomsetning og gjestedata | 9 |
| 2025/2026 | |
| Rangering av hoteller | 10 |

| | |
|------------------------------|----|
| 1. kvartal | |
| Hotellgjestedøgn fordelt på: | |
| Ferie, konferanse og yrke | 14 |
| Innland og utland | 14 |

| | |
|------------------------------|-----------|
| Vedlegg | 33 |
| Disclaimer | 34 |
| Definisjoner | 35-36 |
| Hotelloversikten | 37 |
| Classic Norway Hotels | 38 |
| Benchmarking Alliance | 39 |
| Wiederstrøm Hotel Consulting | 40 |

| | |
|--|-----------|
| NORSKE BYER | 15 |
| 1. kvartal | |
| Losjioomsetning: RevPAR, rom- pris og rombelegg | 16-18 |
| Hotell-driftskostnader | 19 |
| Pressen om norske byer | 20 |

| | |
|---------|----|
| Mars | 21 |
| Februar | 22 |
| Januar | 23 |

| | |
|------------------------------|----|
| Ekstra: April og hittil i år | 24 |
|------------------------------|----|

| | |
|-----------------|----|
| Forhåndsbooking | 25 |
|-----------------|----|

Der ikke annet er nevnt, er fotos hentet fra Classic Norway Hotels. Til h.: Gloppen Hotell. Forsiden til høyre: Aksjemøllen Boutique-hotell by Classic Norway Hotels, foto Kim André Andersen. Forsidefoto til venstre: Henningsvær Bryggehotell by Classic Norway Hotels.

| | |
|------------------------------|-----------|
| ANDRE NORSKE MARKEDER | 26 |
| 1. Kvartal | |
| Losjioomsetning: | |
| RevPAR | 27 |
| Rompris | 28 |
| Rombelegg | 29 |



| | |
|-----------------------------|-----------|
| NORDEN/SKANDIN. M.M. | 30 |
| 1. Kvartal | |
| RevPAR-nivå og utvikling | 31 |

| | |
|----------------------|----|
| Siste 12 mnd. | |
| Hotelltransaksjoner | 32 |



INNLEDNING

I Hotelloversikten skal man, i tillegg til et øyeblikksbilde (*her: 1.kv.-26*), få innsikt i utviklingstrekk fra de siste årene - illustrert med historisk og helt fersk statistikk. Det gis bakgrunnsstoff om hotellnæringen og definisjoner og forklaringer til viktige bransjebegreper. Vi titter også litt fremover, ved hjelp av «On the Books»-data fra Benchmarking Alliance.

Mye i rapporten handler om driftsdata, og her har omsetningstall en sentral plass. Men vi ser også litt på hotell-driftskostnader, og i den forbindelse er det svært gledelig med samarbeidet med nylig 25-årsjubilant d2o, se side 19.

Hotellbransjen er syklikk, f.eks. gjennom året/sesongene, og vi sammenligner mest med tilsvarende året før, heller enn for eksempel forrige måned, eller sist kvartal. Siden vi denne gang primært lager en 1.kvartalsrapport, er det i stor grad tidligere 1. kvartaler det sammenlignes med. Påskens plassering i kalenderen er dog utfordrende.

Noen få blikk tilbake til 2019 (*før-pandemi*) har vi også.

Som vanlig benyttes data fra Benchmarking Alliance (BA) mest. Her har stor-

byene en dominerende posisjon. Men vi ønsker i større grad enn tidligere å fremheve distriktene, så det presenteres tall fra noen andre slike markeder og småbyer. En del nordiske og baltisk data er tatt med til slutt.

For å analysere utviklingen i Norge best mulig har vi også benyttet gjestedøgn-statistikk fra SSB. Disse tallene er forbundet med usikkerhet. SSB-statistikken omfatter hele den norske bransjen. Benchmarking Alliance har hoteller med rundt 70 000 rom i sin norske base og dette utgjør cirka 75 prosent av samlet norsk hotellromkapasitet.

En del av våre tall er tidligere presentert blant annet i pressen, se et bitte lite utvalg på side 20.

Noe hotelleiendomsstoff presenteres, i form av en transaksjonsoversikt fra Colliers, se i Norden-delen av rapporten.

Hvis det skal refereres til herværende rapport, må korrekt kreditering oppgis.

Nordre Frogner/Oslo, 8. mai 2026
Peter Wiederstrøm

FORORD

I skrivende stund er det streik i reiselivet, og mange hoteller er rammet. Kjernen i konflikten er et krav om at små og mellomstore reiselivsbedrifter skal være bank for Nav og forskuttere sykepenger ved langvarig sykdom. NHO Reiseliv har sagt tydelig nei til dette. Sykepenger utover arbeidsgiverperioden er Navs ansvar, og det kan ikke skyves over på bedriftene. Mange bedrifter har rett og slett ikke administrative ressurser og likviditet til å klare det.

Hotellrapporten fra første kvartal viser et hotellmarked med en noe svakere utvikling. Den solide veksten vi har sett de siste årene, er i ferd med å flate ut. Nå står en ny sesong for døren. Situasjonen i Midtøsten skaper stor usikkerhet for norske reiselivsbedrifter. Vil gjestene komme nå som verden er så urolig? Høye drivstoffpriser, innstilte fly og delvis stengt luftrom kan få store konsekvenser.

I vår medlemsundersøkelse for april svarte nesten 1 av 4 bedrifter at de hadde fått avbestillinger som følge av krigen i Midtøsten, og 13 prosent sa de hadde lavere bookingnivå enn de vanligvis har på denne tiden av året.

Samtidig vet vi at mange hoteller har lav lønnsomhet. Gjennomsnittlig driftsmargin for norske hoteller er på 4 prosent, og de minste hotellene hadde i 2024 en gjennomsnittsmargin på minus 15 prosent. Mange hoteller opplever svært tøffe tider nå. Råvare- og matvareprisene øker kraftig, og i tillegg har næringen fortsatt svært høye strøm- og energipriser, spesielt fordi bedriftene ikke omfattes av Norgespris på strøm. Summen av økte innkjøpskostnader, høyere energipriser og øvrige avgifter gjør at driftskostnadene stiger raskere enn inntektene, og dermed spiser opp allerede lave marginer. I tillegg er det stor usikkerhet knyttet til innføring av turistskatt.

Summen av alt dette gjør at reiselivet ikke kan bære enda en utgift. Derfor sier vi nei til at små og mellomstore bedrifter skal forskuttere sykepenger og være bank for Nav.

Oslo 27. april 2026

Kristin Krohn Devold
Adm.dir.
NHO Reiseliv



SAMMENDRAG

Hotelloversikten på 1-2-3: Rekord, men Noe skjedde i høst, og det har vedvart: Veksten hotellene har opplevd i alle årene etter pandemien har flatet ut.

Hotellopturen flater ut: – En liten «wake-up call»

– Branjen får ta dette som en liten wake-up call, selv om jeg heller på om den har behov for det. Da er det heller alle rundt bordet som bør ta dette på 30-40 sekunder inn i fremtiden, sier hotellrådgiveren Peter Wiederstrøm.



3. febr. 2026

Hotellrådgiver Peter Wiederstrøm. Foto: Gunnar Blinda

Når det er sagt, romprisene er på historisk høyt nivå, det er og RevPAR. Belegget faller litt, men er nesten oppe og nikker på historisk toppnivå. Men tallene vokser altså ikke like mye som før, og 0,7 prosent økning i RevPAR nominelt, betyr nedgang reelt. Dette gjelder samlet for de norske hotellene som rapporterer til Benchmarking Alliance, og det er store differanser mellom markedene, se bl.a. på side 16 og 27. Tirsdager og onsdager er normalt de best belagte ukedagene for vårt store utvalg med hoteller (*storby-dominert*), og i første kvartal er det bildet enda tydeligere.

Total revenue er viktig for hotellene, og TRevPAR følger den vanlige RevPAR, den er opp 0,8 prosent fra 1.kv. i fjor. 61 prosent av 1.kv.-omsetning var losji.



Foto: Gloppen Hotell by Classic Norway Hotels

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Utvalg norske hoteller (totalt ca. 70 000 rom i 2025. Romantallet har vokst hele veien fra 2008) (**) Rompris er losjioverpris eks. MVA per belagte rom. I NOK nominelt (***) RevPAR er losjioverpris eks. MVA per tilgjengelige rom. I NOK nominelt (****) Rombelegg er antall belagte rom i prosent av ant. tilgjengelige rom

I de nordnorske markedene øker RevPAR mest.

Utenlandske gjestedøgn og ferie/fritids trafikken øker.

Norske hotellmarkeder har i årene etter pandemien utviklet seg bedre enn øvrige nordiske, men i det siste har dette bildet endret seg noe.

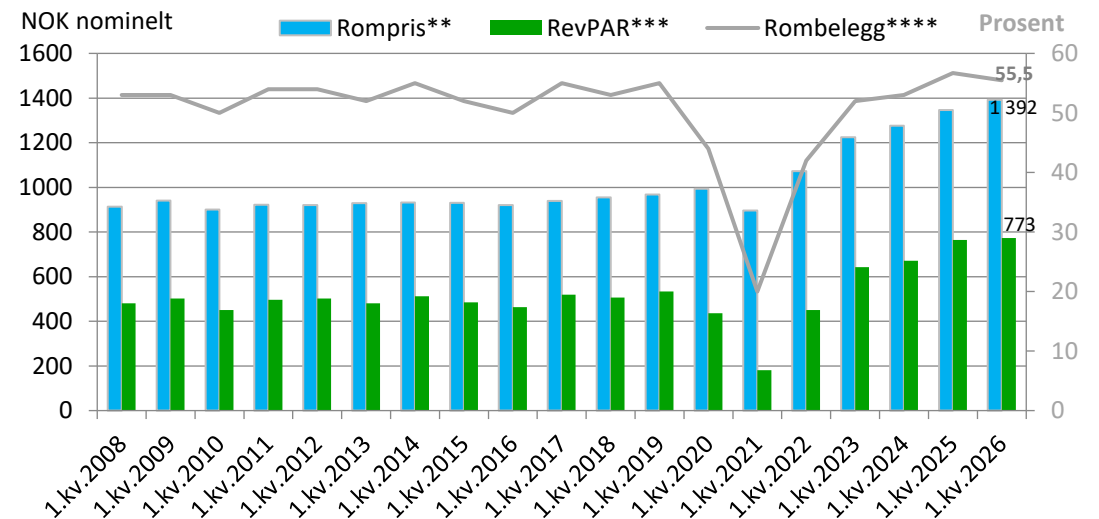
Det norske hotelltransaksjonsmarkedet startet året med tre transaksjoner, tilsvarende 6 prosent av totalvolumet i 1.kvartal – ned fra 14 prosent i 1. kvartal 2025, som i stor grad var drevet av

Midstar-porteføljen, melder Colliers.

Den, for mange hoteller, største kostads-posten, personal, fortsetter å utvikle seg godt, i alle fall for byhoteller som tallene fra d2o primært omfatter.

Basert på gjestetilbakemeldinger på hotels.com, topper Britannia, Amerikalinjen og Charmante Skostredet Hôtel, mens Storfjord Hotel og Walaker Hotell fortsatt topper den norske listen hos The MICHELIN Guide.

RevPAR, hotellrompris og hotellrombelegg 1. kvartal norske hoteller*



Norge totalt

Benchmarking Alliance-tallene innbefatter hoteller med tilsammen rundt 70 000 rom. Flertallet er i byene, primært blant de 10-15 største, og ved stor-flyplassene. I de største byene er deknningen i tall-materialet svært god; ofte 85-95 prosent av det faktiske antallet tilgjengelig hotellrom. Data fra disse markedene vises i kommende bolk. Andre steder i landet er andelen hotellrom som er med i rapporteringen langt lavere. Tall fra disse andre markedene er tema i delen etter by-bolken. SSB opererer for øvrig med et samlet antall rom i Norge på ca. 90 000, varierende gjennom året. Benchmarking Alliance har i overkant av $\frac{3}{4}$ av dette antallet i sin data-base.



Molde Fjordhotell – by Classic Norway Hotels

UTBREDELSE AV HOTELLROM I NORGE

SSB opererer med ulikt antall hotellbedrifter gjennom året. Hoteller som stenger ned i perioder, for eksempel sesongåpne hoteller, blir i de periodene tatt bort fra beregningsgrunnlaget.

Feil i statistikken kan forekomme, og dessuten kan vi i det minste ane at definisjonen SSB har satt på «hotell», se side 35, kan bidra til feilkategorise-

| Fylke | Antall hotellrom* |
|----------------|-------------------|
| Oslo | 15 043 |
| Vestland | 14 038 |
| Akershus | 8 705 |
| Trøndelag | 7 879 |
| Innlandet | 7 781 |
| Rogaland | 6 498 |
| Nordland | 6 331 |
| Buskerud | 4 690 |
| Møre og Romsd. | 4 313 |
| Troms | 4 035 |
| Agder | 3 959 |
| Vestfold | 3 835 |
| Finnmark | 2 333 |
| Telemark | 2 303 |
| Østfold | 1 929 |
| Svalbard | 494 |

ring. I våre oppstillinger her på siden har vi lagt til grunn maksimalkapasiteten på gjesterom registrert gjennom 2025. Totalt for landet oppgis ant. hotellrom å være 93 227 som maksimalt. Kilde: SSB, presentert av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Basert på antall hotellrom i den måneden med høyest rom-kapasitet gjennom år 2025.

Antall hotellrom* i utvalgte markeder

| | |
|----------------------|--------|
| Tromsø | 2 673 |
| Lofoten | 1 267 |
| Bodø | 1 751 |
| Trondheim | 4 809 |
| Bergens regionen | 7 993 |
| Lillehammerregionen | 2 404 |
| Oslo | 15 043 |
| Stavanger | 5 053 |
| Asker-Bærum | 1 871 |
| regionen | 849 |
| Drammensregionen | 849 |
| Sandefjord-Larvik | 2 830 |
| Arendal-Grimstad | 716 |
| Kristiansandregionen | 2 158 |

Maksimalt antall hotellrom, nasjonalt, i 2025, 93 227 (i august), indikerer at det ikke var særlig vekst fra 2024. I



Finnøy Bryggehotell – by Classic Norway Hotels

Benchmarking Alliance sin base er den «nasjonale» veksten i utvalget (består av hoteller med til sammen 70 000 rom) på 1,5 prosent fra 2024 til 2025, og da for tolv måneder.

I **første kvartal 2026** er veksten i antall tilgjengelige hotellrom 1,2 prosent i følge Benchmarking Alliance.

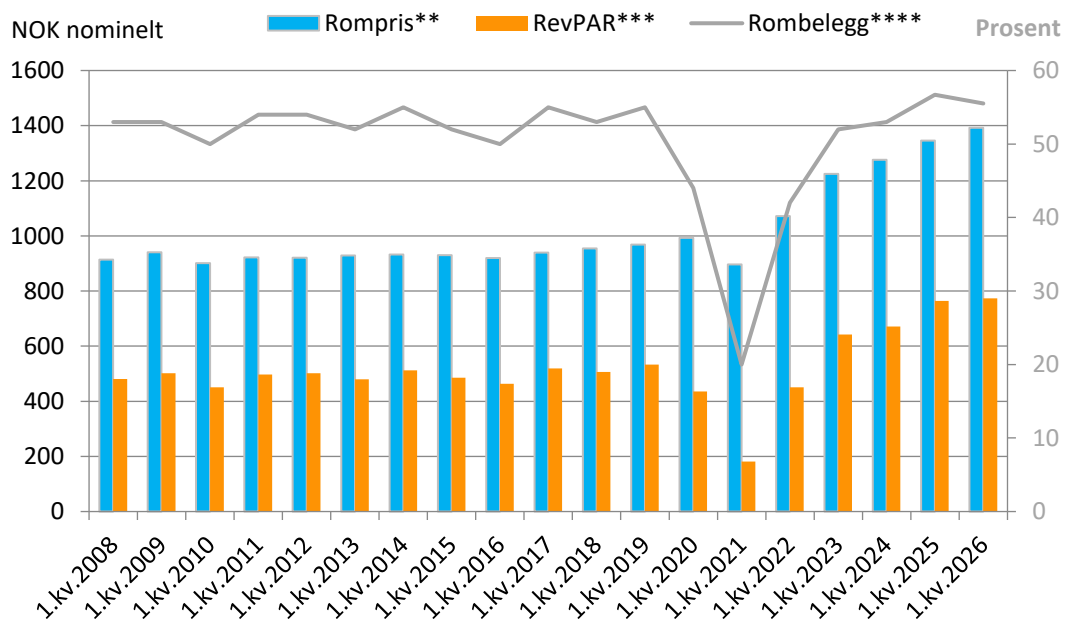


1. KVARTAL: REVPAR, ROMPRIS OG ROMBELEGG

Hotellstatistikk kan tolkes på mange måter. På den ene siden; rompris, RevPAR og til dels rombelegg er historiske høyt, til et 1. kvartal å være, se kombinasjonsdiagram under. Samtidig opplever bransjen en utføling, se stolper til høyre, og delvis nedgang, se beleggslinje under. Utviklingen kan nok ikke karakteriseres som alvorlig, men mer som påminnelse om at ingenting

vokser evig. Rombelegget endte på 55,5 prosent i årets første kvartal, som er ned 2 prosent fra 1. kvartal i fjor, mens romprisen ble NOK 1 392 – opp 2,8 prosent nominelt. RevPAR beløp seg til NOK 773 som er en vekst nominelt på 0,7 prosent. Når vi vet at den generelle prisstigningen (*inflasjon*) er langt over dette, skjønner vi at hotellene reelt sett kommer dårligere

RevPAR, hotellrompris og hotellrombelegg 1. kvartal norske hoteller*

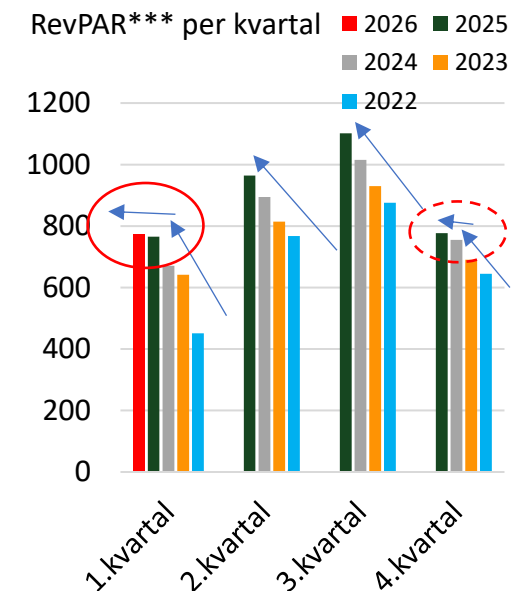


ut omsetningsmessig. Antall solgte hotellrom var ned 0,9 prosent fra første kvartal i fjor.

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Utvalg norske hoteller (totalt om lag 70 000 rom i 2026) (**) Rompris er losji-omsetning eksklusiv MVA per belagte rom. I NOK nominelt (***) RevPAR er losjiomsetning eks. MVA per tilgjengelige rom (****) Rombelegg er antall belagte rom i prosent av antall tilgjengelige rom



Borregaard Hovedgård – by Classic Norway Hotels



UKEDAGSSNITT I 1.KVARTAL

Med data fra Benchmarking Alliance har man unike muligheter for tall-uttrekk. Daglig innrapportering betyr at det kan kjøres uttrekk med daglige tall, hvilket gjør at man både kan måle gjennomsnitt per ukedag, en enkelt dag eller utvalgt periode. Noen eksempler følger her på siden (snitt per ukedag).

Et «klassisk» ukedagssnitt for rombelegg finner vi i diagrammet til v. under: Søndag er svakest, tirsdager og onsdager på topp, samt fredager og lørdager som overgår/tangerer mandager og torsdager. Rompris og rom-

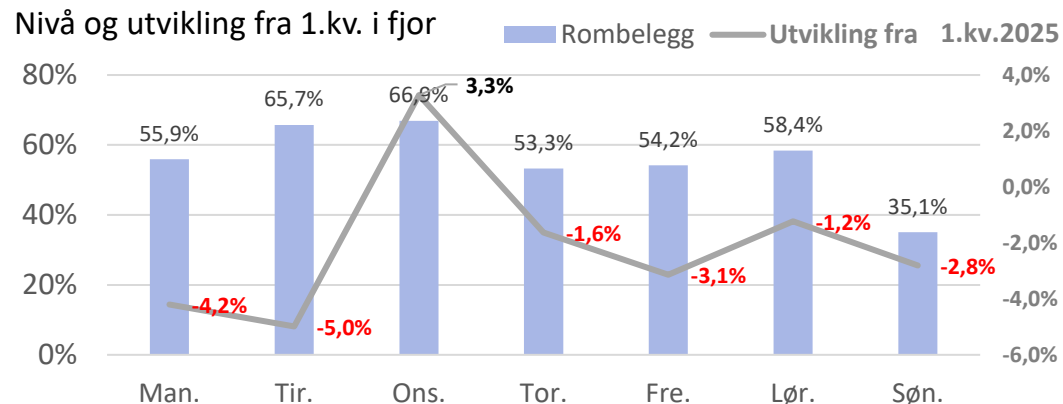


belegg har en tendens til å «følge» hverandre, og det betyr at høyt belegg ofte gir høye priser. Og det er tirsdager og onsdager som også her leder an, med søndag på bunn, men med mer jevnhet mellom ukedagene enn tilfellet er for rombelegg.

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Rombelegg er antall belagte rom i prosent av antall tilgjengelige rom (**) Utvalg norske hoteller (totalt om lag 70 000 rom i 2026) (***) Rompris er losjiovernatt eksklusiv MVA per belagte rom. I NOK nominelt

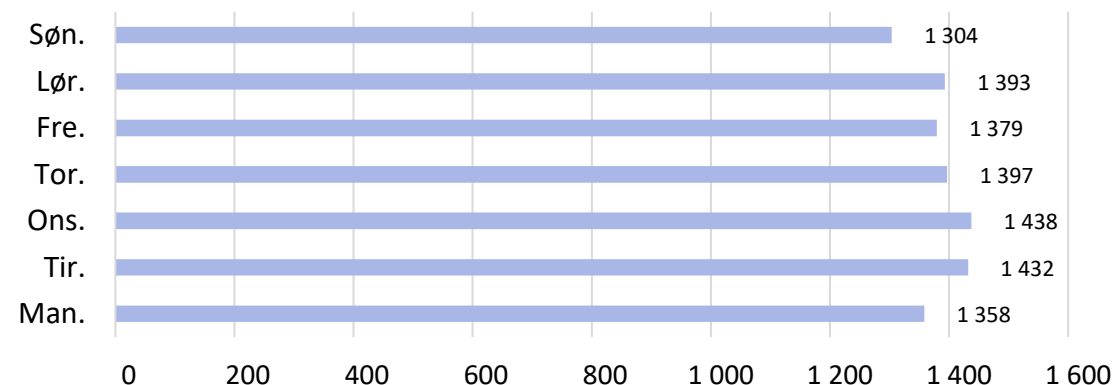
Angvik Gamle Handelssted (foto) på Nordmøre eies og driftes av Classic Norway Hotels.

Rombelegg* i Norge** - Snitt per ukedag i 1.kvartal 2026



Hotellrompris*** - Snitt per ukedag i 1.kvartal 2026, Norge**

NOK nom.



TOTALOMSETNING OG GJESTEDATA

Eksempler på annen hotellomsetning er salg av mat og drikke, møterom-leie, SPA- og badeinntekter og kiosksalg.

Benchmarking Alliance registrerer slik omsetning for norske hoteller med tilsammen ca. 49 000 rom.

Her er noen funn fra første kvartal 2026 (målt mot tilsv. i 2025):

| | |
|---------------|---------------------|
| TRevPAR* | NOK 1 286 (+ 0,8 %) |
| TRevPS** | NOK 25 (+3,5 %) |
| TRevPG*** | NOK 1 608 (+0,2 %) |
| Bed Occ-%**** | 39,1 % (+1,5 %) |

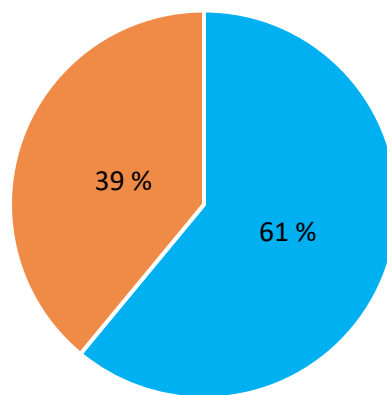
Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting. Se forklaringer oppe til høyre.



Mori, en av flere restauranter på The Well.

Fordelingen 61-39 (kake) er nesten helt lik tilsvarende for 1.kvartal 2025.

Miks hotell-omsetning 1. kv. 2026 Norske hoteller*****



■ Losjioomsetning
■ Annen hotellomsetning



Møte- og styrerom på The Well

Høyest beleggprosent på senger er naturlig nok i helg (fredager og lørdager). Lørdag 14. februar var den dagen i første kvartal 2026 med høyest sengebeleggsnivå totalt for det norske utvalget med hoteller. Da var seks av ti hotellsenger belagt.



Nordens største SPA finner man på The Well.

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Total-omsetning per tilgjengelig rom (**) Total-omsetning per tilgjengelige kvadratmeter per dag (***) Totalomsetning per gjest. Alle de tre siste er i NOK eksklusiv MVA og i nominelle verdier (****) Beleggsprosent senger, altså antall belagte senger i prosent av antall tilgjengelige senger (*****). Hoteller med til sammen ca. 49 000 rom og 99 000 senger.



The Well - partnerhotell av Classic Norway Hotels

RANGERING AV HOTELLER

Det finnes et utall rangeringer, kåringer, utmerkelser og annet som omfatter hoteller, og det er umulig å få med alt i denne rapporten. Vi har, under noe tvil, landet på The MICHELIN Guide, Grand Travel Awards og Hotels.com.

Tips oss gjerne om alternativer til disse og begrunn hvorfor de bør tas med.

The MICHELIN Guide 2025 har med 29 norske hoteller, av disse er det 13 som har fått tildelt «nøkler». Oppføringene gjaldt også i første kvartal 2026:

2 nøkler («An exceptional stay»):

Storfjord Hotel (venstre foto over) og Walaker Hotell (fotos i midten, under).

1 nøkkel («A very special stay»):

Boen Gård, Juvet Landskapshotell, Manshausen (foto til h.), Eilert Smith Hotel (foto s.12), Britannia Hotel (foto s. 11), Union Hotel Øye, Hotel Continental, Amerikalinjen (foto s.11), Sommerro, Hotel Brosundet og Elva Hotel.

Hoteller uten nøkler, men med omtale («A high quality stay»):

The Well, The Thief, Bergen Børs Hotel, Lily Country Club, Lilløy Lindenberg,

Hotel Victoria, Zander K Hotel, Hotel Christiania Teater, Hattvika Lodge (foto til h.), Bekkjarvik Gjestgiveri, Nusfjord Village & Resort, Karl Johan Hotel, Thon Partner Stavanger Forum Hotel, Gamla Værket Gjæstgiveri & Tracteringssted, Radisson Blu Atlantic Hotel og Ydalir Hotel.

Den ferskeste Grand Travel Awards var merket 2026, men de nominerte

Walaker Hotell (foto) markedsføres bl.a. som Norges eldste hotell (fra 1640). Det ble 2 nøkler i The MICHELIN Guide 2025 (gjaldt også i 1.kv.2026), som betyr en eksepsjonell hotell-opplevelse verdt en reise i seg selv.



Storfjord Hotel med to nøkler i The MICHELIN Guide 2025 (gjaldt også i 1.kv.2026). Vaga Foto

ble plukket ut høsten i fjor. Arrangementet gikk av stabelen i januar i år og vi tar det derfor med her i 1.kvartals-



Hattvika Lodge med omtale i The MICHELIN Guide 2025 (gjaldt også i 1.kv.2026).



Børge Ousland fester Michelin-skiltet med nøkkel på veggen på sitt Manshausen.

rapporten. De nominerte til «Årets hotell i Norge» var:

Sommerro, **Britannia Hotel (vinner)**, Hotel Continental, Wood Hotel Bodø, Hotel Brosundet, Støtvig Hotel, Henningsvær Bryggehotell.

RANGERING AV HOTELLER, forts.

Status per årsskiftet 2025-2026

| 9.8 | Antall vurd. | |
|--------------------------|--------------|------|
| Britannia Hotel | Trondheim | 1215 |
| Amerikalinjen | Oslo | 874 |
| Charmante Skostredet | | |
| Hôtel (NY) | Bergen | 488 |
| 9.6 | Antall vurd. | |
| Hotel Bristol | Oslo | 1037 |
| Thon Hotel Rosenkr. | Oslo | 1004 |
| Hotel Continental | Oslo | 1000 |
| Opus XVI | Bergen | 1000 |
| The Well Spa & Hotel | Kolbotn | 721 |
| Hotell Frøya | Frøya | 564 |
| Valldal Fjordhotell - by | | |
| Classic Norway Hotels | Valldal | 449 |
| Hjelle Hotel (NY) | Hjelledalen | 404 |
| 9.4 | Antall vurd. | |
| Karl Johan Hotel | Oslo | 2472 |
| Sommerro (NED) | Oslo | 1295 |
| Rad. RED Oslo Økern | Oslo | 1216 |
| Thon Hotel Storo (NED) | Oslo | 1208 |
| Clarion Hotel Oslo | Oslo | 1106 |
| Aksjemøllen-by Classic | | |
| Norway Hotels | Lillehammer | 1006 |
| Quality Hotel Ramsalt | Bodø | 1006 |
| Quality Hotel Prinsen | Trondheim | 1004 |
| Hotel Brosundet | Ålesund | 1001 |
| Hotel Victoria | Stavanger | 1000 |

| 9.4 forts. | Antall vurd. | |
|--------------------------|--------------|------|
| Thon Hotel Stavanger | Stavanger | 1000 |
| Losby Gods | Lørenskog | 923 |
| Home Hotel Helma | Mo i Rana | 850 |
| Ydalir Hotel (NED) | Stavanger | 627 |
| Skostredet Hotel | Bergen | 575 |
| Erzscheidergarden | Røros | 487 |
| Gaustadblakk Fjellresort | Rjukan | 452 |

| 9.2 | Antall vurd. | |
|--|--------------|------|
| Radisson BLU Caledonien Hotel | Kr. sand | 2052 |
| Thon Hotel Opera | Oslo | 1704 |
| Clarion Hotel Tr.heim | Trondheim | 1171 |
| Quality Hotel River Station | Drammen | 1010 |
| The Thief | Oslo | 1007 |
| Thon Hotel Maritim | Stavanger | 1006 |
| Thon Hotel Cecil | Oslo | 1005 |
| Thon Hotel Orion | Bergen | 1004 |
| Hotel Oleana (NED) | Bergen | 1004 |
| Home Hotel Hammer | Lillehamm. | 1003 |
| Saga Hotel | Oslo | 1003 |
| Thon Hotel Bristol | Bergen | 1001 |
| Molde Fjordhotell by | | |
| Class. Norw.Hotels (NY) | Molde | 1001 |
| Thon Hotel Rosenkr. | Bergen | 1000 |
| Clarion Hotel Bergen Air- port Terminal | Bergen | 1000 |

| 9.2 forts. | Antall vurd. | |
|-------------------------------|--------------|------|
| Home Hotel Havnekontoret | Bergen | 1000 |
| Mandal Hotel (NY) | Mandal | 1000 |
| Home Hotel Folketeateret (NY) | Oslo | 1000 |
| Scandic Sortland | Sortland | 984 |
| Thon Hotel Arendal | Arendal | 959 |
| Hotell Jæren | Bryne | 914 |
| Thon Hotel Nordlys | Bodø | 868 |
| Hotel 1904 | Ålesund | 865 |
| Thon Hotel Alta | Alta | 821 |
| Rosfjord Strandhotell | Lyngdal | 801 |
| Thon Hotel Kirkenes | Kirkenes | 788 |
| Hotel No13 | Bergen | 756 |
| Bryne Hotell | Time | 670 |
| Thon Hotel Lofoten | Svolvær | 664 |
| Lily Country Club (NED) | Kløfta | 663 |
| Sundvolden Hotel | Hole | 609 |
| Lysebu | Oslo | 549 |
| Clarion Hotel Air | Sola | 519 |
| Wood Hotel Bodø | Bodø | 500 |

over er satt opp ved årsskiftet 2025-2026. En del hotellnavn kan være feilstavet el. forkortet. Karakter-skalaen har sitt toppunkt på 10. Vi tar bare med de med score fra 9.2 og opp. Nedre grense her er 400 vurderinger, men se på neste side for hoteller med 100-399. Meld fra om feil til peter@wiederstrom.com. Takk!

Hotels.com (Expedia) er en portal der man bl.a. kan søke etter hoteller og bestille rom.



Britannia Hotel, Tr.heim, foto: Nina Otterbech



Amerikalinjen, Oslo, foto: Peter Wiederstrøm

Charmante Skostredet Hôtel, Bergen
Foto Sondre Prestegard

Det er hoteller som ikke vurderes hos Hotels.com, og det finnes hoteller som p.g.a. fullbooking eller sesongnedstenging ikke gir treff. End-

ringer fra den forrige utgaven av tabellen (i 1.halvårsrapp., gjengitt i 3. kvartals-rapporten), er markert med OPP, NED OG NY. Tabellen

Status per årsskiftet 2025-2026

KÅRINGER OG RANGERING AV HOTELLER, forts.

Den nedre grensen på 400 gjestetilbakemeldinger (på s.11) gir «over-representasjon» av bl.a. storby-hotellene som gjennomgående har større gjestevolum. Derfor lister vi opp noen mindre hoteller, «nye» hoteller og distrikts-/små-byhoteller m.m. som scorer 9,2 eller høyere, med **+100 anmeldelser**. Endringer fra den forrige utgaven av oversikten (i 1.halvårs-rapporten, gjengitt i 3. kvartals-rapporten), er markert med OPP, NED OG NY.

**10**

Eilert Smith Hotel, Stavanger, foto nest lengst til høyre, 121 anmeldelser.

9.8

Blåtind Boutique Hotel, Stordal, (foto til h.) 224, Quality Hotel Richard With, Stokmarknes, 275, Angvik Gamle Handelssted - by Classic Nor-

way Hotels, 176, Henningsvær Bryggehottell – by Classic Norway Hotels (NY, fotos til v. og under), 138, Nusfjord Village & Resort (OPP), 136



Henningsvær Bryggehottell – by Classic Norway Hotels, foto over og til venstre.

9.6

Thon Hotel Svolvær, 344, Andenes Suite Hotel 143, The Dock 69°39 by Scandic (NY), Tromsø, 103

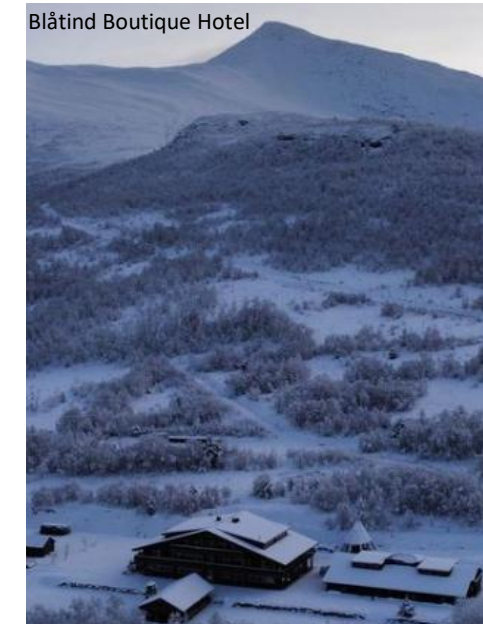
9.4

Dovregubbens Hall, Dombås 396, Gamlebyen Hotell Fredrikstad, 391, Home Hotel 1624, Kongsberg, 389, Thon Hotel Fosnavåg, 380, Nyvågar Rorbuhottell - by Classic Norway Hotels, 280, Dalen Hotel, 229, Lavik Fjord Hotel & Apartments 222, Bek-

kjarvik Gjestgiveri, 165, Sommarøy Arctic Hotel (NY), 162, Håholmen – by Classic Norway Hotels, 156

9.2

Hovde Gård, Brekstad 345, G-Kroen, Magnor, 334, Hotel Park, Bergen, 333, Lampeland Hotel (NY), Flesberg, 302, Hjorten Hotell, Hitra 299, Quality Hotel Harstad 294, Hotel Norge, Lillesand, 262, Hovdestøylen, Bykle 233, Tollboden Hotell og Restaurant - Unike Hoteller 231, Skarsnuten Mountain Resort & Spa, Hemsedal, 219, Hofslund



Fjord Hotel, Sogndal, 206, Hustadvika Havhotell – by Classic Norway Hotels, 197, Granavolden Hotel og Gjestgiveri 191, Vollan Gjestestue, Balsfjord, 163, Fjærland Fjordstove Hotell, 125, Kjerringøy Bryggehottell (NY) 121

Eilert Smith Hotel (foto til v.) er eneste norske hotell med over 100 Hotels.com-reviews som (per årsskiftet 2025/2026) står med 10 i score. Foto: R. Hjortshøj

WIEDERSTRØM HOTEL CONSULTING - ET BREDT SPEKTER AV RÅDGIVNINGSTJENESTER INNEN HOTELL OG REISELIV

For tiden jobbes det blant annet med følgende:



Samarbeidspartnere i oppdrag:

SP: SP Hospitality (*Sondre Prestegard*),
Tiger: Tiger Næringsmegling, Tromsø

Det har vært jobbet med siste året:

Enkel hotelletableringsundersøkelse i Lofoten

Rådgivning i forbindelse med utvidelsesplaner for hotell i Akershus

Omsetningsanalyse og leienivå-vurdering for hotell i Innlandet

Leietakersøk, hotell i Finnmark

Etableringsundersøkelse hotell i Bergen

Diverse analyser og markedsoversikter

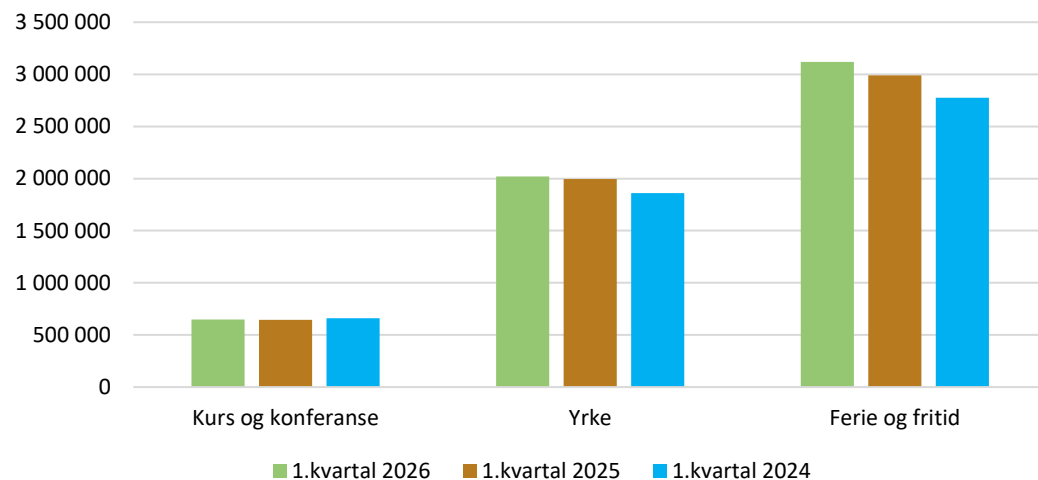
Bistand til utforming av pressemeldinger

Vil du ha info om disse oppdragene eller har prosjekter du ønsker bistand med, ta kontakt på 913 90 269 eller peter@wiederstrom.com

www.wiederstrom.com

HOTELLGJESTEDØGN FORDELT PÅ FERIE-KONFERANSE-YRKE OG PÅ INNLAND-UTLAND

Hotellgjestedøgn 1. kvartal, Norge



Her måles det personer, og ikke rom som vi i det foregående la til grunn for bl.a. rombelegg. **Tallene er erfaringsmessig unøyaktige.** Data er basert på innrapportering fra samtlige norske hoteller. Når det gjelder konferanse, fanger ikke statistikken opp dagmøter. Fin vekst innen ferie/fritid de siste to årene, mens innen KK har 2026-utgaven av første kvartal litt lavere nivå enn tilsvarende i 2024. Noe opp fra -25. Totalt for alle tre formålene er økning-



Foto: The Well Salen

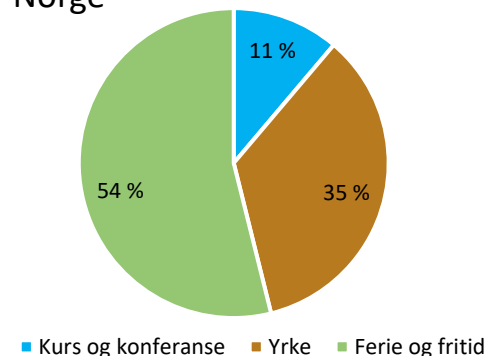
en fra 1. kvartal 2025 til 1. kvartal i år 2,8 prosent. Fordelingen i kakediagrammet (*til v. under*) er for øvrig helt lik det den var i første kvartal i fjor.

Før pandemien

Antall KK-gjestedøgn i første kvartal i år var 14 prosent lavere enn i første kvartal 2019. Tilsvarende for yrke var -0,2 prosent, mens innen ferie/fritid er veksten på 41 prosent!

Kilde: SSB, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting. Hotellgjestedøgn er antall gjester i «døgn-ekvivalenter». Én gjest i to døgn blir to gjestedøgn. Alle norske hoteller inngår. Gjelder perioden er 1/1-31/3 alle år.

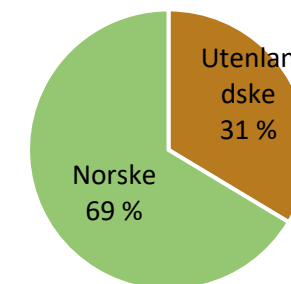
Hotellgjestedøgn 1. kvartal 2026 Norge



Utenlandstrafikken vokser

1.kvartal bød på vekst i utenlandske hotellgjester både i antall (+12 %) og andel av totalen, fra tilsv. i 2025.

Hotell-gjestedøgn i Norge, 1. kvartal 2026



Tilsvarende prosent-fordeling i første kvartal i 2025 var 71-29.

Den norske trafikken er - 0,9 prosent.



Rv7 Hardangervidda, populær blant utenlandske turister, foto Peter Wiederstrøm

Kilde:

Norske byer

Denne bolken har i «alle år» blitt omtalt som storbyer, fordi de største byene i Norge er med. Oversikten inneholder 12 markeder, og i nedre del av listen finner vi byer som – ut fra folketall – kanskje ikke naturlig hører til under betegnelsen storby.

Samtidig er det andre og til dels større byer som av ulike grunner *ikke* inngår. Årsaken kan være at det er for få hoteller i disse byene, andelen som rapporterer til Benchmarking Alliance er for lav eller det er aktører som er for dominerende konkurransemessig til at man kan fremstille data. Drammen er ett eksempel på sistnevnte, med sine tre Strawberry-hoteller. Enn så lenge. Thon/Norlandia er på vei inn.

Og for ordens skyld: Byhotellene inngår selvsagt også i tallene for «Norge» (*forrige bolk*), og dominerer der sammen med til dels flyplass-hotellene. Hotellene rundt den største av lufthavnene; Gardermoen (*i all hovedsak er det Ullensaker kommune*), fremstilles det separate data fra. Dette er landets femte største hotellmarked, det er tilknyttet hovedstaden og inkluderes derfor i by-oversiktene.



Aksjemøllen Boutiquehotell ligger sentralt i Lillehammer sentrum. Hotellet drives av Classic Norway Hotels.

Kristiansand

Sørlandsbyen har vært utelatt fra våre oversikter en tid. Årsaken er at det har vært endringer i datagrunnlaget ved at ny romkapasitet er kommet til. Den nye kapasiteten har av flere grunner gjort sammenligninger fra tidligere år utfordrende. Fra nå viser vi data kun fra hotellene i sentrum.

NORSKE BYER: LOSJOMSETNING – REVPAR, ROMPRIS OG ROMBELEGG

Påskens «ugunstige» plassering i kalenderen for disse, stort sett storbyhoteller, spiller ørlite inn på kvartalstallene, generelt sett.

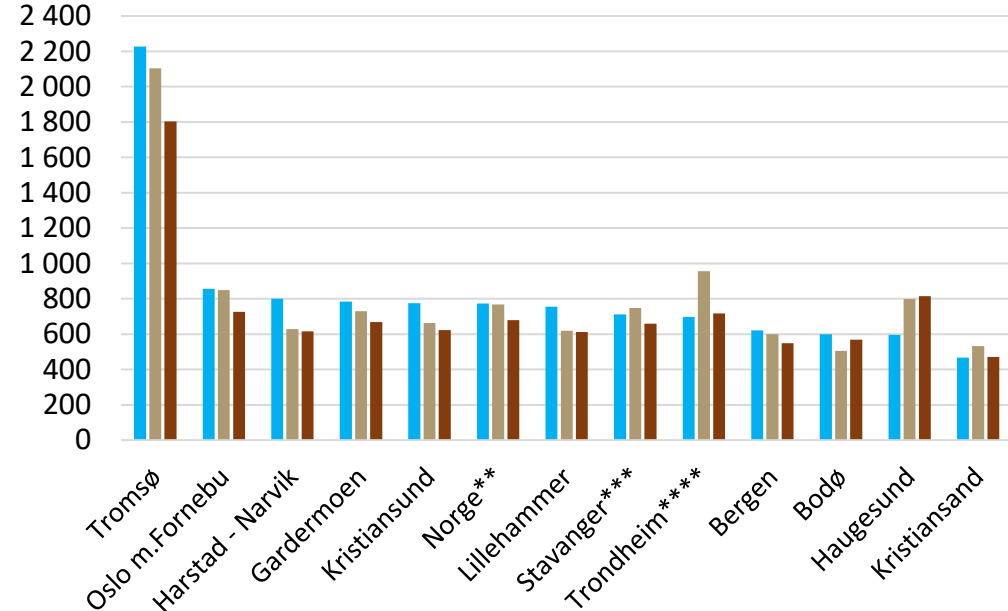
Det er «nordlys-sesong» i hele første kvartal. Så Tromsø troner ikke uventet i toppen her i år med en RevPAR på hele NOK 2 227. Det er langt over dobbelt så høyt som nummer to på listen; Oslo (856). Veksten fra i fjor i Tromsø er på forholdsvis moderate 5,9 prosent, se kartet, men vi ser at veksten fra åpningskvartalet i 2024 er på over NOK 400! Les om stor kapasitetsvekst i Tromsø på side 18.

Fire av de 12 storbymarkedene har fall i RevPAR, nominelt. Blant disse finner vi Trondheim, inklusiv flyplasshoteller,



Hotell-RevPAR* 1.kvartal

NOK nom.



som har en nedgang på hele 27 prosent. Denne droppen kan nesten utelukkende forklares med ski-VM i fjor, men vi ser av stolpediagrammet at RevPAR også er lavere, nominelt, enn

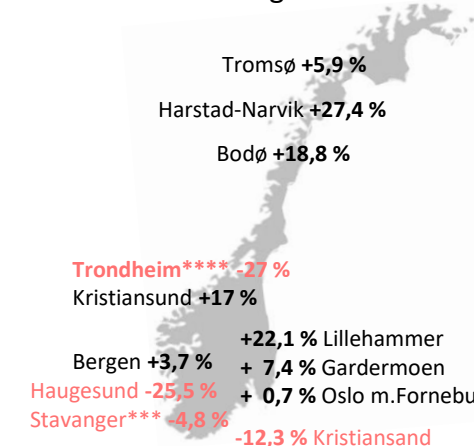
Dobbeltrom på Aksjemøllen Boutiquehotell by Classic Norway Hotels i Lillehammer sentrum. Også foto oppe til høyre.

tilsvarende i 2024. Da var størstedelen av påsken i mars. Vi merker oss ellers økningen i Harstad-Narvik. I andre markeder er det noen kapasitetsøkninger som spiller inn, se mer på s. 18.



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederström Hotel Consulting (*) RevPAR er losji-omsetning eks. MVA per tilgjengelige rom (**) Norske hoteller med tils. ca. 70 000 rom (***) Stavanger er inkl. Sola og Sandnes (****) Trondheim er inklusiv flyplass-hoteller

RevPAR*-utvikling fra 1.kv. 2025:



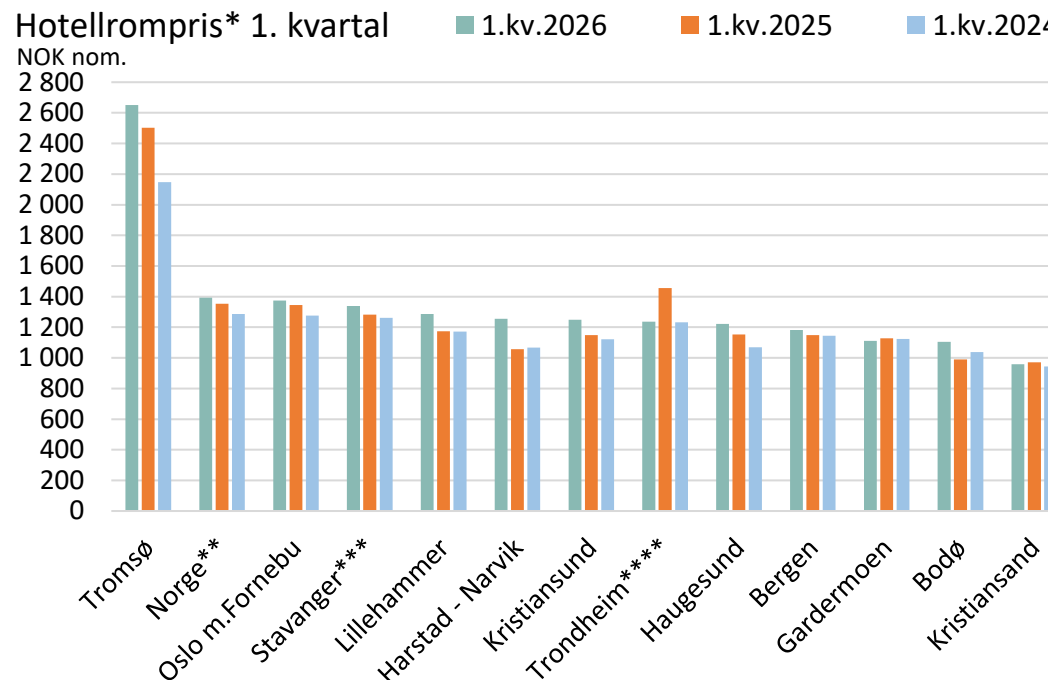
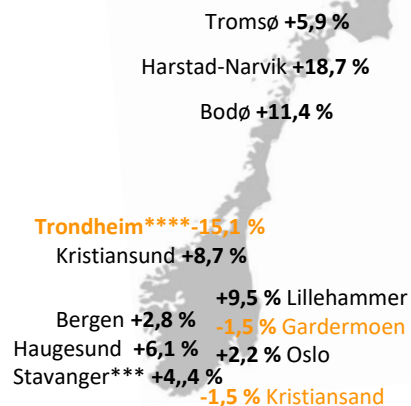
NORSKE BYER: LOSJOMSETNING – REVPAR, ROMPRIS OG ROMBELEGG , forts.

I ni av disse 12 markedene steg romprisene nominelt fra første kvartal i fjor. Romprisene i Tromsø var dobbelt så høye som i Trondheim.

Kristiansand var eneste storbymarked med under NOK 1 000 i rompris.

Prisene i Haugesund økte tross massivt fall i rombelegg. Etter ski-VM og toppnivå på rompris i Trondheim i fjor, er man nå nede på samme nivå som i 2024, nominelt. Gardermoen har noen år bak seg med beleggsvekst i 1. kvartal, uten at romprisene virker å følge etter.

Romprisutvikling i 1. kvartal 2026, fra 1. kvartal 2025, nominelt.



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Rompris er losjioinsetning eks. MVA per belagte rom, altså utenom frokost og «moms». I NOK nominelt (**) Norske hoteller med tilsammen 70000 rom (***) Stavanger er inklusiv Sola og Sandnes (****) Trondheim er inklusiv flyplass (Stjørdal)

Fra uteserveringen ved Vinbaren (til v.) på Molde Fjordhotell (fasade over) by Classic Norway Hotels. Foto: Classic Norway Hotels. Molde inngår for øvrig ikke på vår storby-oversikt.

NORSKE BYER: LOSJOMSETNING – REVPAR, ROMPRIS OG ROMBELEGG , forts.

Seks av disse 12 markedene har beleggsfall fra første kvartal i fjor til første kvartal i år, men tre av de med nedgang har like høyt eller høyere rombelegg enn i første kvartal 2024. Åtte av storbymarkedene har vekst i antall solgte rom, men det er også

økning i hotellromkapasiteten, til dels stor, i flere. I Tromsø er veksten i antall hotellrom 11,8 prosent, en økning markedet så å si absorberte. Hele 11,7 prosent flere rom ble solgt. Både i Haugesund og Kristiansand klarte hotellene ikke å fylle opp ny rom-kapa-

Hotellrombelegg* 1. kvartal

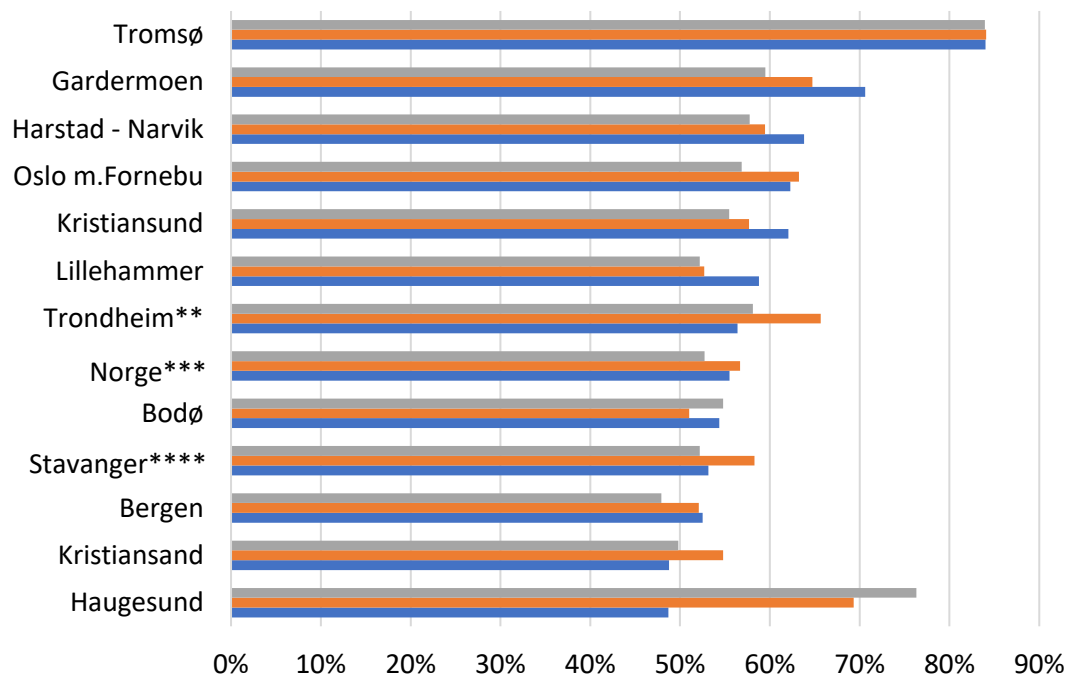
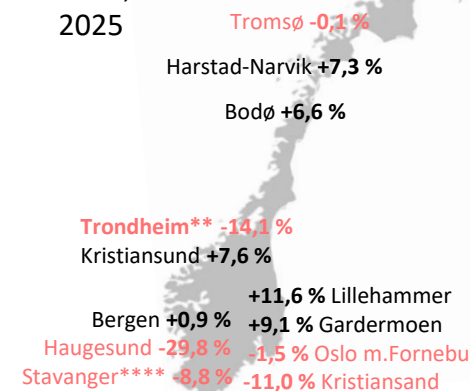


Foto: The Well som ligger rett utenfor Oslo og inngår i vårt Oslo-marked. Dette er et partnerhotell til Classic Norway Hotels.

sitert, heller tvert om, for der falt antall solgte rom. Spesielt i Haugesund ble «landingene» tøff, med 14,5 prosent flere rom i kombinasjon med et fall i antall solgte rom på hele 19,6 prosent.

Kilde: Benchmarking Alliance, bearb. av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Belegg er antall belagte rom i prosent av ant. tilgjengelige rom (**) Trondheim er inklusiv flyplass (***) Norske hoteller med tilsammen 70 000 rom(****) Stavanger er inklusiv Sola og Sandnes

Rombeleggsutvikling i 1. kvartal 2026, fra 1. kvartal 2025



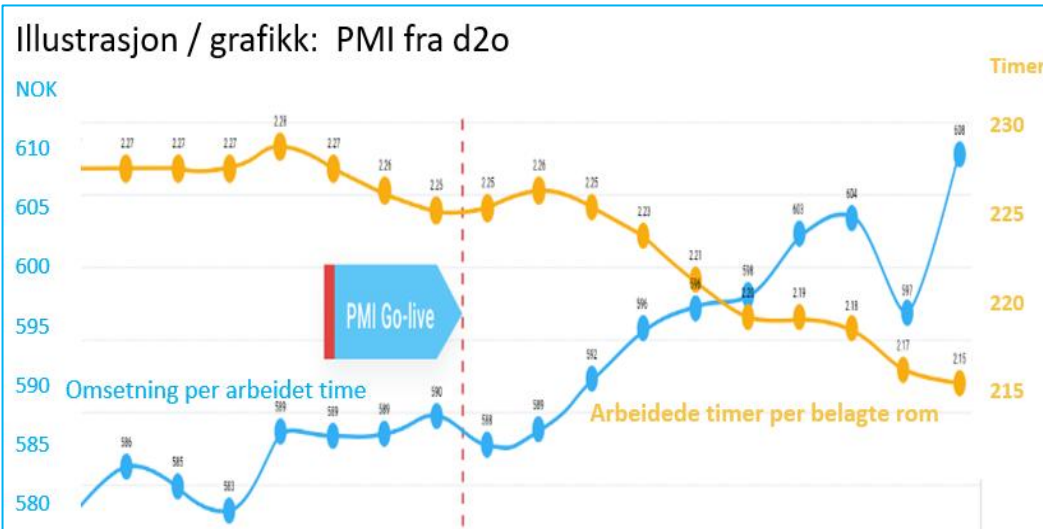
HOTELL-DRIFTSKOSTNADER

Hotellstatistikk og –data handler i stor grad om inntektssiden av hotell-drift.

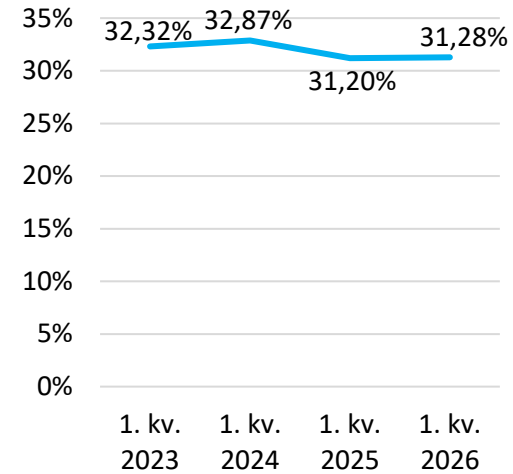
Dette ønsker vi å gjøre noe med i Hotelloversikten, og til det behøver vi input fra den ledende aktøren innen måling, analyse og benchmarking av blant annet hotell-kostnader i Norden; d2o.

Deres PMI-system er markedsledende og anvendes bredt blant annet av hoteller, hotell-kjeder og gårdeiere.

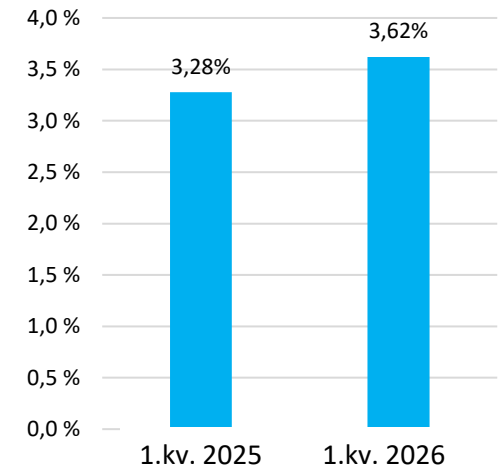
Omsetning og produktivitet er svært sentrale begreper for alle som er involvert i hotell-drift, og det er viet mye oppmerksomhet i PMI. Under ser vi en illustrasjon der man måned for måned kan lese av omsetning per arbeidet time (blå linje) og arbeidede timer per belagte rom. Poenget her er at man ved å anvende PMI kan bidra til å oppnå et bilde som dette, altså å få omsetning per arbeidede time opp og arbeidede timer per belagte rom ned, samt å få gjestetilfredsheten opp ved å bemanne rett ressurser til rett tid.



Personalkostnader 1. kvartal



Energikostnader 1. kvartal



Young N. Nguyen



Selskapet ble grunnlagt av adm. dir. Young N. Nguyen i 2000. Hovedkontoret er i Norge og man er representert i Sverige, Tyskland, Frankrike, Spania, England, Ukraina, USA, Sør-Afrika, Kina, India og Vietnam.

Om data-utvalget og perioder

Bak dataene står 105 hoteller, primært beliggende i de fem største norske byene.

Vi tar for oss perioden 1.januar – 31. mars 2026 og tilsvarende for de andre årene.

I første kvartal er det normalt forholdsvis høye personalkostnader; alle de siste tre hele årene er dette det kvartalet med høyest p-kost målt av omsetning.

PRESSEN OM NORSKE BYER – Artikler (lite utvalg) med medvirkning fra Wiederstrøm og Benchmarking Alliance

Hotelloppturen flater ut: – En liten «wake-up call»

Mens nordlysturismen fyller stadig flere hotellrom i nord, opplever bransjen tøffere tider i sør.



– Bransjen får ta dette som en liten «wake-up call», selv om jeg tviler på om den har behov for det. Da er det heller alle rundt omkring som kan ha nytte av å se at ikke alt vokser inn i himmelen, sier hotellrådgiveren Peter Wiederstrøm.



3.febr.2026

Hotellrådgiver Peter WiederstrømFoto: Gunnar Blöndal
Han har nå sett nærmere på januar tallene hotellene rapporterer til selskapet Benchmarking Alliance. Disse omfatter rundt 70.000 av landets 90.000 hotellrom og viser indikerer at den voldsomme veksten bransjen har opplevd etter pandemien ikke bare flater ut, men er snudd til nedgang i flere byer i Sør-Norge.

– Forsiktlige

Som DN tidligere har skrevet, ble 2025 et rekordår for hotellbransjen med gjennomsnittlig løstjinntekt (uten moms og frokost) på omtrent 900 kroner per tilgjengelige rom, det som i bransjen kalles revpar. Revpar var dermed rundt 50 prosent høyere i fjor enn før pandemien, langt over veksten i konsumprisindeksen i den samme perioden.

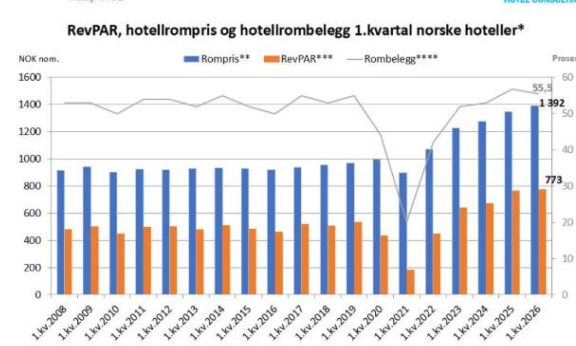
Men i november i fjor kom de første signalene på at veksten var i ferd med å avta. Og nå viser januar tallene at hotellene i flere av de store byene i sør hadde til dels betydelig nedgang i revpar. Størst var nedgangen i Haugesund, Kristiansand, Stavanger og Trondheim.

Oslo hadde en liten økning i revpar på vel to prosent fra samme periode i fjor, omtrent på linje med gjennomsnittet for samtlige hoteller på snaut to prosent. Det er lavere enn økningen i konsumprisindeksen.
Den eneste byen som skiller seg positivt ut i sør er Lillehammer.

15.apr.2026



RevPAR, hotellrompris og hotellrombelegg 1.kvartal norske hoteller*



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Utvalg norske hoteller (totalt ca. 70 000 rom i 2026. Romantallet har vokst hele veien fra 2008 (**). RevPAR er løstj-inntekt eks. MVA per tilgjengelige rom. I NOK nominert (***) Rompris er løstj-omsättning eks. MVA per belagte rom. I NOK nominert(****) Rombelegg er antall belagte rom i prosent av antall tilgjengelige rom

Hotelloversikten – 1. kvartalsrapport 2026

RevPAR-veksten foreløpig satt på vent

Utføringen vi har sett på hotell-RevPAR på slutten av høsten og inn i vinteren, fortsatte i årets åpningskvartal. Dette kommer frem i data fra Benchmarking Alliance. Disse presenteres i hotelloversikten utgitt av Wiederstrøm Hotel Consulting og publiserte i samarbeid med NHO Reiseliv.

Redaksjonen

PUBLISERT 15.04.2026 - 13:21 SIST OPPDATERT 15.04.2026 - 13:34



5.febr.2026



Foto: Hotellmagasinet / Frimerke: Wiederstrøm Hotel Consulting

Wiederstrøm Hotel Consulting / Benchmarking Alliance:

– Et litt annet bilde enn vi har vært vant med

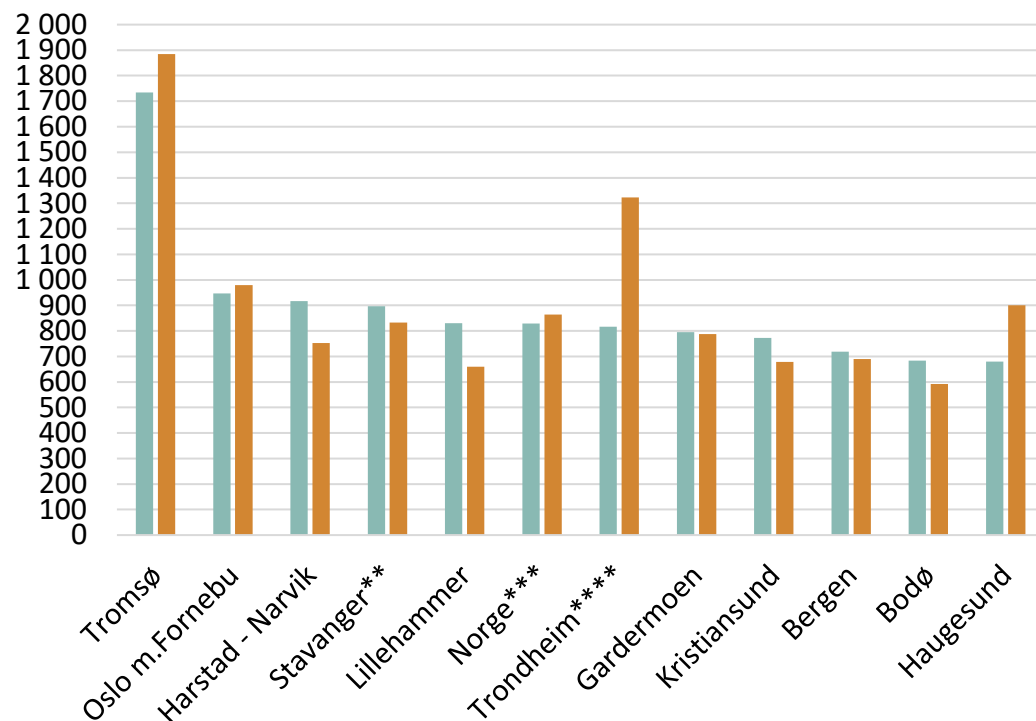
Etter januar 2026, ser rådgiver Peter Wiederstrøm fra Wiederstrøm Hotel Consulting et litt annet bilde enn hotellbransjen har vært vant med ganske lenge.

Redaksjonen Hotellmagasinet

Norske byer

MARS

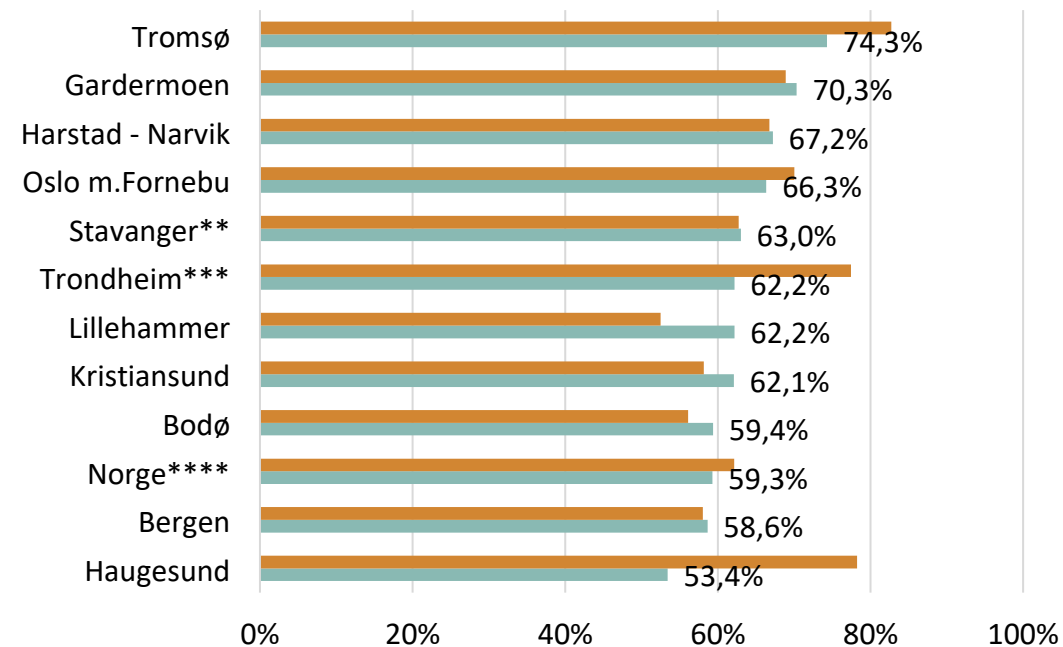
Hotell-RevPAR* mars, i NOK nominelt ■ Mars 2026 ■ Mars 2025



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederström Hotel Consulting (*) RevPAR er løsjomsetning eks. MVA per tilgjengelige rom, i NOK nominelt. Date vs. date: 1.-31/3 i år er målt mot 1.-31/3 2025 (**) Stavanger er inklusiv Sola og Sandnes (***) Trondheim er inklusiv flyplasshoteller (****) Norske hoteller med til sammen ca. 70 000 rom

Påskens ulike plassering i kalenderen fra i fjor til i år, gjør at tallene ikke er helt sammenlignbare. Ni av 11 markeder har romprisvekst nominelt, mens syv har beleggøking. Ski-VM i Trondheim i fjor, ga stor vekst da og tilsvarende fall nå.

Hotellrombelegg* mars ■ Mars 2025 ■ Mars 2026



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederström Hotel Consulting (*) Rombelegg er antall belagte rom i prosent av antall tilgjengelige rom. Date vs. date: 1.-31/3 i år er målt mot 1.-31/3 2025 (**) Stavanger er inklusiv Sola og Sandnes (***) Trondheim er inklusiv flyplasshoteller (****) Norske hoteller med til sammen cirka 70 000 rom. Foto: The Well, partner i Classic Norway Hotels

FEBRUAR

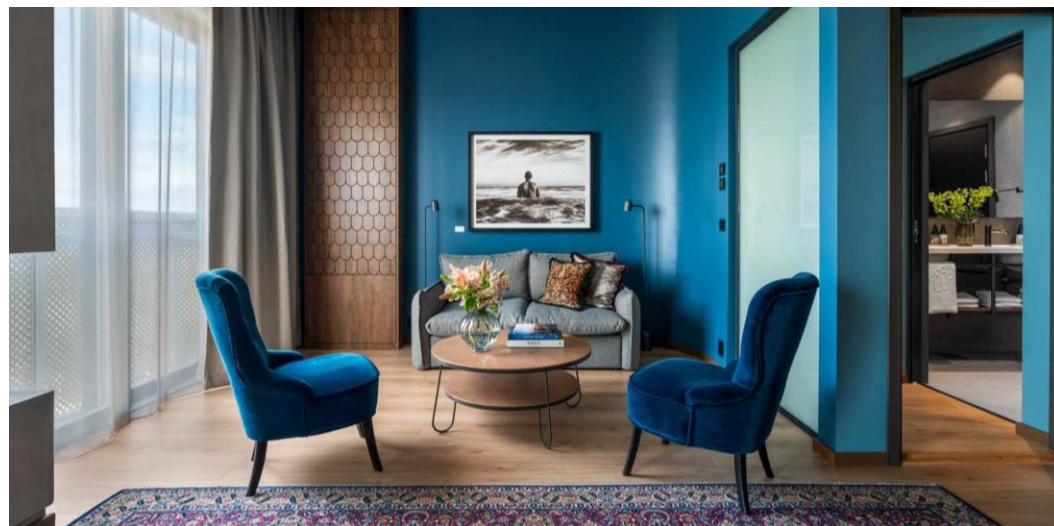
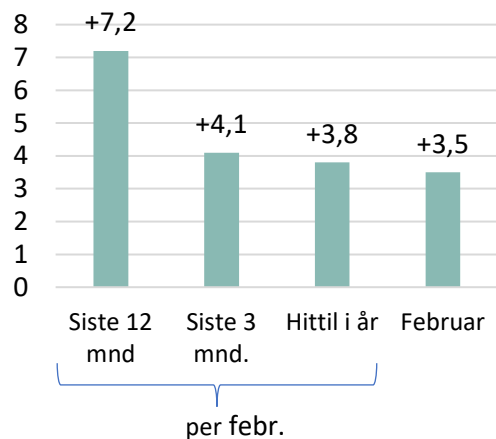


Foto: The Well

RevPAR*-utvikling i det norske total-utvalget (70 000 rom) i prosent



Ski-VM (primært i mars) m.m. i Trondheim i fjor «ga» fall til i år. Det meldes om en «unormalt sterk» februar i Stavanger i fjor. Det var mindre aktivitet ved verft m.m. i Haugesund i år. Og bransjen rapporterer om en stor utenlandsvekst innen FF i Lofoten i år.

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) RevPAR er losjioomsättning eks. MVA per tilgjengelige rom. Utv. i NOK nominelt. (**) Trondheim er inkl. flyplasshoteller (i Stjørdal) (***) Stavanger er inkl. Sola og Sandnes (****) 763 rom i Ålesund (*****) 1.-28/2 i år er målt mot 1.-28/2 2025

Kart:

RevPAR*-utvikling februar 2026 (målt mot februar 2025*****,nominelt)

Vi har her med et par av de andre norske markedene sammen med storbyene, og dessuten viser vi noen totaltall for det norske utvalget nede til venstre. Derav «m.m.» i kapittelbe-nevnelsen til venstre.

Trondheim** -26,5 %
Kristiansund +48,9 %
Ålesund**** - 2,1 %

Bergen + 7,3 %
Haugesund -23,8 %
Stavanger***-15,0 %
Lillehammer +18,0 %
Gardermoen +18,1 %
Oslo m.Fornebu+1,2 %
Arend./Grimst. +5,7 %

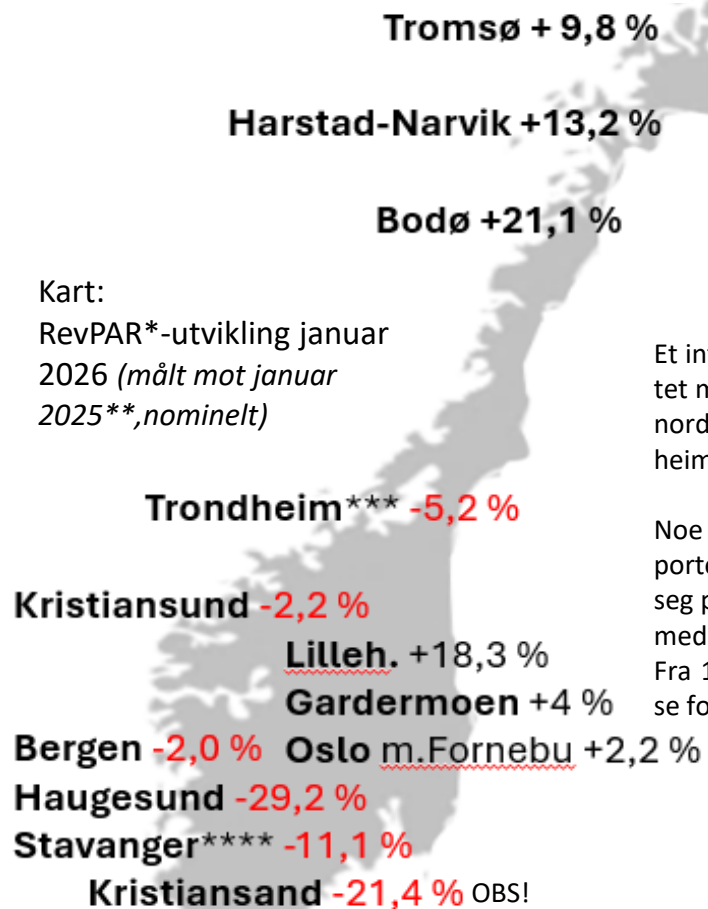
Tromsø +15,5 %
Harstad-Narvik +44,5 %
Lofoten +45,8 %
Bodø +20,2 %

Kristiansand

Byen har vært utelatt fra våre oversikter en tid. Årsaken er endringer i data-grunnlaget ved at ny romkapasitet er tilkommet. Den nye kapasiteten har av flere grunner gjort sammenligninger fra tidligere år utfordrende. I 1. kv.-tallene er Kristiansand tilbake på våre oversikter - utelukkende med sentrumshoteller.

JANUAR

På denne, forrige og kommende side, er det også med tall utover storbydata. Derav «m.m.» i kapittel-benevnelsen til venstre.



Kart:

RevPAR*-utvikling januar 2026 (målt mot januar 2025**, nominelt)

Et interessant mønster avtegnes i kartet med RevPAR-utvikling, med pluss i nord, minus langs kystbeltet fra Trondheim til Kristiansand og pluss i øst.

Noe av avviket i **Kristiansand** skyldes at porteføljen med hoteller har endret seg på en slik måte at sammenligninger med tidligere år blir noe misvisende. Fra 1. kvartalstallene rettes dette opp, se forklaring på forrige side.



Foto: The Well som er partnerhotell til Classic Norway Hotels

The Well ligger på Sofiemyr, Kolbotn, men regnes med i Oslo-markedet.

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) RevPAR er losjioomsättning eksklusiv MVA per tilgjengelige rom. Utvikling i NOK nominelt (**) Day vs. day. 1/1-31/1 i år er målt mot 2/1-1/2 2025, for likt antall mandager, tirsdager osv. (***) Trondheim er inklusiv flyplass-hoteller (Stjørdal) (****) Stavanger er inklusiv Sola og Sandnes

I det norske totalutvalget (70 000 rom) er RevPAR + 2,1 prosent.

Totalt for det norske utvalget (med ca. 70 000 rom) er antall solgte rom ned 2,1 prosent, belegg ned 2,8 prosent, mens romprisene er nominelt opp 5 prosent.

Etter noen år med kontinuerlig vekst, er det ikke dramatisk med utflåting, men vi kan kanskje se konturene av et mulig trendsifte, skrev vi i starten av februar.

EKSTRA: APRIL OG HITTIL I ÅR

På grunn av sen deadline, blant annet grunnet at vi venter på noen tall fra SSB, får vi helt ferske YTD-data inkl. april fra Benchmarking Alliance som en bonus. Andre norske markeder omtales primært på side 26-29, men vi tar med grafikk her for sammenligningens skyld. Alle piler har pekt oppover de senere årene i det norske hotellmarkedet totalt sett. De foreløpige tallene for perioden jan.-apr. viser at den

svært solide utviklingen har stoppet litt opp. Tross kraftig kapasitetsvekst på hotellromsiden, topper Tromsø-markedet på både rompris, rombelegg og RevPAR samlet for årets fire første måneder. I nord fortsetter den solide utviklingen vi har sett en stund, med både Bodø og Harstad-Narvik på rundt

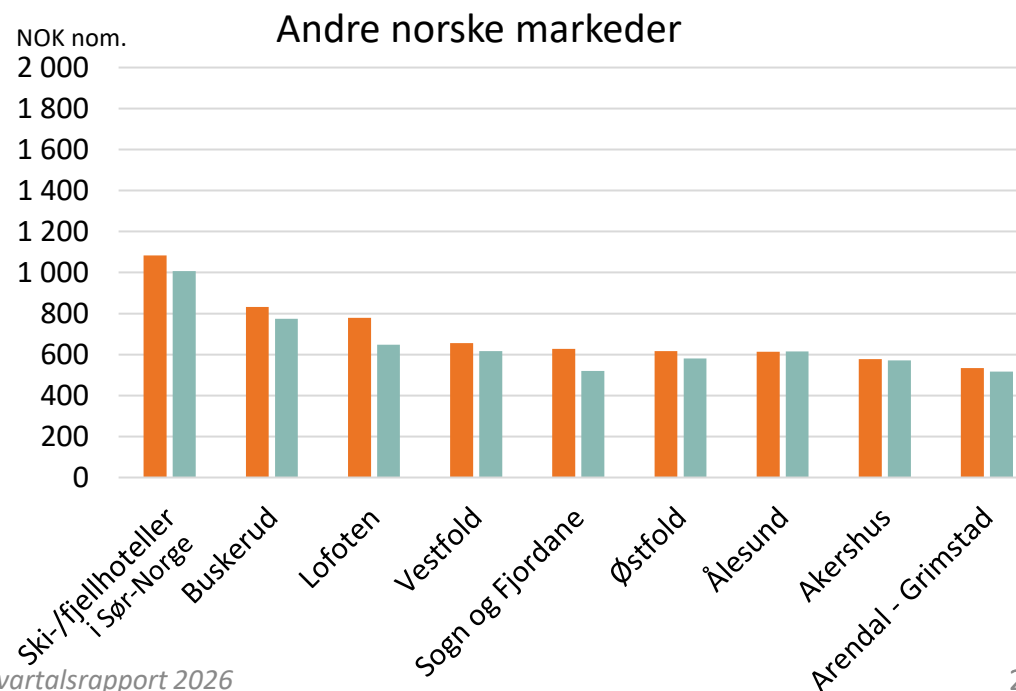
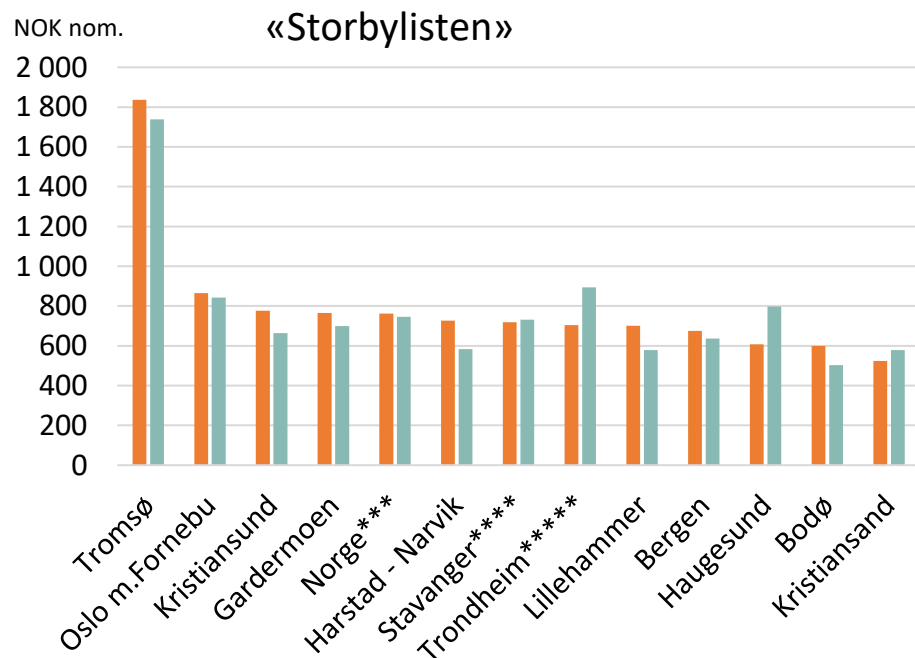
20-tallet i RevPAR-vekst fra fjorårets første knappe fire måneder. Lofoten har vekst i RevPAR på hele 20,4 prosent. Mars ble «ugunstig» for byhotellene, p.g.a. tidlig påske, dette «ga» motsatt fortegn i **april**: Oslo +9 prosent RevPAR, Bergen +13, Stavanger +9 og Trondheim +3,5, mens det norske total-

utvalget endte på +8 prosent – alle tall basert på nominelle verdier og «date v.s. date», 1.-30.apr.

Kilde grafikk: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) RevPAR er losjioemsetn. beks. MVA per tilgjengelige rom (**) Periode 1. jan.–29. apr. begge år (***) Norske hoteller med tils. 70 000 rom (****) Stavanger er inkl. Sola og Sandnes (*****) Trondheim er inkl. flyplass. Representasjonen i data-grunnlaget i de andre markedene er betydelig lavere enn for storbyene.

Hotell-RevPAR* YTD april (hittil i år)

■ 2026 (jan.-apr.)** ■ 2025 (jan.-apr.)**



FORHÅNDSBOOKING

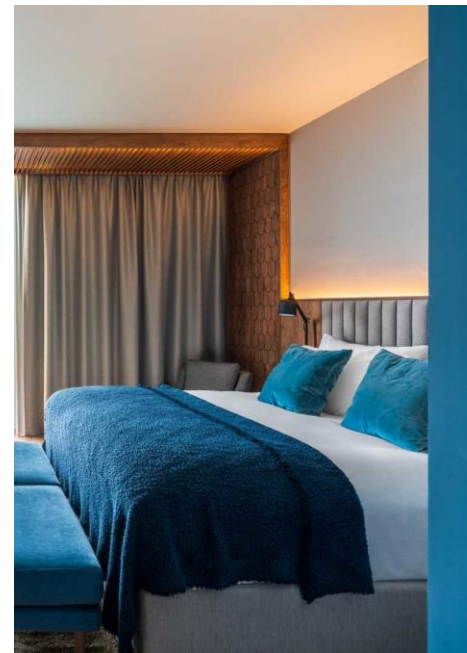
Tallene i tabell er oppdatert per primo mai i år (2026). Rødt/minus betyr at innbookingen per primo mai 2026 indikerer et lavere **rombelegg** for den aktuelle måneden enn det innbookingen for tilsvarende måned i fjor lå an til per primo mai i fjor. Kort sagt; man ligger «dårligere an» enn i fjor. Sort/pluss betyr at man ligger bedre an enn i fjor, altså at man kan forvente høyere belegg den aktuelle måneden enn tilsvarende i fjor – alle andre forhold holdt utenfor. Korte ledetider og til dels endrede ledetider gjør disse tallene svært usikre. Representasjonen i tallmaterialet er noe mindre enn for den ordinære benchmarkingen (*belegg, pris m.m.*), men i statistikkfaglig sammenheng er «dekningen» svært solid. For eksempel i Oslo er det et femtitalls hoteller med til sammen drøyt 12 000 rom som rapporterer forhåndsbooking.

Bak plussene og minusene skjuler det seg større eller mindre tallverdier. Derfor kan skillet mellom pluss og minus være hårfint i enkelte tilfeller. Når det gjelder Oslo ser vi at det nega-



Foto: The Well som ligger rett utenfor Oslo og inngår i vårt Oslo-marked.

tive avviket prosentmessig er relativt moderat, men ikke ubetydelig. For Bergen finner vi at summen av de to plussene og den ene minusen blir omtrent null, så der ligger man an til uforandret rombelegg basert på OTB-tallene slik de nå ser ut. Det bør til-



The Well er et partnerhotell til Classic Norway Hotels.

legges at både for Bergen og Oslo mangler vi innrapportering fra noen hoteller.

I Stavanger er de prosentmessig utslagene større enn i Bergen og Oslo. For mai er nedgangen på 20 prosent for eksempel. For Trondheim-hotellene

Innbooking sammenlignet med i fjor.
Status per primo mai 2026

| Utvikling i rombelegg | Mai 2026 | Jun. 2026 | jul. 2026 |
|---------------------------------|----------|-----------|-----------|
| Oslo med Fornebu | - | - | - |
| Bergen | + | + | - |
| Stavanger (med Sola og Sandnes) | - | - | + |
| Trondheim (m. flyplass) | - | - | - |

Kilde: «On the Books» fra Benchmarking Alliance, bearbeid. av Wiederstrøm Hotel Consulting. Her i tabellen vises kun tre måneder, mens det er mulig å kjøre ut for 12 måneder frem i tid.

ligger det an til beleggsnedgang både i mai, juni og juli i år, målt mot i fjor.

Det er flere norske byer og markeder på listen over de som har hoteller som rapporterer forhåndsbooking, bl.a. Gardermoen, Tromsø og Kristiansand.



Andre norske markeder

Her finner vi data for hoteller som av ulike grunner ikke kategoriseres i markeder som hører inn under byer. Disse markedene er litt som hummer og kanari, fordi de er svært ulik i størrelse og art samt at representasjonen i tallmaterialet varierer (*hvor stor andel av hotellrommene i markedet som inngår i tallene*).

I Ålesund er det «bare» rundt 2/3 av samlet hotellromkapasitet som inngår i tallene fra Benchmarking Alliance, og derfor holdes det markedet utenfor bylisten der markedene har større representasjon.

Viken ble fra 1/1-24 splittet opp i Østfold, Akershus og Buskerud. For oss og vår bolk «Andre norske markeder» betyr dette at de tre enkeltfylkene er inne igjen.

Fjellhotell-porteføljen er satt sammen av hoteller fra ulike markeder som hver for seg enten ikke er store nok eller har en sammensetning av aktører (*f.eks. kjeder*) som gjør at det ikke kan fremstilles data separat. Noen hoteller inngår både i Buskerud og i tallene for fjellhotellene.

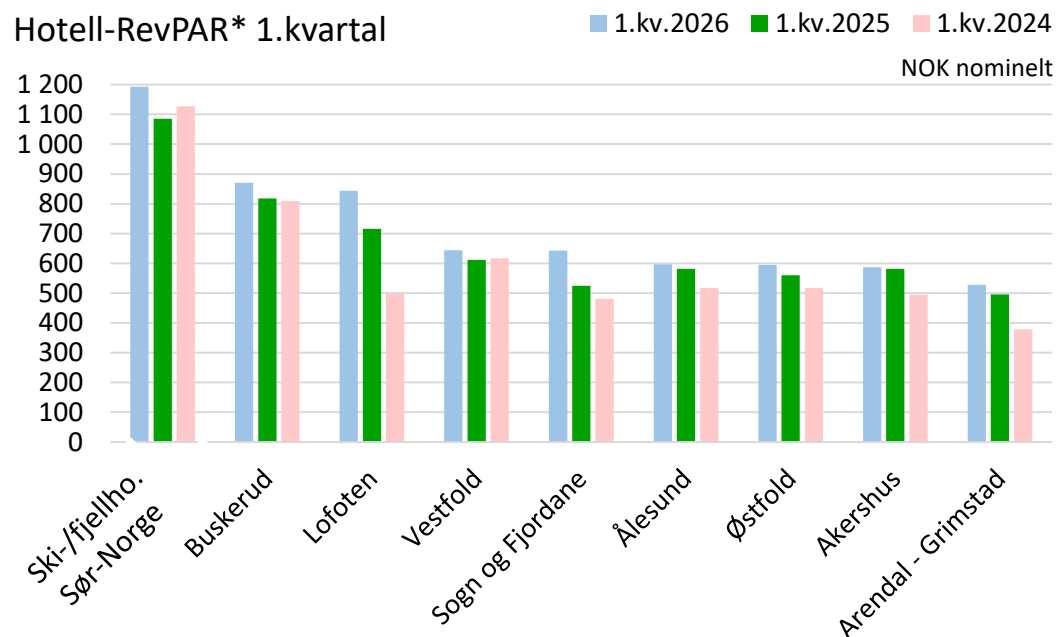
Sogn og Fjordane er ikke et selvstendig fylke (*inngår i Vestland*), men er eget marked hos Benchmarking Alliance. Gloppen Hotell (*bilder*) ligger i Sogn og Fjordane. Fotos: Classic Norway Hotels.

For ordens skyld: Hotellene fra disse andre norske markedene inngår selvsagt også i tallene for «Norge» (*første rapport-bolk, med tall fra Benchmarking Alliance*).



ANDRE NORSKE MARKEDER – REVPAR, HOTELLROMPRIS OG HOTELLROMBELEGG

Hotell-RevPAR* 1.kvartal



En betydelig bedre utvikling i RevPAR fra første kvartal i fjor her enn blant storbyene. Ingen av disse «andre markeder» har fall i RevPAR fra i fjor, men både Ålesund og Akershus har lavere nominell RevPAR-vekst enn økningen i konsumprisindeksen. Lofoten

har høy RevPAR-vekst - det «sammenfaller» med det vi så i de nord-norske markeder i storbyoversikten. Sogn og Fjordane har høy vekst her, men representasjonen er lav og det har vært noen endringer i porteføljen. Tidlig påske har gitt vekst på fjellhotellene.

| Andre norske markeder – 1. kv. 2026 | Endring fra 1. kvartal 2025 | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|-----------|--------------|
| | RevPAR* | Rompris** | Rombelegg*** |
| Sogn og Fjordane | 22,5% | 11,2% | 10,1% |
| Lofoten | 17,9% | 11,2% | 6,1% |
| Ski-/fjellhoteller Sør-Norge | 9,9% | 4,8% | 4,9% |
| Buskerud | 6,5% | 5,2% | 1,3% |
| Arendal - Grimstad | 6,5% | 0,4% | 6,0% |
| Østfold | 6,1% | 4,0% | 2,0% |
| Vestfold | 5,3% | 5,2% | 0,1% |
| Ålesund | 2,4% | -3,1% | 5,8% |
| Akershus | 0,9% | 3,7% | -2,7% |

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Rev PAR er losjioinsetning eks. MVA pr tilgjengelige rom. (**) Rompris er losjioinsetning eks. MVA per belagte rom. På pris og RevPAR gjelder nominell utvikling (***) Rombelegg er antall belagte rom i prosent av antall tilgjengelige rom

Representasjon i tallmaterialet: Arendal-Gr.: Ca. 500 rom, Lofoten: Rundt 900, i Svolvær, Henningsvær, Leknes m.m., Ski- / fjell-hot.: Knappt 2 400 rom på Geilo, Hemsedal, Trysil, Voss, Gudbrandsdalen m.m., Sogn og Fjordane: Cirka 750 rom i Førde, Florø, Sogndal m.m., Vestfold: ca. 2 000 rom i Sandefjord, Horten, Tønsb., Skien m.m., Buskerud: 3000 i Drammen, Kongsb., Hallingdal m.m. Akershus: Drøyt 2 900 rom i Lillestrøm, Asker, Bærum m.m., Østfold: Rundt 1 050 rom i Halden, Fredrikstad, Sarpsborg, Moss m.m. Ålesund: Rundt 750 rom

Gloppen Hotell i Nordfjord i Sogn og Fjordane, foto Classic Norway Hotels



ANDRE NORSKE MARKEDER – REVPAR, HOTELLROMPRIS OG HOTELLROMBELEGG

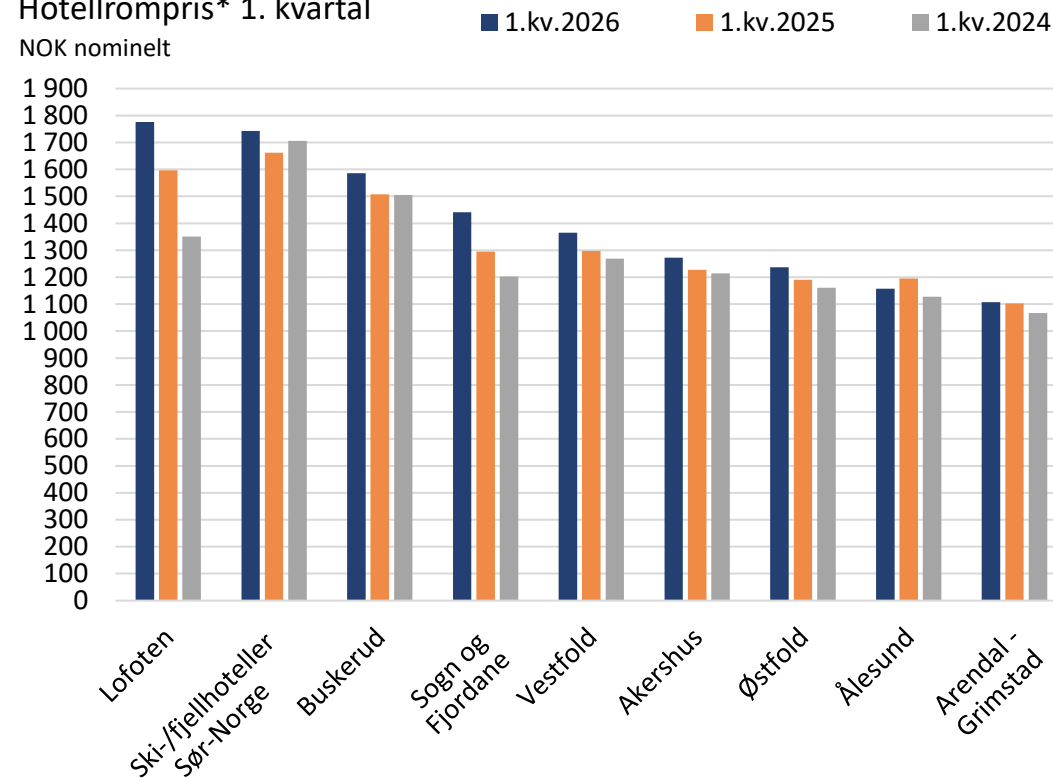
Når vi ser bort fra Tromsø, som nærmest sprenger skalaen på rompris, ligger flere av disse andre markedene høyere i rompris enn mange av markedene på storbylisten. Ski-/fjellhotellene og flere av anleggene i Buskerud preges

naturlig nok av at første kvartal er «høysesong» med vinter og sne. I år var det tidlig påske, dessuten.

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbeidet av Wiederstrøm Hotel Consulting (*) Rompris er losjioverføring eksklusiv MVA per belagte rom. Nominelle verdier. Representasjon i tallmaterialet: Se forrige side.

Hotellrompris* 1. kvartal

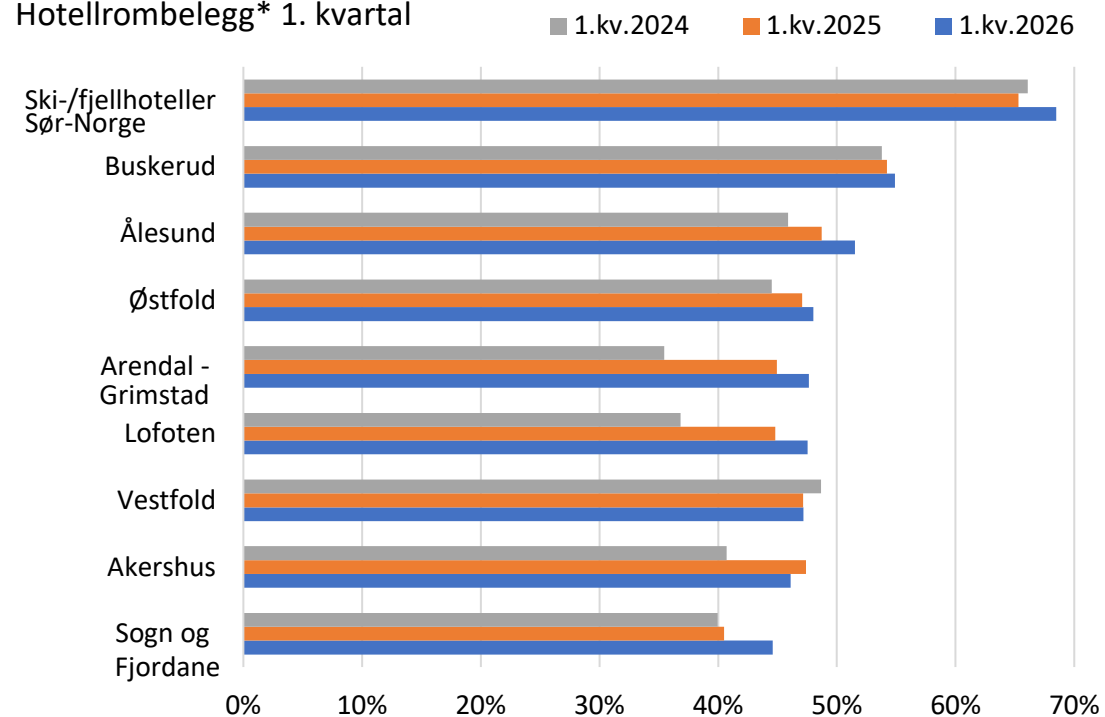
NOK nominelt



Henningsvær Bryggehotell & Villa Bryggekanthen – by Classic Norway Hotels

ANDRE NORSKE MARKEDER – REVPAR, HOTELLROMPRIS OG HOTELLROMBELEGG

Hotellrombelegg* 1. kvartal



Vi merker oss at mens prisene i disse andre markedene er forholdsvis høye sammenlignet med storbyhotellene (se forrige side), er belegget betraktelig lavere. Hele seks har under 50 prosent belegg, hvilket betyr at i gjennomsnitt mer enn annen hvert rom til en hver

tid stod tomt i første kvartal. Samtidig er utviklingen fra første kvartal i 2025 positiv i syv av ni markeder. I ett (Vestfold) er det så å si uendret, mens det i Akershus er et lite fall. Merk utviklingen fra 1. kvartal 2024 til første kvartal i år i Lofoten og Arendal-Grim-

stad. Hele påsken, unntatt 2. påskedag, falt på mars i 2024, mens årets påske kun hadde palme-helgen samt mandag og tirsdag i den stille uke i mars. I fjor falt påsken i sin helhet på april måned.

Strand Hotel Fevik – by Classic Norway Hotels ligger ved Grimstad.



Finnmark kommer som eget marked

Fra kommende rapport inngår Finnmark i bolken «Andre norske markeder». Vårt nordligste fylke på fastlandet er, i Benchmarking Alliance og hotellsammenheng, alt for dominert av Thon og Scandic. Derfor har vi måttet supplere med tre mindre hoteller på Svalbard. Vi kommer tilbake med ytterligere informasjon.



Norden/Skandinavia m.m.

Benchmarking Alliance har god dekning i de andre nordiske landene, pluss noe i Baltikum. I denne delen av rapporten ser vi først på noen nordiske byer, hovedsakelig hovedstedene, samt en god del av de norske. Vi tar og for oss samlede talldata for Norge, Sverige og Danmark. Det er RevPAR-nivå i 1.kv. i år og –utvikling fra 1.kv.2025 som vises.

Etterpå viser vi en oversikt over hotelltransaksjoner i Skandinavia de siste 12 månedene, fra Colliers Research.

Fra venstre: Nyhavn, København, foto Peter Wiederstrøm, operahuset i Oslo, foto: Peter Wiederstrøm og havnen i Stockholm med blant annet Hôtel Reisen, Unbound by Hyatt som driftes av Flying Elephant, foto Hyatt.



NORDEN/SKANDINAVIA M.M. – REVPAR-NIVÅ OG –UTVIKLING I 1. KVARTAL

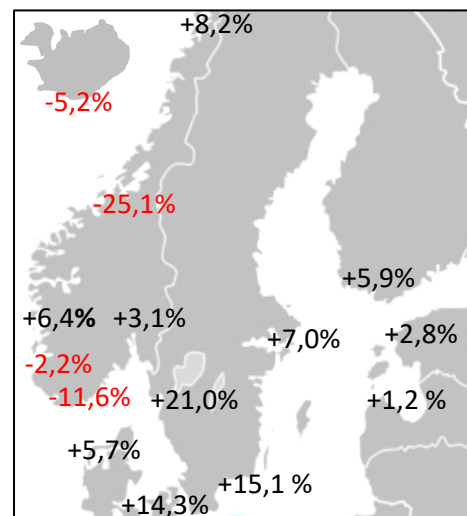
Endringene fra 1.kv.2025 er beregnet fra nivåer uttrykt i Euro, det betyr at valutaendringer spiller inn. Nominelle verdier betyr at summene ikke er justert for generell prisvekst. «Historisk»

| RevPAR* | 1.kv. 2026 | |
|------------|------------|----------------|
| | Nivå | Fra 1.kv. 2025 |
| TROMSØ | EUR 195 | +8,2 % |
| TRONDH.** | EUR 61 | -25,1 % |
| BERGEN | EUR 55 | +6,4 % |
| OSLO**** | EUR 75 | +3,1% |
| STAVAN.*** | EUR 63 | -2,2 % |
| KR.SAND | EUR 41 | -11,6 % |

Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederström Hotel Consulting (*) RevPAR er losjiosetning eks. MVA per tilgjengelige rom (**) Trondheim er inkl. flyplass (***) Stavanger er inkl. Sola og Sandnes (****) Oslo er inklusiv Fornebu i Bærum

har vi i disse oversiktene ofte sett at de norske markedene har utviklet seg

+ er vekst / - er fall fra tilsvarende i 2025, nominelt.



Island er av praktiske hensyn flyttet lenger inn i Norden/Baltikum-kartet og således feilplassert.

relativt sett bedre enn de øvrige nordiske, spesielt i opphøringen etter pandemien. Men dette bildet har end-

RevPAR* 1.kv. 2026

| | Nivå | Fra 1.kv.-2025 |
|----------|---------|----------------|
| REYKJAV. | EUR 110 | -5,2 % |
| HELSINKI | EUR 56 | +5,9 % |
| STOCKH. | EUR 63 | +7,0 % |
| TALLIN | EUR 37 | +2,8 % |
| GØTEB. | EUR 58 | +21,0 % |
| RIGA | EUR 37 | +1,2 % |
| ÅRHUS | EUR 67 | +5,7 % |
| MALMØ | EUR 53 | +15,1 % |
| KØBENH. | EUR 80 | +14,3 % |

SKANDINAVISKE LAND 1. kv. 2026

| RevPAR* | Nivå | Fra 1.kv. 2025 |
|---------|--------|----------------|
| Norge | EUR 68 | +3,1 % |
| Sverige | EUR 58 | +10,2 % |
| Danmark | EUR 70 | +11,5 % |

ret seg en del i det siste. For dette kvartalet er det fire av 12 norske bymarkeder med røde tall (*Haugesund er det fjerde, inngår ikke i kartet*). I Danmark er én av syv med røde tall for RevPAR-utvikling fra første kvartal i fjor og tilsvarende seks av 37 svenske.

Til slutt tar vi en rask titt på utviklingen i RevPAR fra første kvartal 2025 til første kvartal 2026, uttrykt i respektiv nasjonal valuta, for de skandinaviske hovedstedene:

| | |
|-----------|---------|
| Oslo | + 0,7 % |
| Stockholm | + 1 % |
| København | + 14 % |


Noe avvik, altså, fra tilsvarende beregning i Euro.



Nyhavn, København

Foto: Peter Wiederström

HOTELLTRANSAKSJONER I SKANDINAVIA SISTE 12 MÅNEDER

|  Mnd | Kjøper | Selger | Objekt | Est. Verdi | Antall rom |
|---|--------------------------------------|-----------------------------------|---|------------|------------|
| 1 Apr. | Norwegian Travel Company | Ole Johannes Monsen | Sommarøy Arctic Hotell Tromsø | N/A | 132 |
| 2 Mai | Private investorer | Stig Fische | Støtvig Hotel | NOK 500 | 97 |
| 3 Jul. | Adolfsen-gruppen | Allstad Eiendom | Home Hotel Helma | N/A | 110 |
| 4 Jul. | Saturn Invest | Totaleiendom | The Dock 69°39 | N/A | 305 |
| 5 Sept. | Sport Impact | IKO Holding | Hamn in Senja | N/A | 74 |
| 6 Des. | Nordic Hospitality Group | Høegh Eiendom | Hotel Riviera | NOK 550 | 172 |
| 7 Des. | Unike | Talas Holding | 50 % av Trysil Alpine Lodge | N/A | N/A |
| 8 Jan | Norsk Hotelcompagnie | Flakk Gruppen | Hotel Brosundet | N/A | 129 |
| 9 Feb | Malling (50%) / Aspelin Reitan (50%) | Fram / UNION Real Estate Fund III | First Hotel Millennium | N/A | 114 |
| 10 Feb | Norsk Hotelcompagnie | N/A | Kristian Augusts gate 11 (Savoy 1918 expansion) | N/A | 28 |

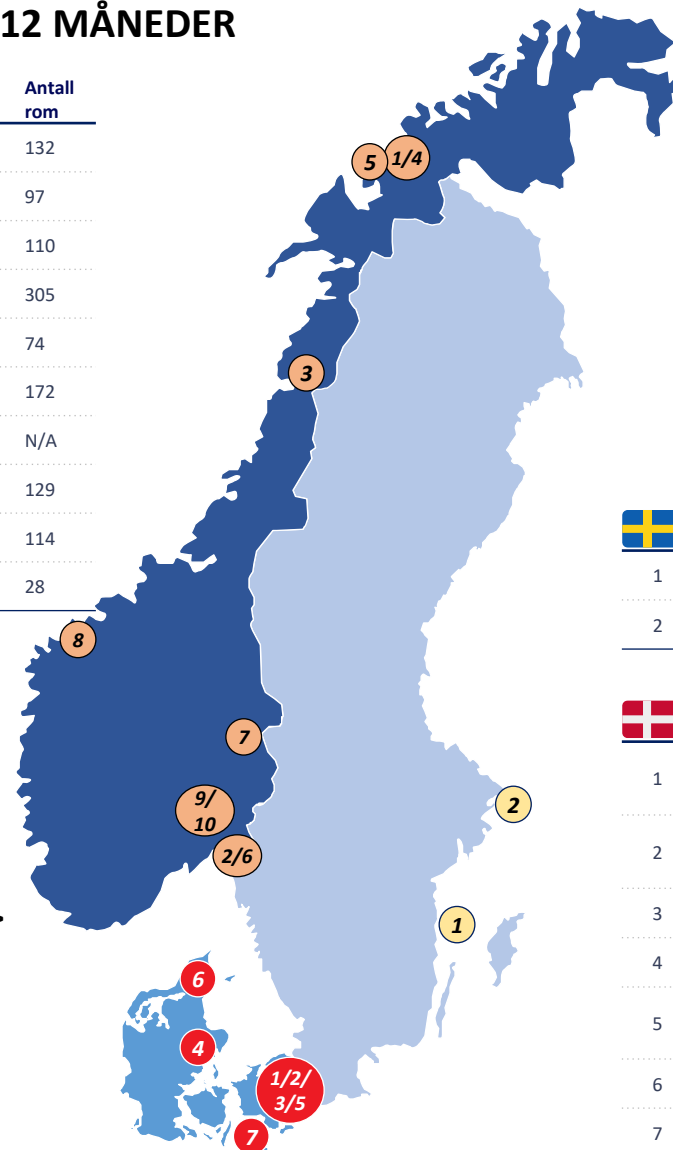
Dette gjelder hotell-eiendomstransaksjoner på over 5 mill. Euro, siste 12 måneder. Data kommer fra Colliers Research. Colliers er en global leder innen eiendoms-tjenester og kapital-forvaltning, med 400 kontorer i 65 land.

Colliers

Nordisk transaksjonskraft

Colliers har lang erfaring med kjøp og salg av eiendommer, og bistår våre kunder gjennom hele transaksjonsprosessen. Våre eksperter utfører transaksjoner av individuelle kontor-, detaljhandels-, logistikk- og bolig-eiendommer, samt av eiendomsporteføljer.


Annonse




Det norske hotelltransaksjonsmarkedet startet 2026 med tre transaksjoner, tilsvarende 6 prosent av totalvolumet i 1.kvartal – ned fra 14 prosent fra 1. kvartal 2025 som i stor grad var drevet av Midstar-porteføljen. Etter eskaleringen i Midtøsten i slutten av februar har bildet blitt mer makrodrevet, med stigende swap-renter og høyere samlet finansieringskostnad. Det samme mønsteret ser vi i Europa, der hotellinvesteringene falt 14 prosent mot 1. kvartal 2025.

Kapital er fortsatt tilgjengelig fra både norske og internasjonale investorer, men prosessene tar lengre tid og investorene er mer selektive.

Even Holmstad Vasveen, Associate, Colliers

|  Mnd | Kjøper | Selger | Objekt | Est. Verdi | Antall rom |
|---|---------------------|-------------------|-----------------------|------------|------------|
| 1 Des. | Björn Ulvaeus | Øvrige investorer | Västervik Stadshotell | N/A | 101 |
| 2 Mar. | Centria Fastigheter | Maelir | Hotel Gamla Stan | N/A | 81 |

|  Mnd | Kjøper | Selger | Objekt | Est. Verdi | Antall rom |
|---|-----------------------------|------------------------------------|--|------------|------------|
| 1 Apr. | AKF Holding/Sampension | AP Ejendomme/ Keva | Comwell Copenhagen Portside Dolce by Wyndham | N/A | 445 |
| 2 Jun. | Slättö | Commercial Real Estate Denmark P/S | Utviklingsprosjekt (Vesterbro) | DKK 193 | 169 |
| 3 Okt. | Swiss Life Asset Management | AG gruppen | Utviklingsprosjekt (Amagerbanen 23) | N/A | 94 |
| 4 Des. | Øvrige investorer | Scandinavian Hotels | Helnan Marselis Hotel | N/A | 155 |
| 5 Jan | N/A | Thylander Group | Four Points Flex by Sheraton Copenhagen City | N/A | 76 |
| 6 Feb | Calum | N/A | Helnan Phoenix Hotel | N/A | 220 |
| 7 Mar | Private investorer | N/A | Stop'n Sleep Hotel | DKK 45 | N/A |

Vedlegg m.m.



The Well ligger utenfor Oslo og er et partnerhotell av Classic Norway Hotels. Hotellet inneholder blant annet Nordens største SPA.

Foto: The Well

DISCLAIMER

Data i herværende rapport er samlet inn av Wiederstrøm Hotel Consulting (WHC) fra mange ulike kilder.

WHC kan ikke garantere riktigheten og fullstendigheten av slik informasjon, selv om innholdet er kontrollert etter beste evne. WHC tar ikke noe som helst ansvar for eventuell skade, tap eller andre negative konsekvenser mottaker / leser av denne rapport, eller 3.part, skulle få som følge av beslutninger tatt på bakgrunn av innholdet i rapporten.

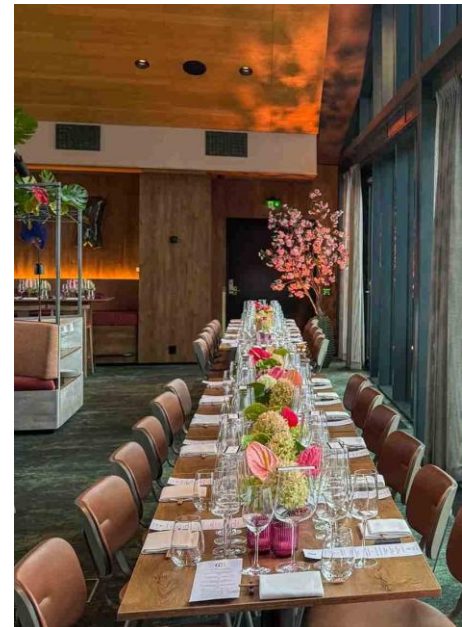
Rapporten er generell og bør aldri være eneste grunnlag for beslutninger som tas i forretningsmessig eller annen sammenheng. Slike valg bør bare tas etter juridiske, økonomiske og driftsmessige analyser utført av skolert profesjonell ekspertise.

© Wiederstrøm Hotel Consulting 2026

This report is based on information provided to Wiederstrøm Hotel Consulting (WHC) by third parties. WHC can not guarantee the correctness and completeness of such information, even though the information is subject to data quality checks to the extent such quality checks are feasible. WHC does not assume any responsibility whatsoever for any damage of any kind incurred by the recipient of this report or any third party due to decisions made based on the contents of this report.

The report is general and should not be the sole basis for any business decisions without prior legal, financial or operational analysis from skilled professionals regarding the specific decision that is being contemplated.

© Wiederstrøm Hotel Consulting 2026



Nordens største SPA finner man på The Well. The



Well er partnerhotell av Classic Norway Hotels

DEFINISJONER

HVA ER HOTELL?

SSB har gitt oss denne beskrivelsen:
«Hotell og lignende overnattingsvirksomheter er virksomheter som tilbyr overnatting, for en natt eller flere uker, hvor det tilbys møblert overnatting i gjesterom eller suiter. Service gjelder daglig renhold av rom, men har ingen øvrige avgrensninger i hva som tilbys.»

Og de legger til: «Dette betyr for eksempel at virksomheter som ikke rer opp senger hver dag blir definert som hyttegrend».

HOTELLKATEGORI

Det finnes mange måter å kategorisere hotell på, f.eks. etter størrelse, standard, plassering og konsept. Man kan f.eks. dele inn i by, distrikt og flyplass. Rom/frokost og fullservice er en annen gruppering. Resorter er ofte store, høystandard anlegg med konferanseavdeling, SPA og en rekke aktiviteter på og ved bygget.

Man har frittstående hoteller og kjede-hoteller, der sistnevnte kan deles inn i frivillig medlemskap og integrert i kjede. Franchise er på



Henningsvær Bryggehotell

den skalaen en slags mellomvariant. Mange såkalte apartments-anlegg finnes i byene, spesielt i Oslo.

Å fastslå nøyaktig hvor mange hotellrom som finnes i landet er vanskelig, både fordi det er knyttet usikkerhet til gruppering av hytte- og leilighetskapasitet, samt at sesongdrift gir høyst ulik kapasitet gjennom året.



– by Classic Norway Hotels

SENTRALE NØKKELTALL

Kapasitetsutnyttelse oppgis ofte i belleggsprosent rom, altså andel utleide rom av romkapasiteten. Rompris er losjioversetning eksklusiv MVA per belagte rom, det vil si at «moms» og frokost kommer utenom. RevPAR (*losji-omsetning eksklusiv*

MVA per tilgjengelige rom) er bl.a. rompris multiplisert med rombelegg. Et belegg på 60 prosent og en pris på 1 000, gir 600 i RevPAR ($0,6 \times 1\,000$).

Ett rom-døgn er ett rom leiet ut i ett døgn.

Uttrykk som solgte rom, belagte rom og utleide rom, betyr det samme. Mens romdøgn handler om rom, gjelder gjestedøgn-statistikken overnattinger/personer (*ant. hoder*).

Ett gjestedøgn er én gjest i ett døgn. Et par boende i tre dager på ett rom, gir da tre romdøgn og samtidig seks gjestedøgn.

Annonser i Hotelloversikten?



Ta kontakt!

peter@wiederstrom.com

DEFINISJONER, forts.

Gjestedøgn kan deles inn i yrke, ferie og konferanse eller i norsk-utenlandsk. De utenlandske gjestedøgnene kan deles inn etter gjestenes hjemland eller verdensdel/kontinent. Det meste av gjestedøgn-statistikken stammer fra SSB. Benchmarking Alliance har noe gjesteomsetningsdata, se for eksempel



omtale av totalomsetning per gjest på side 9.

Det er en del unøyaktigheter i hotellenes rapportering av gjestedøgn til SSB.

Dette fordi reglene kan være vanskelig å forstå, datasystemer kan sette begrensninger og det slurves trolig en del i registreringen.



I herværende rapport opererer vi primært med Benchmarking Alliance (BA) som database, men på gjestedøgn-statistikken (utenom på side 9) er altså SSB hovedkilde.

BA gir ut data på års-, måneds-, ukes- og dags-basis, mens SSB kun har års- og månedsdata.



BA er klar med data påfølgende dag, dette fordi systemet anvendes i hotellenes arbeid med daglig revenue management.

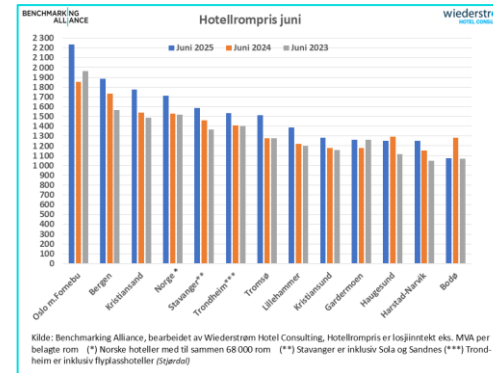
SSB har tradisjonelt publisert rundt én måned etter at den aktuelle måneden er avsluttet. Men mars-tallene, og dermed data for første kvartal, var forsinket til 7. mai.

HOTELLOVERSIKTEN.NO

Rapporter (klikk på bilder for lenke)



Enkle oversikter (ikke lenke)



Kilde: Benchmarking Alliance, bearbejdet av Wiederstrøm Hotel Consulting. Hotellrompris er logjantekt eks. MVA per belagte rom. (*) Norske hoteller med til sammen 68 000 rom. (**) Stavanger er inkludert Sola og Sandnes (***) Trondheim er inkludert flyplasshoteller (Stjerda)

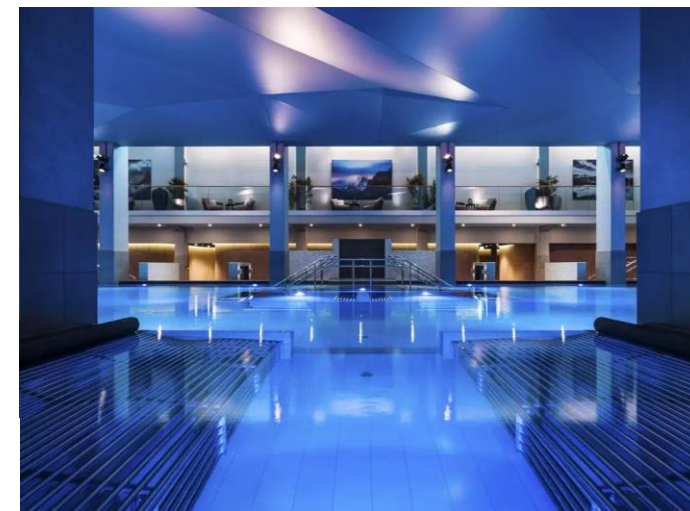
Eldre rapporter (pre-Covid) (klikk for lenke)



Data i disse rapportene og oversiktene stammer i stor grad fra

BENCHMARKING ALLIANCE

Classic Norway Hotels har noen av Norges mest spennende og mest autentiske overnattingssteder. Alle ligger i natur-
skjønne omgivelser som fremhever deres individuelle historie og unike kultur. Et eldorado for alle som ønsker en
annerledes weekendtur, sommerferie, bryllup eller konferanse.



CLASSIC NORWAY HOTELS



T +47 71 20 50 00
post@classicnorway.no

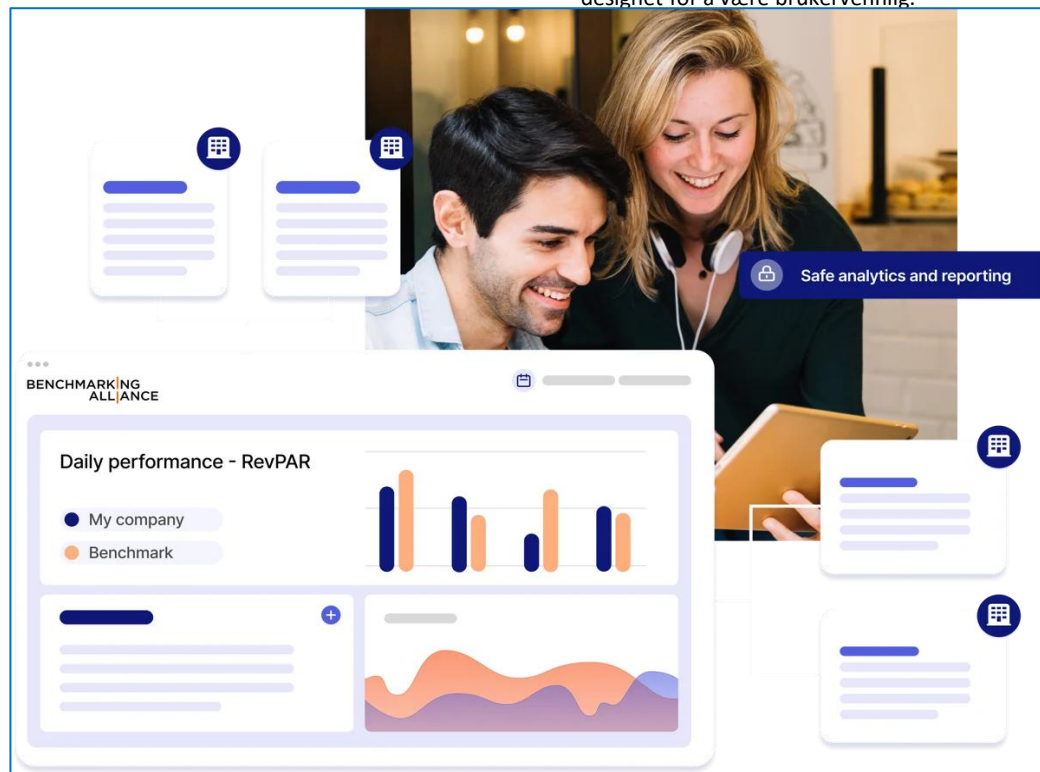


BENCHMARKING ALLIANCE

Benchmarking Alliance, grunnlagt i 2010, er Nordens ledende plattform for markedsdata, benchmarking og KPI-innsikt i hotell- og restaurantbransjen. Selskapet samler inn og kvalitetssikrer bransjedata for over 2 500 hoteller og fasiliteter, noe som gir

bedrifter et solid faktabasert grunnlag for beslutninger og forbedret lønnsomhet. Gjennom digitale verktøy kan brukere følge markedsutviklingen daglig og sammenligne sine KPIer med relevante referansegrupper.

BAs benchmarking-plattform er nettbasert og designet for å være brukervennlig.



Benchmarking Alliance Nordic AB
VAT SE556814154201 Stockh., Swe.
info@benchmarkingalliance.com
www.benchmarkingalliance.com

Benchmarking Data and KPI:s

Hotel Trends

Data: Sold rooms, room rev, tot rev, guests. Examples of KPIs: RevPAR, TRevPAR, Occupancy, ADR, RevPG

On-the-Books

Data: Sold rooms On-the-Books
Examples of KPIs: Occupancy On-the-Books

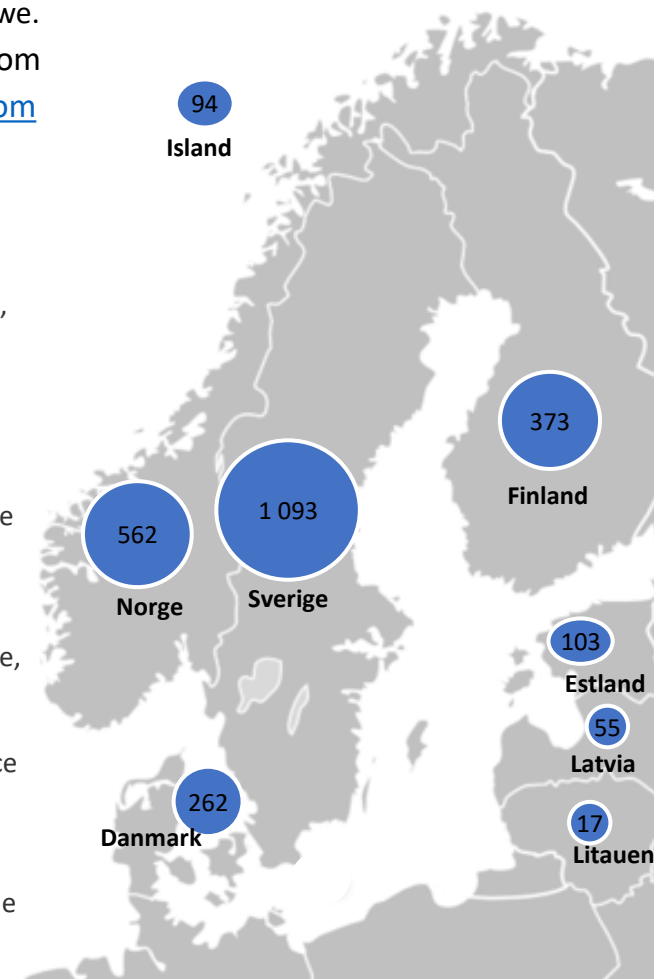
Conference Trends

Data: Sold area, conference revenue, conference delegates. Examples of KPIs: Conference Revenue per Available Square Meter, Conference Revenue per Delegate

Camping Trends

Data: F&B rev, guests. KPIs: Revenue Per Available Camping Lot, Average Daily Rate for Campings and Cabins

Kunder/markedsdekning:



WIEDERSTRØM HOTEL CONSULTING, PETER WIEDERSTRØM

TJENESTER INNEN:

| | |
|----------------------------|---|
| HOTELLEIENDOM | Feasibility studies, leietakersøk, søk etter kjøper, verdivurderinger, second opinion, utarbeidelse av leieavtaler, bistand i forhandlinger |
| HOTELLDRIFT | Management for hire, driftsoppfølging, driftsanalyse, markedsplanlegging, rekruttering, kvalitetstester |
| ANALYSE, STATISTIKK | Utarbeidelse av markedsoversikter, pipeline-oversikter og andre rapporter, se bl.a. i Hotelloversikten |
| BENCHMARKING | |

Kunder – et utdrag



Peter Wiederstrøm
+ 47 913 90 269

peter@
wiederstrom.com
wiederstrom.com



Jeg startet som piccollo på SAS Royal Hotel på Bryggen i Bergen i 1983. Er utdannet siviløkonom fra Norges Handelshøyskole og har en omfattende operativ hotell-erfaring, bl.a. som direktør/daglig leder for hoteller i Skandinavia.

Hotellrådgiver har jeg vært siden 2002. Noen kundeeksempler og typer oppdrag står oppført til venstre.

Jeg er også skribent i bransjemagasinet Reiseliv1 (tidligere HRR, se til høyre) og har vært medlem i SSBs rådgivende utvalg for reiseliv siden 2014.

Norske medier refererer jevnlig til våre analyser og data, se noen eksempler på side 20.

Her er mine nære samarbeidspartnere:

BENCHMARKING ALLIANCE

