

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
Oktober 2020**

**Fortsatt mycket dålig
lönsamhet**




Annordia
HOSPITALITY CONSULTING

INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan svagt positiva / 4

Återhämtning i tjänstesektorn på gång / 5

Hotellens förväntningar ger normalt en god prognos / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Svagt positiva förväntningar på stigande hotellrumspriser / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Mycket dyster bild av hotellföretagens lönsamhet / 8

Tydlig koppling mellan prisutveckling och synen på lönsamheten / 9

Synen på lönsamheten i tjänstesektorn är som under andra kriser / 10

Starkt samband mellan hotellföretagens syn på lönsamheten och den faktiska lönsamheten / 11

Bristen på personal i hotellbranschen / 12

Trots allt viss brist på hotellpersonal / 12

Vart tionde tjänsteföretag anger brist på personal / 13

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 14

SAMMANFATTNING

FORTSATT MYCKET DÅLIG LÖNSAMHET

Det är en något större andel hotellföretag som förväntar sig ökad efterfrågan på företagets tjänster på sex månaders sikt jämfört med andelen som förväntar sig minskad efterfrågan. Skillnaden är dock så liten mellan andelarna att det inte indikerar någon tydlig återhämtning i efterfrågan. Orsaken till den svaga återhämtningen är att pandemin fortgår och att smittspridningen börjat öka igen. Det innebär att tidigare införda restriktioner till stor del ligger kvar. Så länge det är så kommer inte efterfrågan igång.

Förväntningarna på prisutvecklingen på hotelltjänster är också svagt positiva. Det är helt i linje med de svaga förväntningarna i efterfrågan. Prisnivån sedan pandemin inleddes har sjunkit med nästan 20 procent. Nedgången av snittpriset beror inte bara på att hotellen har sänkt sina priser utan också på att efterfrågans sammansättning har förändrats, vilket också påverkat snittpriset negativt.

Eftersom nivån på efterfrågan är historiskt låg och snittpriserna lägre än motsvarande period 2019 är lönsamheten hos hotellföretagen mycket svag. Nio av tio hotellföretag anger dålig lönsamhet.

Trots den låga nivån på efterfrågan på hotelltjänster anger vart tionde hotellföretag att det har brist på personal. Svårigheten att rekrytera skulle kunna hänga ihop med branschens utsatta läge. Det kan finnas ett visst motstånd att ta ett jobb i en bransch som befinner sig i en så djup kris som hotellbranschen gör just nu.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN SVAGT POSITIVA

Trots den pågående pandemin skedde en viss återhämtning i efterfrågan på hotellrum i Sverige under semestermånaderna. Framförallt hotell i städer utmed kusterna och i fjällen såg beläggningsgrader under juli och första halvan av augusti som var i nivå med föregående år. Stockholm som utgör runt en fjärdedel av den svenska hotellmarknaden såg dock inget uppsving. Från slutet på augusti bromsade efterfrågan upp igen och återhämtningen går långsamt. Dels ligger restriktionerna kvar i stor utsträckning, dels har smittspridningen börjat öka igen.

I hotellens förväntningar på efterfrågan på sex månaders sikt är andelen som tror på bättre efterfrågan något större än andelen som tror på sämre efterfrågan, dvs nettotalet ligger över noll. Det svagt positiva nettotalet ligger dock långt under det historiska genomsnittet och är dessutom kopplat till en situation där nivån på efterfrågan är historiskt svag.

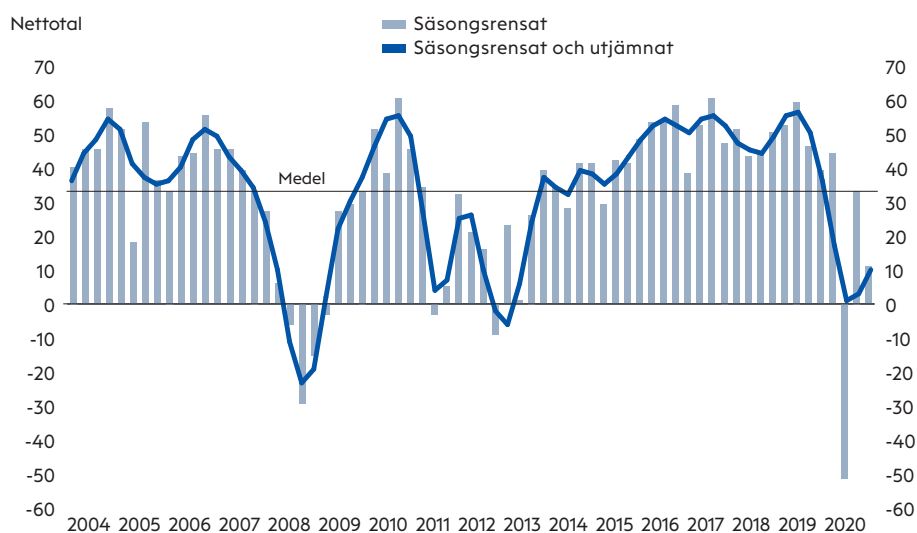


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2020.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: Netttotal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat positiva respektive negativa förväntningar avseende efterfrågan på företagets tjänster. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

ÅTERHÄMTNING I TJÄNSTESEKTORN PÅ GÅNG

De säsongsrensade och utjämnade förväntningarna i synen på efterfrågan på sex månaders sikt steg för både hotellbranschen som för tjänstesektorn totalt, se diagram 2. Nettotalet för tjänstesektorn i sin helhet, säsongsrensat och utjämnat, låg på 30, vilket var klart högre än för hotellföretagen där nettotalet låg på 10. Nettotalet för tjänstesektorn i sin helhet ligger nu knappt under det historiska snittet och har sitt högsta värde på två år.

En tydlig förbättring av efterfrågan från nivån under tredje kvartalet är att förvänta sig på sex månaders sikt för tjänstesektorn i sin helhet och visar att återhämtning i ekonomin är på god väg. De senaste veckornas ökade smittspridning runt om i Sverige och Europa skapar dock osäkerhet kring återhämtningen, inte minst för hotellnäringen.

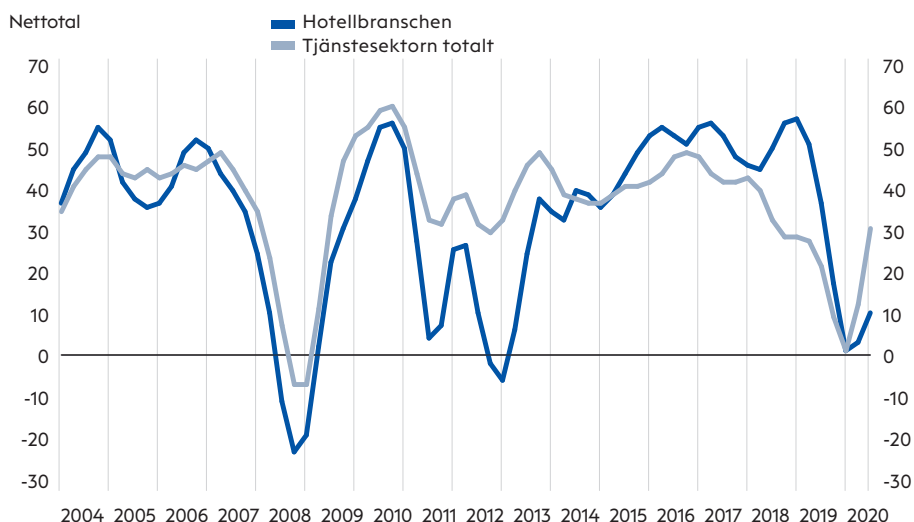


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2020, säsongsrensat och utjämnat.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: Nettotal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat positiva respektive negativa förväntningar avseende efterfrågan på företagets tjänster. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

HOTELLENS FÖRVÄNTNINGAR GER NORMALT EN GOD PROGNOIS

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på deras tjänster på sex månaders sikt har historiskt gett en god prognos över utfallet för den faktiska utvecklingen av efterfrågan. I diagram 3 visas dels utvecklingen av nettotalet för hotellens förväntningar på efterfrågan, dels den faktiska procentuella utvecklingen av hotellens logiomsättning (används här som en indirekt variabel för utvecklingen av omsättningen för hotellföretagens tjänster) för de perioder som förväntningarna avser. Värdena för båda variablerna uttrycks som fyra kvartals rullande medelvärden.

I och med det dramatiska tappet i efterfrågan på hotellrum som är en konsekvens av pandemin har dock sambandet blivit klart mindre tydligt. Även om förväntningarna på efterfrågan har försämrats kraftigt de senaste kvartalen har de inte fullt ut kunnat fånga upp den dramatiska nedgången i hotellbranschens faktiska logiomsättning.

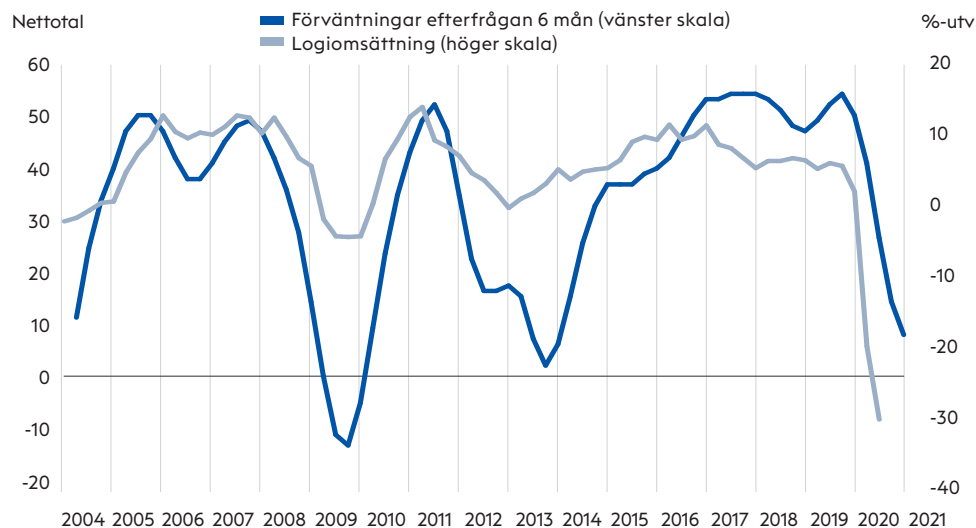


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2020 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet) & Inkvarteringsstatistiken (Tillväxtverket/SCB).

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

SVAGT POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR PÅ STIGANDE HOTELLRUMSPRISER

Det genomsnittliga hotellrumspriset på den svenska hotellmarknaden låg nästan 20 procent lägre i augusti jämfört med augusti 2019. Nedgången av snittpriset beror inte bara på att hotellen har sänkt sina priser utan också på att efterfrågans sammansättning har förändrats, vilket också påverkat snittpriset negativt. Bortfallet av majoriteten av de utländska gästerna har exempelvis inneburit att många hotell i de högre prissegmenten tappat en stor andel av sina gäster, vilket drar ned snittpriset på hela marknaden.

Det är en lite större andel hotellföretag som bedömer att de kommer att höja sina priser de närmaste tre månaderna än andelen som bedömer att de kommer att sänka priserna. Detta indikerar en mindre återhämtning av priserna de närmaste månaderna. Dock var nettotalet positivt även vid föregående kvartalsmätning men det faktiska utfallet var att prisnivån sjönk kraftigt. Detta visar att svårigheterna att göra prognoser i detta exceptionella läge är stora.

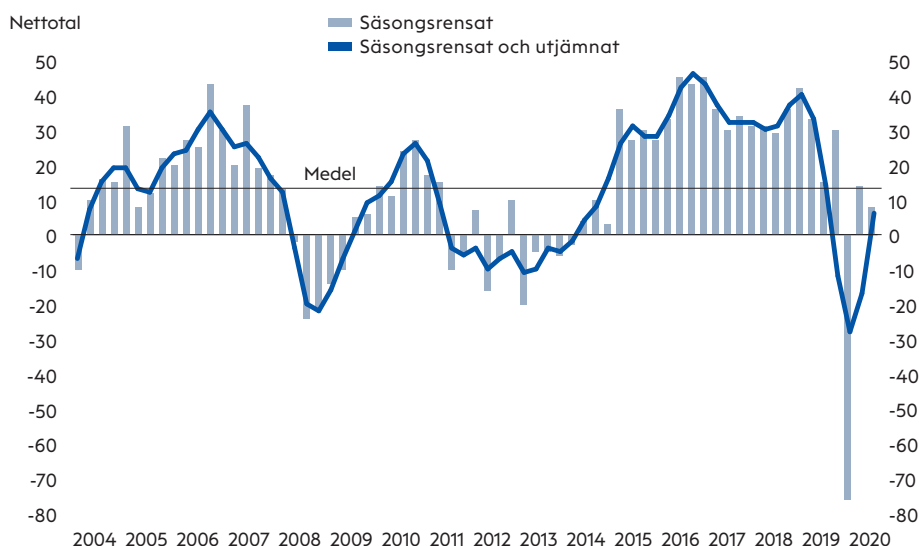


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2020.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: Nettotal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat att de förväntar sig höjda försäljningspriser jämfört med andelen som förväntar sig sänkta. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

HOTELLFÖRETAGENS SYN PÅ LÖNSAMHETEN

MYCKET DYSTER BILD AV HOTELLFÖRETAGENS LÖNSAMHET

Den svaga efterfrågan påverkar hotellföretagens lönsamhet. Andelen hotellföretag som anger att deras lönsamhet är dålig uppgår till 89 procent i denna mätning. Det är förvisso en liten förbättring jämfört med föregående mätning men i ett historiskt perspektiv är det en extremt låg nivå. Noterbart är dock att fyra procent av hotellföretagen faktiskt anger att lönsamheten är bra. Det är sannolikt ett resultat av den höga beläggningsgraden på vissa semesterorter under juli och augusti. Möjligheterna att med statligt stöd korttidspermittera personal året ut håller en del av hotellföretagen under armarna. Förvånansvärt nog är andelen konkurser bland hotellföretagen, mot bakgrund av läget, på en fortsatt låg nivå.

De relativt svaga förväntningarna på efterfråge- och prisutvecklingen på hotelltjänster de närmaste tre månaderna pekar inte på någon förbättring av lönsamheten för hotellföretagen under fjärde kvartalet. Att det kommer att slås ut fler hotelloperatörer innan årsskiftet är att räkna med.

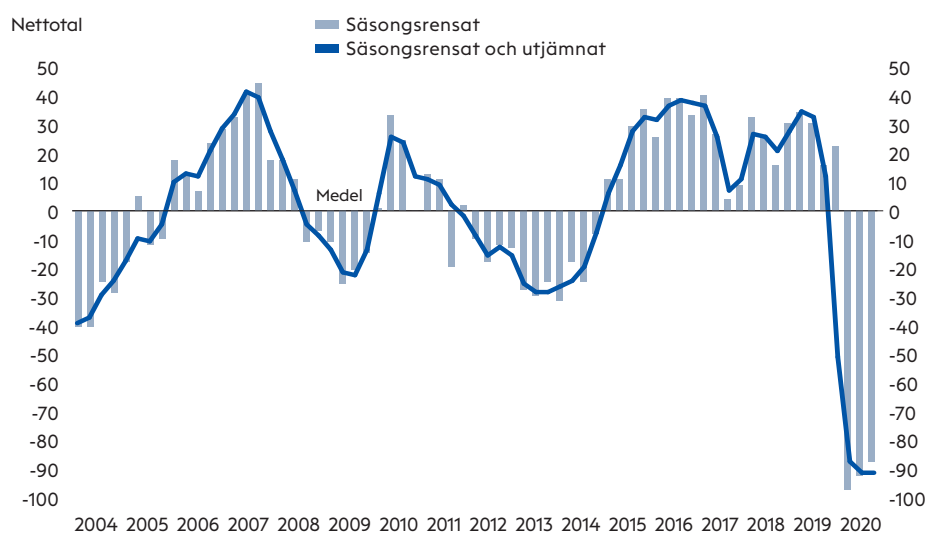


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge f.o.m. 3:e kvartalet 2020.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: Netttotal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat bra respektive dålig lönsamhet. Ett värde över 0 indikerar större andel företag som angett bra lönsamhet än som angett dålig lönsamhet.

TYDLIG KOPPLING MELLAN PRISUTVECKLING OCH SYNEN PÅ LÖNSAMHETEN

Det finns en tydlig koppling mellan hur hotellföretagen anger att de har förändrat sina försäljningspriser och hur de ser på sin lönsamhet. Enkelt uttryckt, när hotellföretagen anger att de har höjt sina försäljningspriser är de också mer nöjda med sin lönsamhet och vice versa. I diagram 6 visas dels utvecklingen av nettotalet för utfallet av hotellens försäljningspriser, dels nettotalet för hotellens syn på lönsamheten. Som diagrammet visar så ju högre nettotal för försäljningspriserna desto högre nettotal för lönsamheten och tvärtom.

Sedan Coronapandemin slog till i slutet på första kvartalet i år så har det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för både försäljningspriserna som lönsamheten fallit kraftigt bland hotellföretagen. Som redovisades tidigare i rapporten så pekar inte hotellföretagens förväntningar på någon större höjning av prisnivån på hotelltjänster de närmaste tre månaderna.

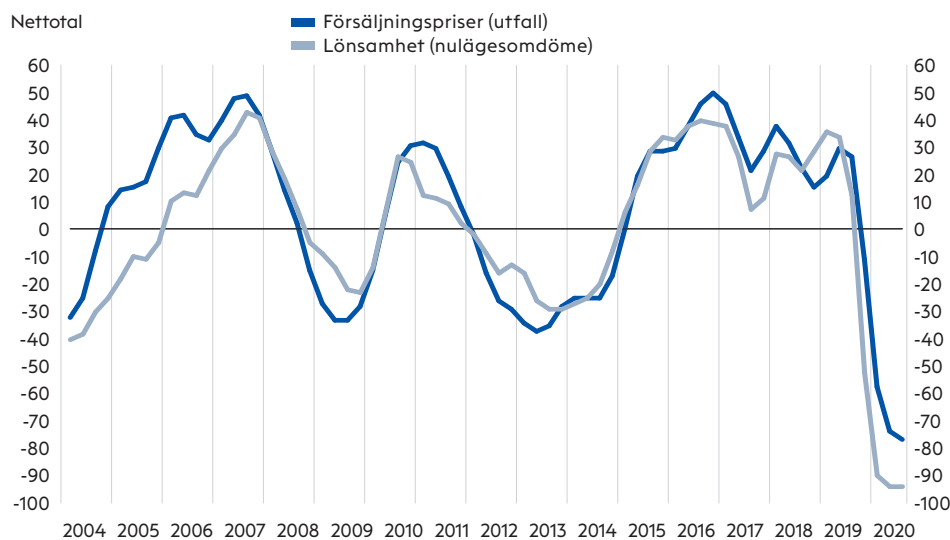


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 3:e kvartalet 2020.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet) & Inkonjunkturstatistiken (Tillväxtverket/SCB).

SYNEN PÅ LÖNSAMHETEN I TJÄNSTESEKTORN SOM UNDER ANDRA KRISER

Hotellföretagens syn på lönsamheten är betydligt mer dystert än för företagen i tjänstesektorn i sin helhet, se diagram 7. Nettotalet för lönsamheten, säsongsrensats och utjämnat, för hotellen låg under tredje kvartalet på -93 medan motsvarande för tjänstesektorn totalt låg på -24. Företagen i tjänstesektorn har klart mer positiv syn på efterfrågan de närmaste tre till sex månaderna jämfört med föregående mätning pekar på att lönsamheten i tjänstesektorn kommer att förbättras under sista kvartalet 2020.

För tjänstesektorn i sin helhet har krisens effekt på hur företagen ser på sin lönsamhet, som framgår av diagrammet, varit ungefär i paritet med tidigare kriser de senaste 15 åren. För hotellföretagen är den dock betydligt värre än tidigare kriser.

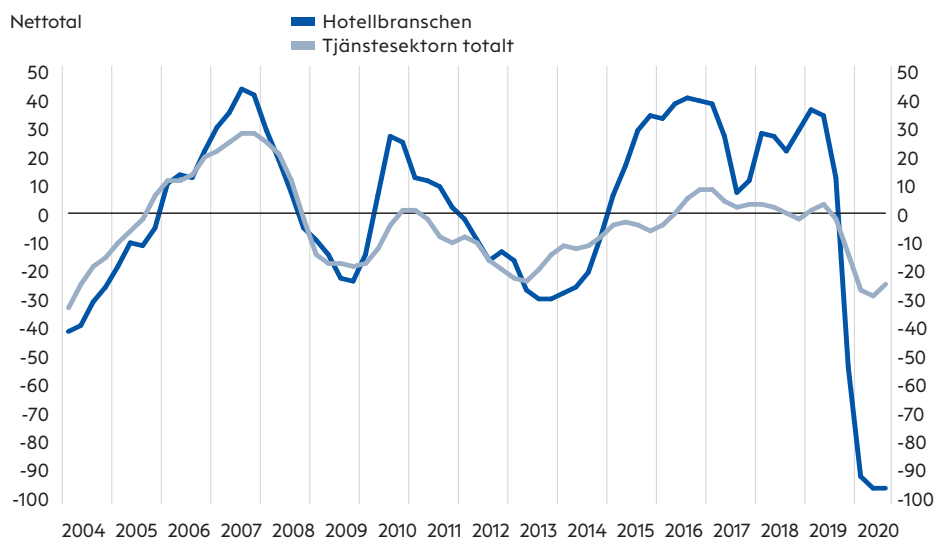


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorn bedömning av lönsamheten, säsongsrensats och utjämnat, nuläge t.o.m. 3:e kvartalet 2020.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: Nettototal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat bra respektive dålig lönsamhet. Ett värde över 0 indikerar större andel företag som angett bra lönsamhet än som angett dålig lönsamhet.

STARKT SAMBAND MELLAN HOTELLFÖRETAGENS SYN PÅ LÖNSAMHETEN OCH DEN FAKTISKA LÖNSAMHETEN

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, enligt Konjunkturbarometern, samvarierar historiskt väl med den faktiska lönsamheten på hotellmarknaden. I diagram 8 visas dels hotellföretagens bedömning av lönsamheten, dels den faktiska lönsamheten mätt som rörelsemarginalen för hotellmarknaden. På vänsterskalan avläser man rörelsemarginalen i procent och på högerskalan netttotalen för hotellföretagens bedömning av lönsamheten.

Historiskt har hotellföretagens bedömning av lönsamheten, enligt Konjunkturbarometern, givit en god indikation på den faktiska lönsamheten på hotellmarknaden. De historiskt låga netttotalen avseende synen på lönsamheten under de tre första kvartalen 2020 pekar på att den faktiska lönsamheten för hotellbranschen kommer att bli mycket svag för helåret 2020. Man får vara försiktig i tolkningen av diagram 8. Att branschen som helhet skulle uppvisa positiva lönsamhetstal för 2020 är inte sannolikt.

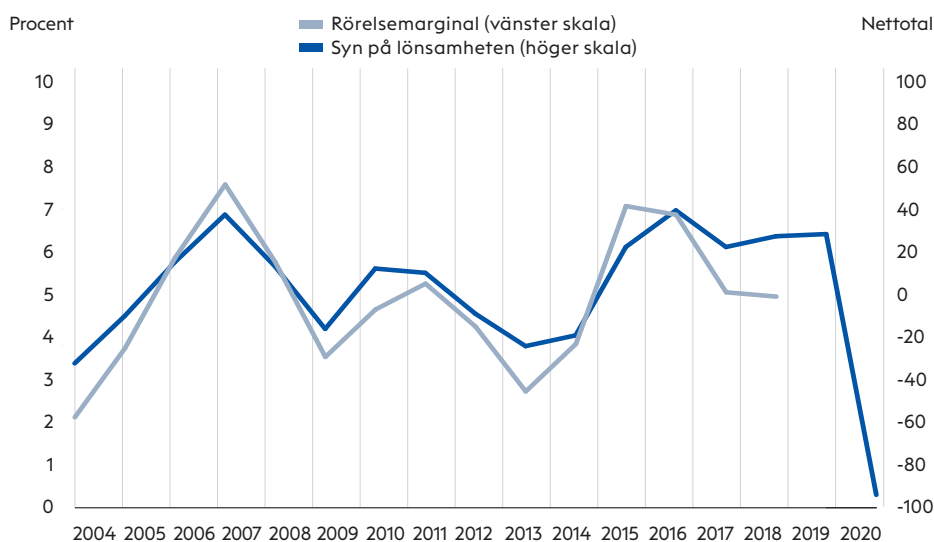


Diagram 8

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten och den faktiska lönsamheten mätt som rörelsemarginalen¹, årsvärden.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (konjunkturinstitutet)

Netttotal: Netttotal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat bra respektive dålig lönsamhet. Ett värde över 0 indikerar större andel företag som angett bra lönsamhet än som angett dålig lönsamhet.

¹Rörelsemarginal: Rörelseresultatet i procent av totalomsättning (rörelseresultat: totala intäkter minus rörelsekostnader).

BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

TROTS ALLT VISS BRIST PÅ HOTELLPERSONAL

Trots att nästan 75 procent av hotellföretagen sade upp personal under tredje kvartalet i år så finns det en mindre andel hotellföretag som anger brist på personal. Det visar att trots det allvarliga läge som hotellbranschen befinner sig i så finns det skillnader mellan hotellföretagen. Svårigheten att rekrytera skulle dessutom kunna hänga ihop med branschens utsatta läge. Det kan finnas ett visst motstånd att ta ett jobb i en bransch som befinner sig i en så djup kris som hotellbranschen gör just nu.

Med tanke på det stora antalet uppsägningar som skett i branschen under krisen finns det risk att bristen på personal kan bli ett problem när vändningen för branschen kommer. Många tidigare anställda kommer att ha tagit jobb i andra branscher och kanske inte är så intresserade av att komma tillbaka till hotellnäringsen. Det kan heller inte uteslutas att näringen, åtminstone i det kortare perspektivet, som en följd av den djupa krisen drabbas av ett ”stigma” där potentiell personal undviker branschen.

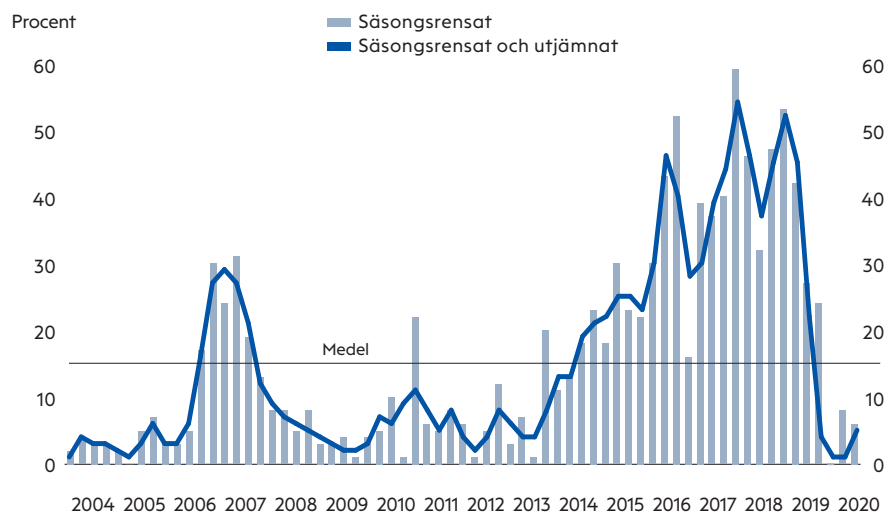


Diagram 9

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel f.o.m. 3:e kvartalet 2020.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

VART TIONDE TJÄNSTEFÖRETAG ANGER BRIST PÅ PERSONAL

I tjänstesektorn totalt låg bristen på personal kvar på ungefär samma nivå under tredje kvartalet som under andra kvartalet, se diagram 10. Ungefär vart tionde tjänsteföretag angav att det hade brist på personal.

Det är lika stor andel av tjänsteföretag som uppger att de förväntar sig att anställa under fjärde kvartalet som anger att de förväntar sig att minska antalet anställda. I det perspektivet är det sannolikt att bristen på personal kommer att ligga kvar på en relativt låg nivå.

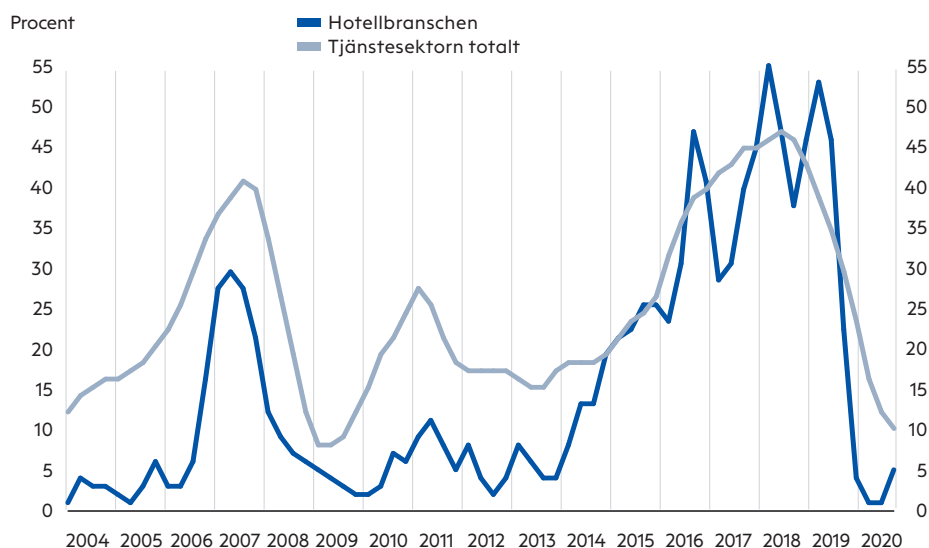


Diagram 10

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel t.o.m. 3:e kvartalet 2020.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

KONJUNKTURINSTITUTETS KONJUNKTURBAROMETER

Konjunkturinstitutet frågar varje månad svenska företag och hushåll om deras syn på ekonomin. Resultatet sammanställs i rapporten Konjunkturbarometern som ska ge snabba, kvalitativa indikationer om viktiga ekonomiska variabler.

I den här rapporten sammanställs resultaten från det som betecknas som kvartalsbarometern. I undersökningen ingår 164 verksamhetsenheter på hotellföretag där enheterna har minst 20 anställda. I sammanställningen av svaren är företagets svar viktade efter storlek där storleken utgörs av antalet anställda.

De fem frågor som det presenteras svar på i denna rapport är:

FRÅGA	SVARSALTERNATIV		
EFTERFRÅGAN PÅ FÖRETAGETS TJÄNSTER VÄNTAS PÅ 6 MÅNADERS SIKT	ÖKA	OFÖRÄNDRAT	MINSKA
FÖRSÄLJNINGSPRISERNA VÄNTAS DE NÄRMASTE 3 MÅNADERNA	ÖKA	OFÖRÄNDRAT	MINSKA
FÖRSÄLJNINGSPRISERNA HAR DE SENASTE 3 MÅNADERNA	ÖKAT	OFÖRÄNDADE	MINSKAT
LÖNSAMHETEN ÄR FÖR NÄRVARANDE	GOD	TILLFREDSSTÄLLANDE	DÅLIG
HAR FÖRETAGET FÖR NÄRVARANDE BRIST PÅ PERSONAL	JA	NEJ	

Svaren på de flesta frågorna presenteras med så kallade netttotal. Nettotalen definieras som skillnaden i andel mellan de företag som har svarat positivt respektive negativt. Ett värde över 0 indikerar större andel positiva än negativa och tvärtom.

I diagram 11 visas hur svarsfrekvensen bland de tillfrågade hotellföretagen har utvecklats över tiden. Svarsfrekvensen finns bara redovisad fr.o.m. andra kvartalet 2010. Det som redovisas i diagrammet är den genomsnittliga svarsfrekvensen för de frågor som redovisas i denna rapport. Som framgår av diagrammet har svarsfrekvensen de senaste tre åren legat runt 60 procent. Det betyder att svaren under den perioden är baserad på runt 100 verksamhetsenheter i hotellbranschen.

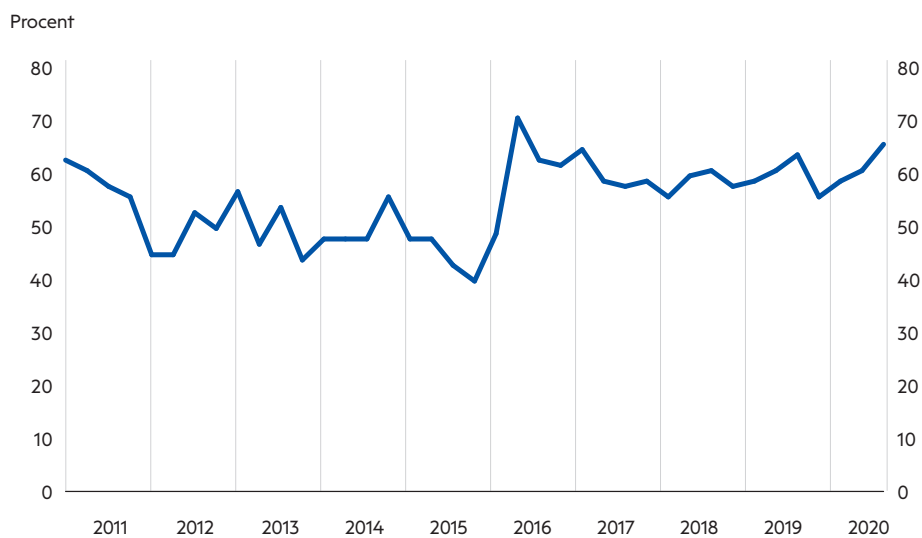


Diagram 11
Svarsfrekvens hotellföretagen, fr.o.m. 3:e kvartalet 2020.
Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).