

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer  
4:e kvartalet 2024**

**Fortsatt svag syn på nuvarande  
lönsamhet bland hotellföretagen**

**Februari 2025**



# INNEHÅLL

## **Sammanfattning / 3**

### **Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4**

Fler än 6 av 10 hotellföretag förväntar sig en ökad efterfrågan på sina tjänster / 4

Tjänstesektorn ser fortsatt positivt på framtida efterfrågan / 5

Det råder en positiv syn på framtida efterfrågan, vilket historiskt sett indikerar en ökning av logiomsättningens tillväxt / 6

### **Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7**

Fortsatt positiva förväntningar på priserna framöver / 7

### **Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8**

Ytterligare försämring i hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Försämrad syn på lönsamhet trots högre försäljningspriser / 9

Tjänstesektorn följer ungefär utvecklingen i hotellbranschen / 10

### **Bristen på personal i hotellbranschen / 11**

Låg personalbrist bland hotellföretagen / 11

Låg personalbrist bland tjänsteföretagen / 12

### **Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 13**

# SAMMANFATTNING

## FÖRSÄMRAD SYN PÅ LÖNSAMHET TROTS HÖGRE FÖRSÄLJNINGSPRISER

Framtidstron i hotellbranschen är mestadels positiv med förbättrad syn på framtida efterfrågan och framtida försäljningspriser. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för framtida efterfrågan på 6 månaders sikt är på en historiskt hög nivå. Synen på den nuvarande lönsamheten är dock negativ sedan mer än ett år tillbaka, både bland hotellföretagen och i tjänstesektorn. Lågkonjunkturen och hög inflation har dämpat tillväxten i efterfrågan på hotellrum i Sverige samtidigt som inflationen har drivit upp kostnaderna och försämrat lönsamheten. Med hänsyn till hotellföretagens alltmer positiva förväntningar om framtida efterfrågan och försäljningspriser förväntas en förbättrad lönsamhet framgent.

Personalbristen fortsatte att vara låg då 95 procent av hotellföretagen och 84 procent av tjänsteföretagen i undersökningen rapporterade att de inte har någon brist på personal. De flesta förväntar sig inte heller några större förändringar på 3 månaders sikt.

# HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

FLER ÄN 6 AV 10 HOTELLFÖRETAG FÖRVÄNTAR SIG  
EN ÖKAD EFTERFRÅGAN PÅ SINA TJÄNSTER

Optimismen bland hotellföretagens syn på efterfrågan på 6 månaders sikt fortsatte även under fjärde kvartalet. Under perioden ökade det säsongrensade och utjämnade nettotalet från 53 till 58 enheter, vilket är den högsta noteringen de senaste 20 åren förutom direkt efter pandemin när restriktionerna togs bort och det gick att börja resa igen. Utvecklingen har varit positiv sedan slutet av 2022 i takt med att flera av gästsegmenten som drabbades hårt av pandemin har återhämtat sig successivt.

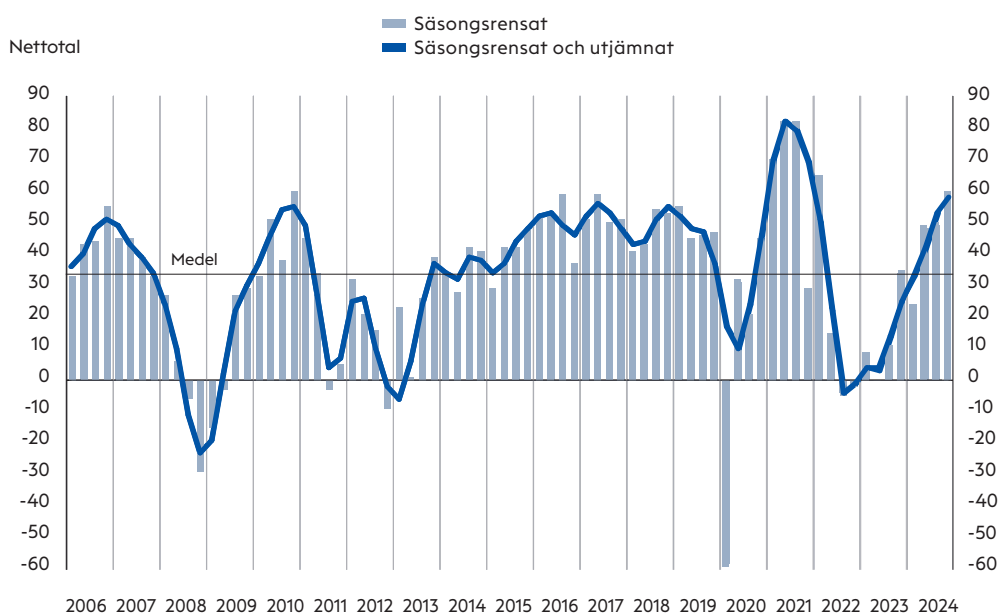


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt f.o.m. 4:e kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettototal: Nettototal 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.

## TJÄNSTESEKTORN SER FORTSATT POSITIVT PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN

Likt tredje kvartalet fortsätter optimismen i tjänstesektorn att öka och det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för efterfrågan på 6 månaders sikt ökade från 41 till 42 enheter. Hälften av företagen förutspår en ökad efterfrågan, medan endast 7 procent av företagen förutspår en minskad efterfrågan. Trenden har varit positiv sedan fjärde kvartalet 2022.

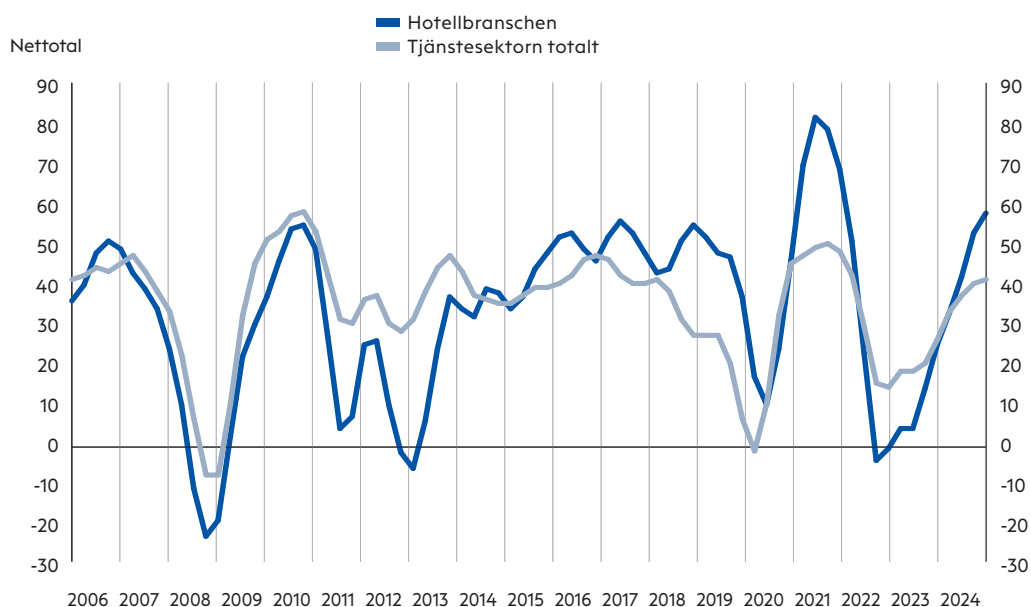


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2024, säsongsrensade och utjämnade.

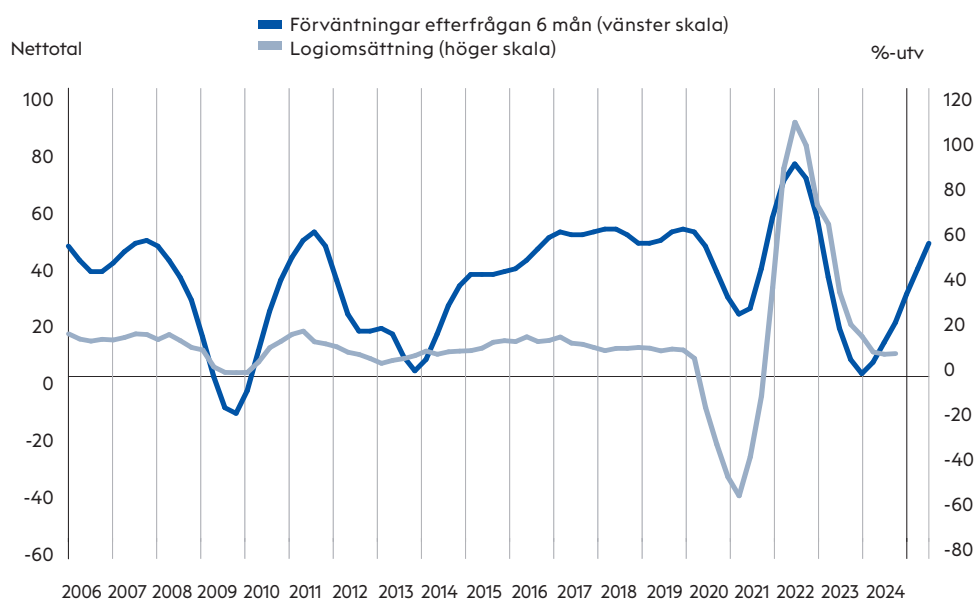
Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: 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.

## DET RÅDER EN POSITIV SYN PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN, VILKET HISTORISKT SETT INDIKERAR EN ÖKNING AV LOGIOMSÄTTNINGENS TILLVÄXT

Hotellföretagens förväntningar på framtida efterfrågan på sina tjänster de kommande 6 månaderna har historiskt sett varit en pålitlig indikator för den faktiska efterfrågeutvecklingen. I diagram 3 presenteras både hotellens förväntade efterfrågan, uttryckt som nettotalet, och den faktiska procentuella tillväxten av hotellens omsättning (som indirekt återspeglar efterfrågeutvecklingen på hotellföretagens tjänster) för de perioder som förväntningarna avser. Båda variablerna presenteras som ett rullande medelvärde över 4 kvartal.

Synen på framtida efterfrågan har successivt blivit mer positiv sedan tredje kvartalet 2022 efter att ha varit inne i en kort och intensiv negativ trend före dess, som i sin tur föregicks av rekordhöga nivåer. Den positiva utvecklingen indikerar en fortsatt positiv tillväxt för logiomsättningen.



**Diagram 3**

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2024 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

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

# HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

## FORTSATT POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA FRAMÖVER

Förväntningarna bland hotellföretagen på priserna på 3 månaders sikt under fjärde kvartalet fortsatte sin positiva utveckling från tredje kvartalet. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 39 till 52 enheter mellan tredje och fjärde kvartalet. Knappt hälften av företagen förväntar sig ökade försäljningspriser på 3 månaders sikt. Endast 7 procent tror på en minskning.

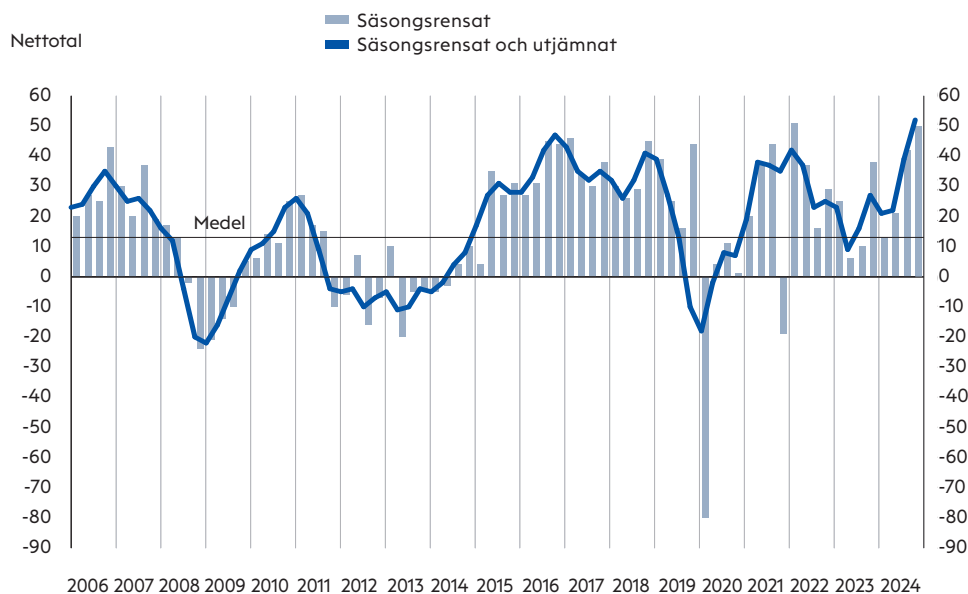


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2024.

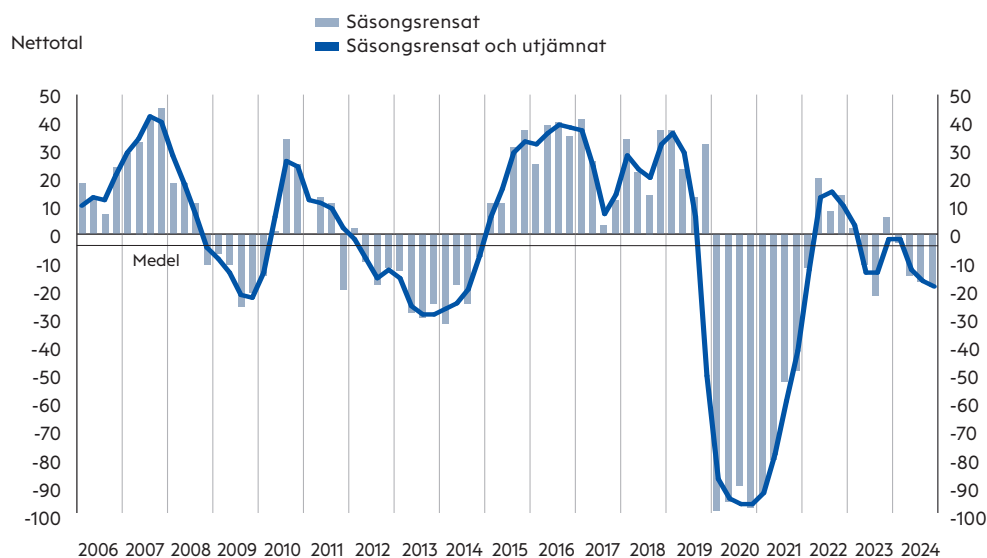
Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: Netttotal 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

## YTTERLIGARE FÖRSÄMRING I HOTELLFÖRETAGENS SYN PÅ LÖNSAMHETEN

Synen på den nuvarande lönsamheten i hotellbranschen fortsätter att vara negativ och det säsongsrensade och utjämnade nettotalet sjönk från -17 till -19 enheter mellan tredje och fjärde kvartalet. Nettotalet har nu varit negativt sedan andra kvartalet 2023. Endast 1 av 20 hotellföretag anser att lönsamheten är god medan drygt 6 av 10 anser att lönsamheten är tillfredsställande. 3 av 10 företag anser att lönsamheten är dålig.



**Diagram 5**

**Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 4:e kvartalet 2024.**

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.



## FÖRSÄMRAD SYN PÅ LÖNSAMHET TROTS HÖGRE FÖRSÄLJNINGSPRISER

Det finns historiskt sett 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, ju högre nettotal för försäljningspriserna desto högre nettotal för lönsamheten och tvärtom.

Under fjärde kvartalet steg det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för försäljningspriserna i hotellbranschen, medan nulägesomdömet av lönsamheten hade en negativ utveckling. Historiskt sett brukar dock dessa två variabler följa varandra.

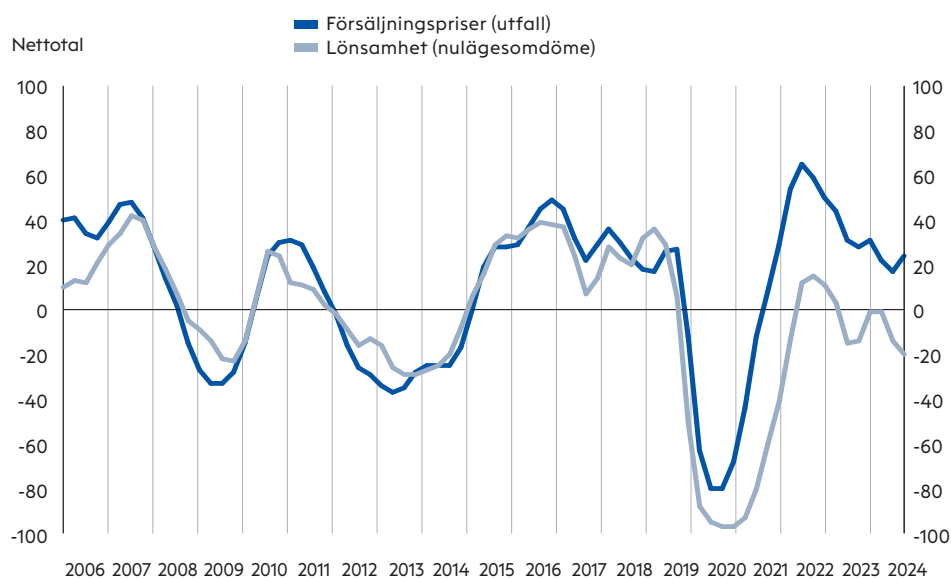


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 4:e kvartalet 2024.

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

## TJÄNSTESEKTORN FÖLJER UNGEFÄR UTVECKLINGEN I HOTELLBRANSCHEN

Synen på nuvarande lönsamhet i tjänstesektorn är fortsatt negativ och det säsongsrensade och utjämnade nettotalet sjönk från -18 till -20 enheter mellan tredje och fjärde kvartalet. Hälften av företagen anser att lönsamheten är tillfredsställande medan en tredjedel anser att den är dålig. Utvecklingen är väldigt lik den i hotellbranschen.

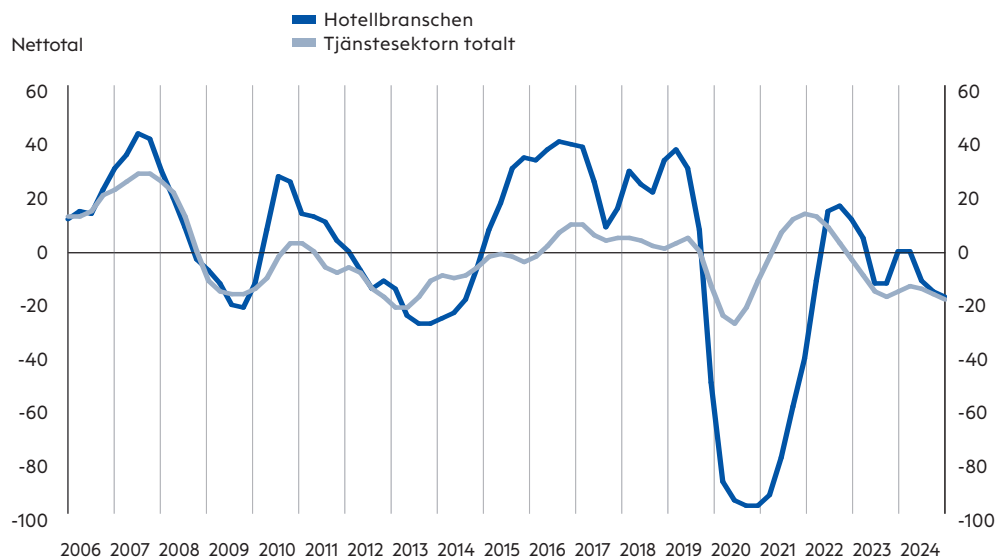


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongsrensad och utjämnad, nuläge t.o.m. 4:e kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: Nettotal 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.

# BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

## LÅG PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAGEN

Personalbristen inom hotellbranschen förblev låg under fjärde kvartalet och ökade bara marginellt jämfört med tredje kvartalet. Bland hotellföretagen ökade det säsongsanpassade och utjämnade nettotalet från 6 till 10 enheter, men i undersökningen uppgav samtidigt 95 procent av alla hotellföretag att de inte hade någon personalbrist.

På 3 månaders sikt förväntar sig 75 procent av hotellföretagen att deras antal anställda kommer att förbli oförändrat. 15 procent av företagen förväntar sig en minskning medan endast 9 procent tror att det kommer att öka. Jämfört med tredje kvartalet är branschen betydligt mer optimistisk och det säsongsrensade och utjämnade nyckeltalet ökade från -9 till 9.

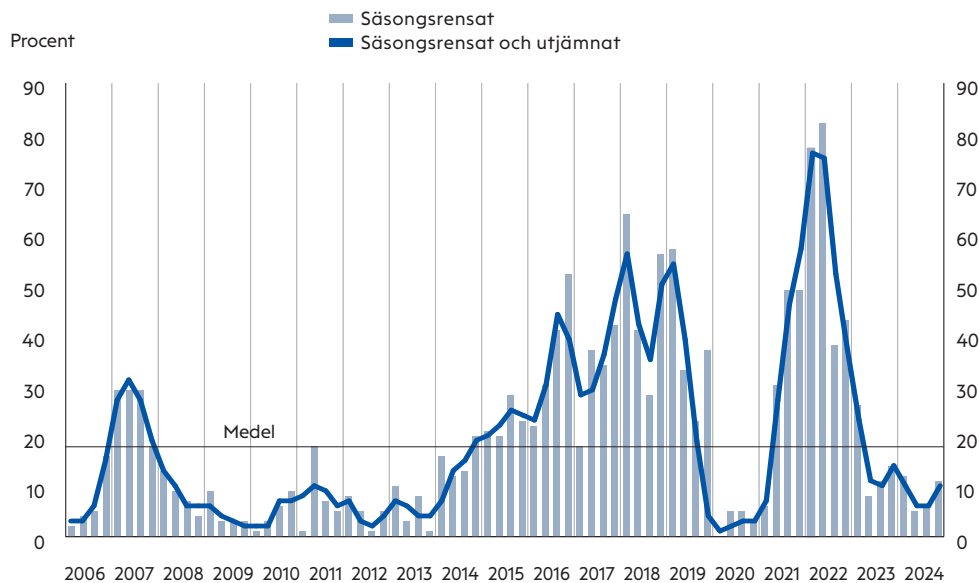


Diagram 8

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 4:e kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

## LÅG PERSONALBRIST BLAND TJÄNSTEFÖRETAGEN

Andelen tjänsteföretag som anser att de inte har brist på personal uppgick till 84 procent under fjärde kvartalet 2024. Det är en liten ökning jämfört med tredje kvartalet. Det säsongsrensade och utjämnade netto-talet för företag i tjänstesektorn som anger brist på personal fortsatte att minska och uppgick till 17 enheter under fjärde kvartalet.

På 3 månaders sikt förväntar sig drygt 6 av 10 företag i tjänstesektorn att antalet anställda kommer att förbli oförändrat. Bland övriga företag förväntar sig ungefär ena hälften en ökning och andra hälften en minskning.

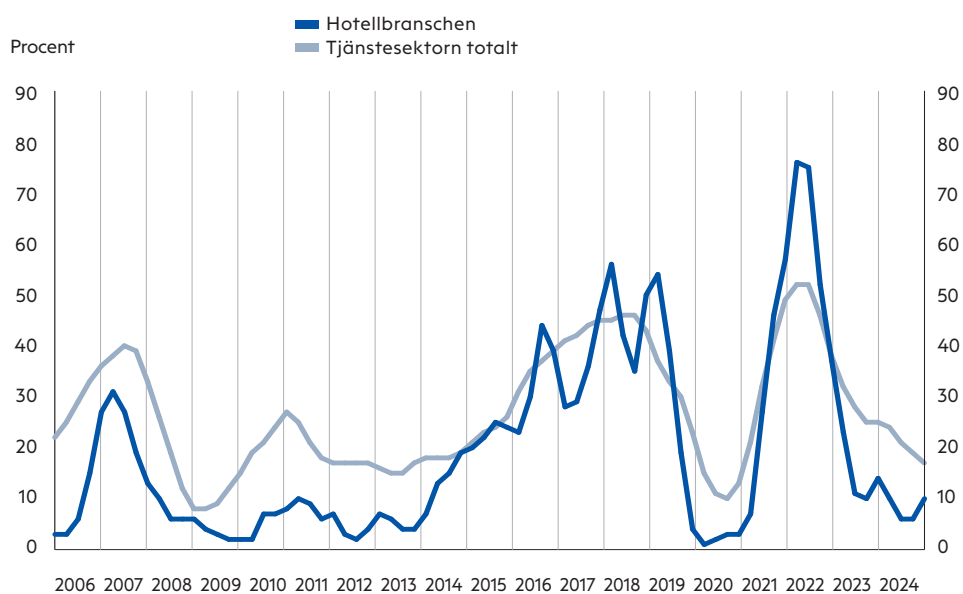


Diagram 9

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel t.o.m. 4:e kvartalet 2024.

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. Under de senaste tre åren har svarsfrekvensen legat omkring 60 procent, vilket betyder att svaren under den perioden är baserad på runt 100 verksamhetsenheter i hotellbranschen. 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 nettotal. 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.