



Airbnb valtaa markkinaa – hotellit etsivät keinoja vastata haasteeseen?

11.5.2026 8.50

Airbnb- ja muut lyhytvuokrausalustat valtaavat markkinaa kovalla vauhdilla. Erityisesti keskitason hotellien on nyt tarkkaan mietittävä, miten ne vastaavat pysyvään markkinamuutokseen, kirjoittaa JLL:n (kiinteistöalan neuvonantajayhteisö) hotelliasiantuntija **Markus Hagelstam**.

Lyhytaikainen asuntovuokraus on noussut Suomessa hotellien vakavaksi kilpailijaksi. Jo joka viides yöpyminen tapahtuu alustojen kautta – ja ulkomaisista matkailijoista jo lähes kolmannes valitsee Airbnb-tyyppisen majoituksen. Hotellien on nyt aika uudistua, ennen kuin asiakkaat karkaavat.

Markkina on muuttunut pysyvästi

Hotellimarkkina kohtaa rakenteellisen muutoksen, jonka voimaa ei kannata aliarvioida. Alustapohjainen majoitus, kuten Airbnb, ei enää täydennä hotellimarkkinaa – se vie yhä suuremman osan hotellien kasvusta.

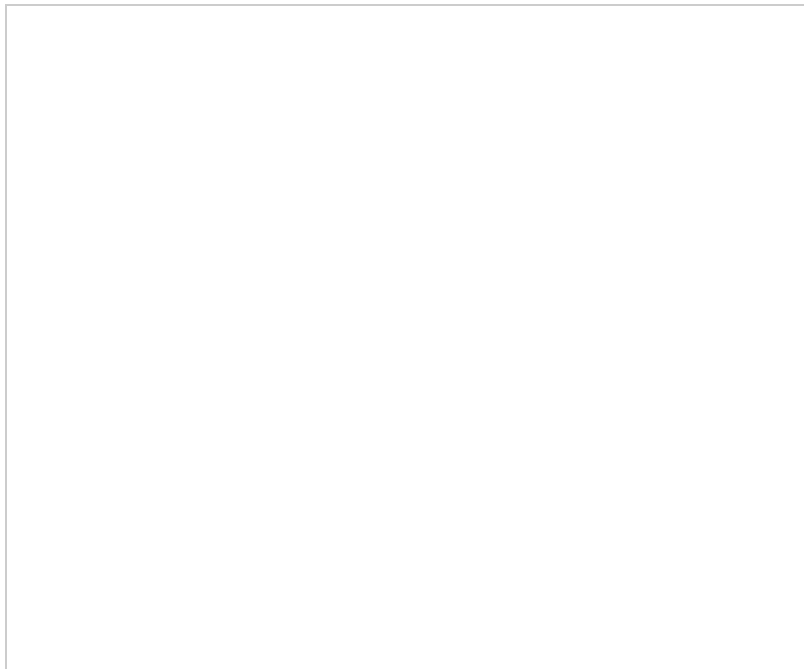
Vuonna 2024 vuokrausalustojen kautta tehtyjen yöpymisten määrä kasvoi Suomessa 26 prosenttia, samalla kun hotellimajoitukset jopa hieman vähenivät. Esimerkiksi Rovaniemellä alustamajoituksen osuus on jo lähes 50 prosenttia. Trendi on samansuuntainen myös suurissa kaupungeissa Turussa, Tampereella ja Oulussa, joissa kymmeniä prosentteja vuodessa kasvavat vuokrausalustat kaappaavat markkinaosuuksia hotelleilta.

Kyse ei siis ole ohimenevästä trendistä, vaan pysyvästä markkinan muutoksesta.

Miksi matkailijat valitsevat asuntomajoituksen?

Syyt ovat yksinkertaisia, mutta merkitykseltään suuria:

Ensinnäkin asunnot tarjoavat enemmän tilaa ja toiminnallisuutta – keittiön, olohuoneen ja kodinomaisuuden, jota erityisesti perheet ja etätöitä tekevät matkailijat arvostavat.



Toiseksi edullinen hinta houkuttelee. Mahdollisuus valmistaa omat ateriat ja majoittaa useampi henkilö yhdessä tekee asumisesta huomattavasti edullisempaa.

Kolmanneksi moni haluaa kokea paikallisen elämän läheltä – ”live like a local” -ajatus vetoaa erityisesti nuoriin ja kansainvälisiin matkailijoihin.

Standardoitu hotellihuone ei enää vastaa kaikkien odotuksia. Tämä on hotellialalle perustavanlaatuinen signaali.

Miten hotellit voivat vastata?

Muutokseen ei ole yhtä patenttiratkaisua, mutta suunnan voi kääntää kolmella askeleella.

1. Palvelu ja turvallisuus

Hotellien suurin vahvuus on se, että ne toimivat aina ja varmasti. 24/7-palvelu, säännöllinen siivous, aamiainen ja ongelmatilanteiden välitön ratkaisu – nämä ovat asioita, joita yksittäinen vuokra-asunto ei pysty takaamaan. Hotellien tulisi muistuttaa tästä rohkeammin ja sanoittaa palvelunsa uudelleen turvallisuuden, luotettavuuden ja huolettomuuden ympärille.

2. Tuotekehitys ja uudet konseptit

Hotellien kannattaa laajentaa tarjontaansa perinteisten huoneiden ulkopuolelle. Keittiölliset huoneistot, yhdistettävät huoneet ja pidempään viipyville suunnatut ratkaisut ovat suora vastaus Airbnb:n vetovoimaan. Co-living- ja huoneistohotellikonseptit ovat jo kasvussa, mutta pohjoismaisilta perinteisiltä brändeiltä puuttuvat vielä pitkäaikaismajoitukseen keskittyvät tuotteet.

3. Paikallisuus ja elämys

Hotelli voi olla enemmän kuin majoitus – se voi olla portti kaupungin elämään. Paikalliset tuotteet, yhteistyö alueen yrittäjien kanssa ja kuratoidut elämyspaketit tekevät hotellista osan matkailijan kokemusta. Samalla hotellin aulatiloihin voidaan rakentaa eläviä kohtaamispaikkoja, jotka palvelevat myös paikallisia.

Hotellien uusi rooli matkailussa

Kysymys ei ole enää siitä, kilpailevatko hotellit Airbnb:tä vastaan, vaan siitä, miten ne löytävät oman paikkansa markkinassa, jossa alustamajoitus on pysyvä osa kokonaisuutta.

Voittajia ovat ne hotellit, jotka nyt tunnistavat muutoksen, kirkastavat vahvuutensa ja kehittävät tuotevalikoimaansa vastaamaan uusia tarpeita.

Airbnb ei vie hotelleilta asiakkaita, jos hotellit tarjoavat sen, mitä alustalla operoiva pienvuokraaja ei voi – palvelua, turvallisuutta ja elämyksiä. Nyt hotellien kannattaa joka tapauksessa tarkkaan miettiä, miten vastaavat markkinan pysyvään muutokseen.



JLL:n hotelliasiantuntija Markus Hagelstam.