

OVERNATNINGSBRANCHEN

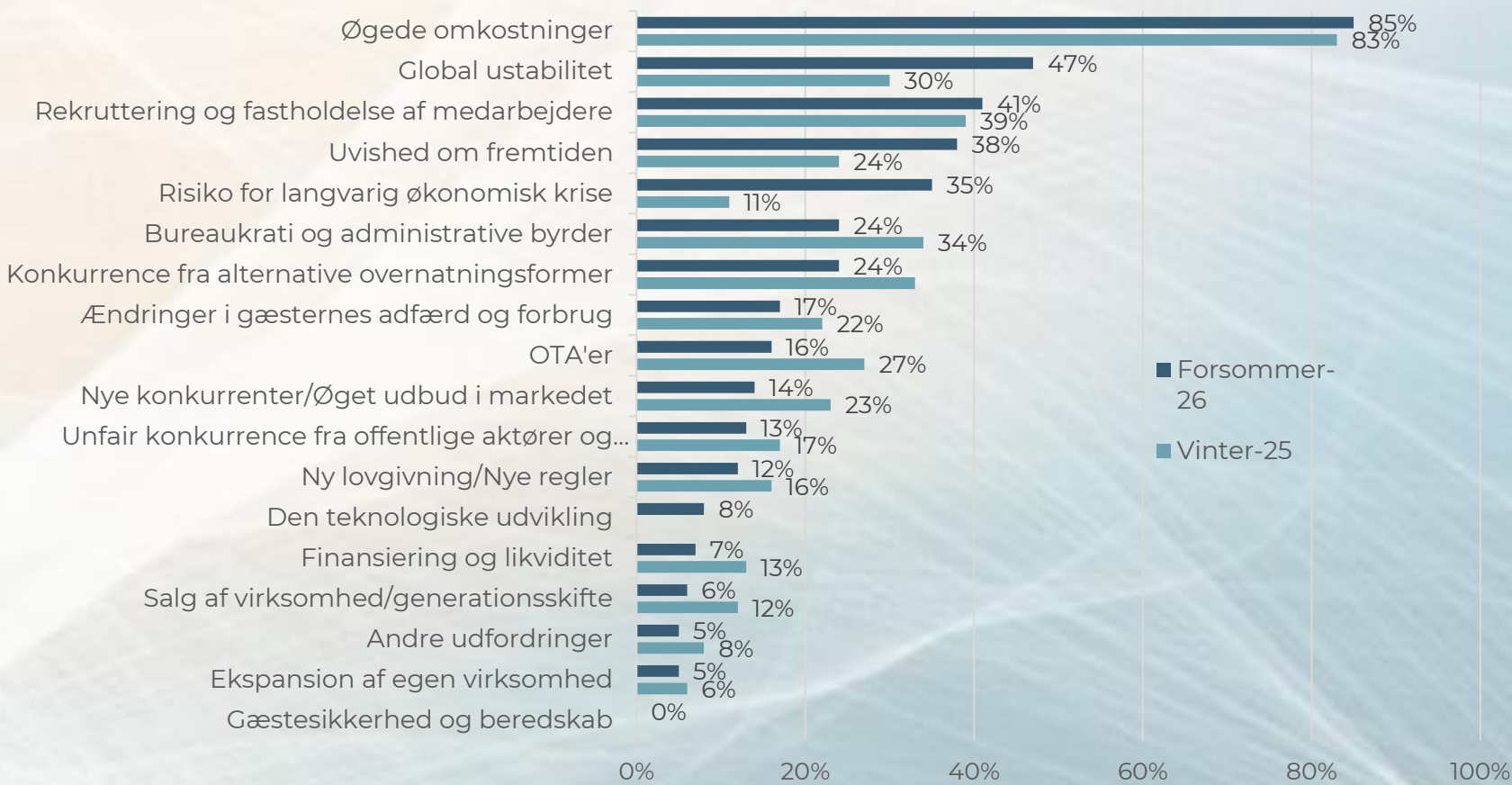
MEDLEMSUNDERSØGELSE FRA HORESTA
DEL 2 – STRATEGI OG UDFORDRINGER

KORT OM UNDERSØGELSEN

- Denne analyse er den anden af to delanalyser fra HORESTA om overnatningssektoren, som inkluderer besvarelser fra hoteller, kroer, kursus- og konferencecentre og feriecentre. I kommentarerne benytter vi forkortelserne "Hoteller m.v." og "Overnatningsvirksomheder" som en samlet betegnelse for de deltagende virksomheder.
- Analysen er baseret på besvarelser fra 121 medlemsvirksomheder.
- Besvarelserne er indsamlet i perioden 28. april til 12. juni 2026.

STØRSTE ØJEBLIKKELEGE UDFORDRINGER

HOTELLER M.V. I HELE LANDET



Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse maj/juni 2026

Øgede omkostninger er branchens med afstand største udfordring. Hele 85 pct. af de deltagende hoteller m.v. angiver, at øgede omkostninger er blandt deres største udfordringer.

Den globale ustabilitet står også højt på listen over aktuelle udfordringer, sammen med rekruttering og uvished om fremtiden.

Sammenlignet med en tilsvarende undersøgelse i efteråret 2025 fylder den globale usikkerhed og risikoen for langvarig økonomisk krise og generel uvished lige nu mere.

STØRSTE ØJEBLIKKELEGE UDFORDRINGER

HOTELLER M.V. I OG UDEN FOR KØBENHAVN



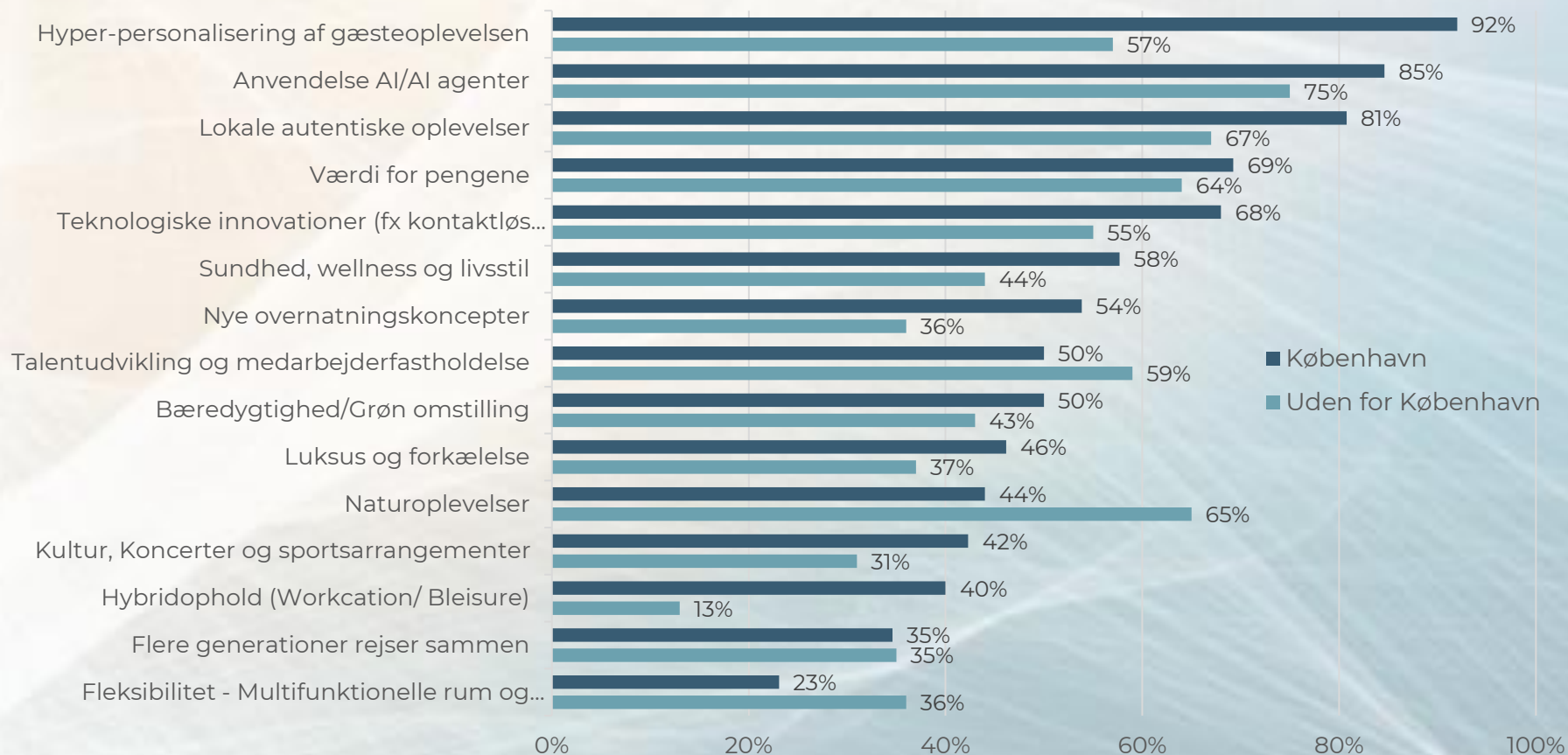
Både i og uden for hovedstaden topper de øgede omkostninger listen over største udfordringer.

I København vurderes den globale usikkerhed, og den uvished om fremtiden i højere grad som udfordringer, hvorimod hoteller m.v. uden for hovedstaden i stedet fremhæver rekruttering og fastholdelse efter de øgede omkostninger.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse maj/juni 2026

TRENDS OG TENDENSER PÅ HOTELMARKEDET

VIGTIGE TRENDS OG TENDENSER, ANDEL DER HAR SVARET "MEGET MERE" OG "MERE"



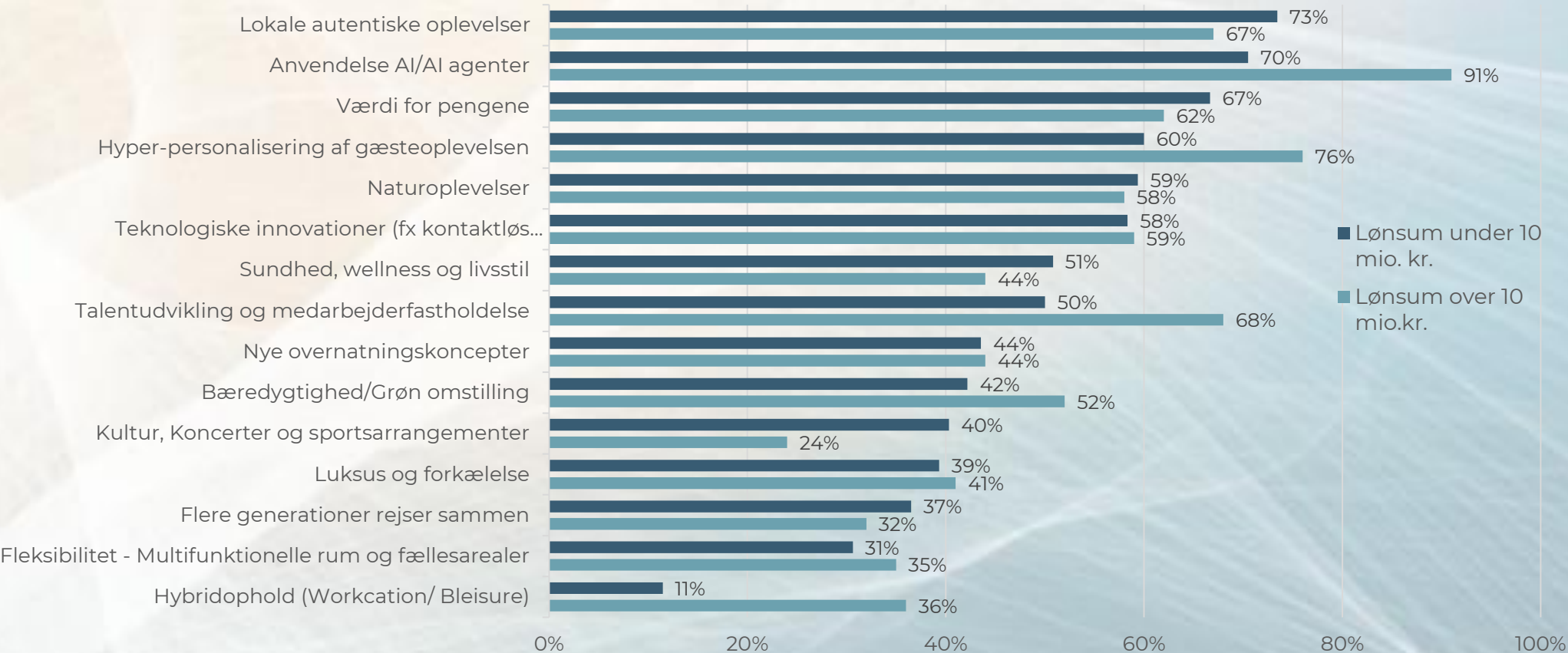
Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse maj/juni 2026

Næsten alle hoteller m.v. i hovedstaden nævner "hyper-personalisering" som trend, der vil præge hotelmarkedet i de kommende år. Næsten lige så mange fremhæver anvendelse af AI og AI agenter samt lokale og autentiske oplevelser som vigtige tendenser.

De samme tendenser gør sig også gældende uden for hovedstaden, hvor to ud af tre desuden nævner naturoplevelser som en trend, man vil se mere af.

TRENDS OG TENDENSER PÅ HOTELMARKEDET

VIGTIGE TRENDS OG TENDENSER, ANDEL DER HAR SVARET "MEGET MERE" OG "MERE"



Anvendelse af AI er en mere udbredt trend på de større hoteller, som desuden har mere fokus på hyper-personalisering af gæsteoplevelsen samt på talentudvikling.

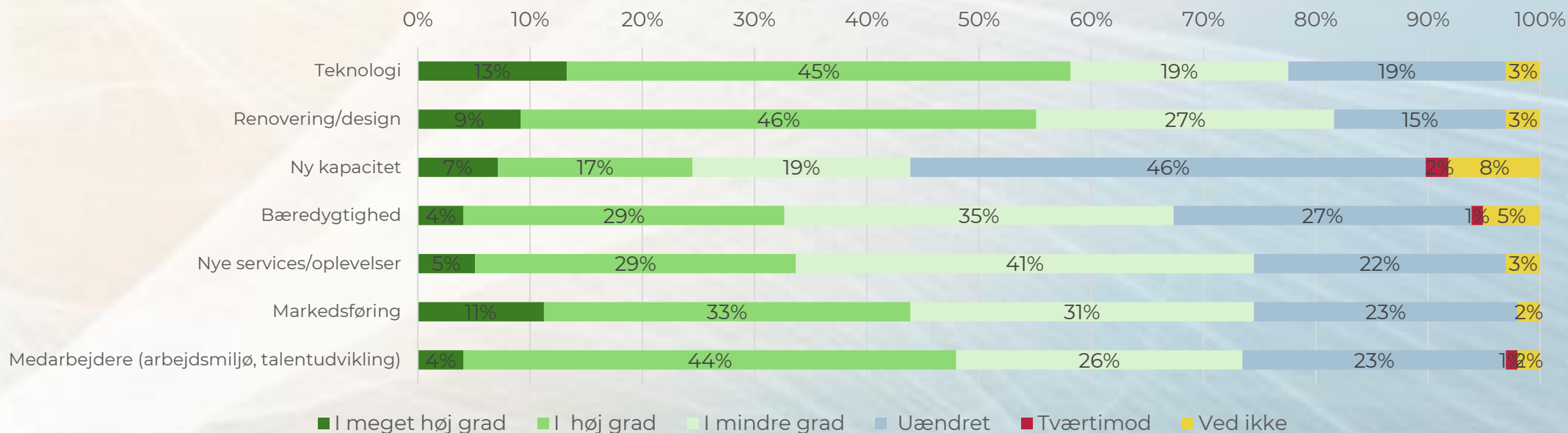
De mindre hoteller har til gengæld mere fokus på lokale og autentiske oplevelser, værdi for pengene samt på kultur, koncerter og sportsarrangementer.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse maj/juni 2026

HVOR VIL I INVESTERE DE NÆSTE 3-5 ÅR

HOTELLER M.V. I HELE LANDET

Hvor vil I investere de næste 3-5?

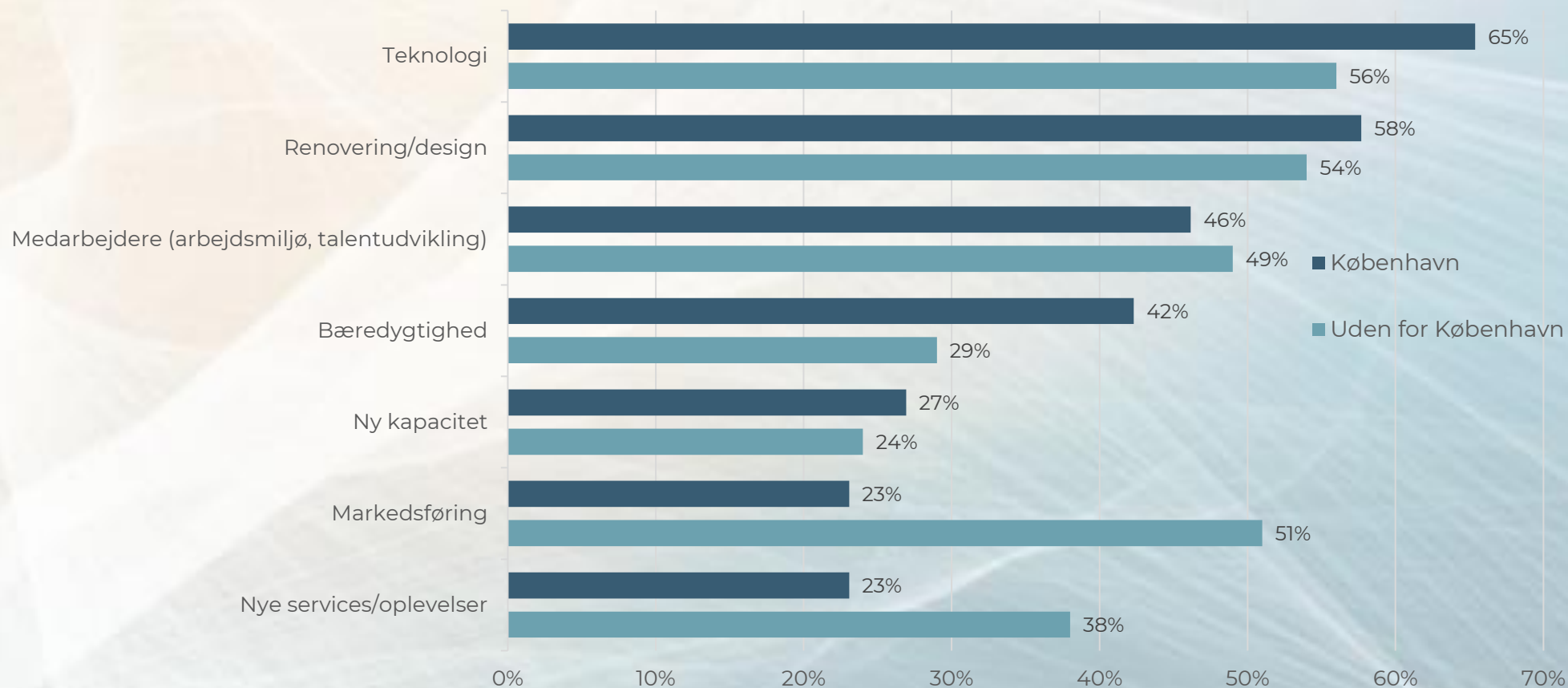


Teknologiske investeringer står højt på dagsordenen hos mange virksomheder i undersøgelsen. 58 pct. svarer, at de enten "I meget høj" eller "I høj grad" vil investere i teknologi de kommende 3-5 år. Næsten lige så mange forventer at investere i renovering og design, men også medarbejderne står højt på dagsordenen. Knap halvdelen af hoteller m.v. angiver, at de vil investere i arbejdsmiljø og talentudvikling i de kommende år.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse maj/juni 2026

HVOR VIL I INVESTERE DE NÆSTE 3-5 ÅR

ANDEL DER HAR SVARET "MEGET HØJ GRAD" OG "HØJ GRAD"



Både i og uden for hovedstaden svarer flertallet af de deltagende overnatningsvirksomheder, at de forventer at investere i teknologi samt renovering/design.

Uden for hovedstaden angiver over halvdelen, at de vil investere i markedsføring og knap halvdelen vil prioritere investeringer i medarbejderne og arbejdsmiljøet.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse maj/juni 2026

EKSPANSION

Har I planer om at udvide eller opføre ekstra overnatnings- eller mødekapacitet inden for de kommende 3 år?

	Hele landet	København	Uden for København	Lønsum under 10 mio. kr.	Lønsum over 10 mio. kr.
Ja	21%	29%	18%	17%	29%
Nej	67%	58%	70%	69%	65%
Ved ikke	12%	13%	11%	14%	6%

Blandt de største hoteller m.v. og hoteller i København svarer knap 30 pct., at de forventer at opføre ekstra overnatnings- eller mødekapacitet inden for de kommende 3 år. Uden for København og blandt de mindre hoteller gælder det knap hver femte.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse maj/juni 2026