

Hotellmarknadens konjunkturbarometer
4:e kvartalet 2025

**Positiv syn på efterfrågan på
6 månaders sikt bland hotellföretagen**

Februari 2026




Annordia
HOSPITALITY CONSULTING

INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Positiv utveckling för nyckeltalen och höga förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt bland hotellföretagen / 4

Fortsatt förbättrad framtidstro på efterfrågan på 6 månaders sikt i tjänstesektorn / 5

Positiv framtidstro på efterfrågan på 6 månaders sikt indikerar positiv tillväxt i logiomsättning / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Ökade rumspriser och högre förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt bland hotellföretagen / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Endast 3 av 10 hotellföretag upplever att lönsamheten är god, men nulägesomdömet fortsätter att förbättras / 8

Negativ syn på lönsamheten och fortsatt låga försäljningspriser / 9

Oförändrad negativ syn på lönsamheten bland tjänsteföretagen / 10

Bristen på personal i hotellbranschen / 11

Låg men svagt ökande personalbrist bland hotellföretagen / 11

Tjänstesektorn anger fortsatt relativt låg personalbrist / 12

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 13

SAMMANFATTNING

FORTSATT NEGATIV SYN PÅ LÖNSAMHETEN MEN POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN OCH FÖRSÄLJNINGSPRISER

Hotellnyckeltalen i Sverige var betydligt bättre under fjärde kvartalet 2025 jämfört med samma kvartal 2024. Snittpriset och logiomsättningen ökade med 3,3 respektive 8,5 procent, medan antalet belagda rum ökade med 5,0 procent och belägningsgraden ökade med 1,1 procentenheter.

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt och på försäljningspriserna på 3 månaders sikt förbättrades kraftigt under fjärde kvartalet, och nettotalet för efterfrågan nådde sin högsta nivå sedan fjärde kvartalet 2021. Lönsamheten är dock fortfarande en utmaning för hotellföretagen under fjärde kvartalet. Utvecklingen är likartad bland tjänsteföretagen där man ser med tillförsikt på framtida efterfrågan, men även där fortsätter lönsamheten att vara en utmaning. Personalbristen bland både hotell- och tjänsteföretagen fortsätter vara låg och majoriteten av de tillfrågade företagen förväntar sig att deras antal anställda förblir oförändrat på 3 månaders sikt.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

POSITIV UTVECKLING FÖR NYCKELTALEN OCH HÖGA FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN PÅ 6 MÅNADERS SIKT BLAND HOTELLFÖRETAGEN

Hotellnyckeltalen i Sverige hade en positiv utveckling under fjärde kvartalet 2025 då antalet belagda rum ökade med 5 procent och snittpriset med 3,3 procent jämfört med fjärde kvartalet 2024. Då beläggningsgraden ökade med 1,1 procentenheter innebär det att RevPAR ökade med 5,4 procent.

Hotellföretagens syn på efterfrågan på 6 månaders sikt fortsatte sin positiva trend och förbättrades kraftigt mellan tredje och fjärde kvartalet 2025 efter att ha försämrats under andra halvan av 2024 och första halvan av 2025. Mellan tredje och fjärde kvartalet ökade det säsongsrensade och utjämnade nettotalet från 49 till 64 enheter, vilket är den högsta noteringen sedan fjärde kvartalet 2021. 72 procent av företagen förväntar sig att efterfrågan ökar, 25 procent att den förblir oförändrad och resterande 3 procent att den minskar.

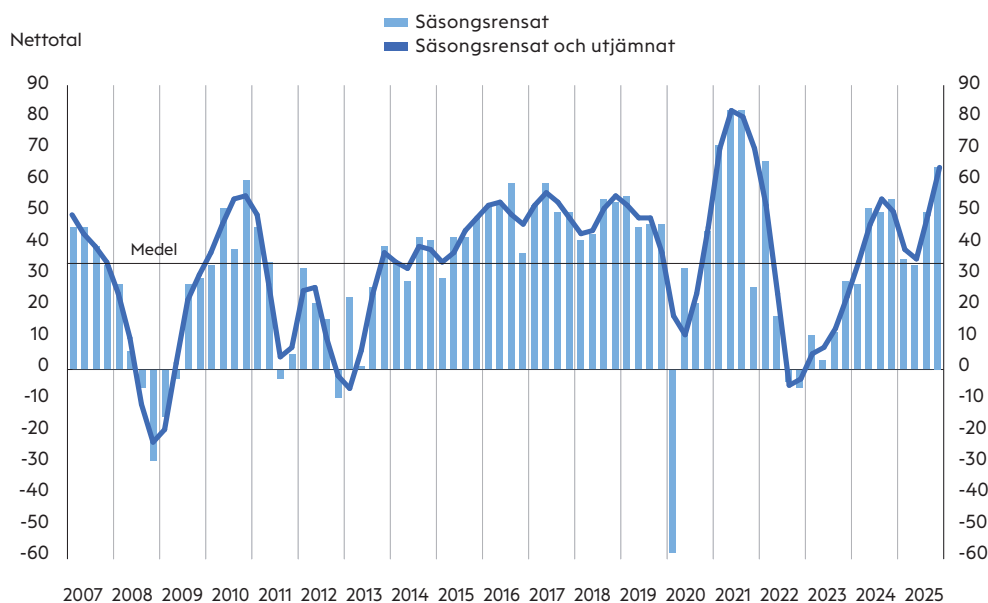


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2025.

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.

FORTSATT FÖRBÄTTRAD FRAMTIDSTRO PÅ EFTERFRÅGAN PÅ 6 MÅNADERS SIKT I TJÄNSTESEKTORN

Optimismen inom tjänstesektorn har ökat successivt under 2025 och förväntningarna på efterfrågan på 6 månaders sikt nådde under fjärde kvartalet sin högsta nivå (46 enheter) sedan fjärde kvartalet 2021. Under 2024 och första halvåret 2025 noterades nettotalet kring det historiska medelvärdet som uppgår till 36 enheter. Endast 4 procent av företagen förutspår en minskad efterfrågan. Bland de resterande 96 procenten är det något fler som förutspår ökad än oförändrad efterfrågan framöver.

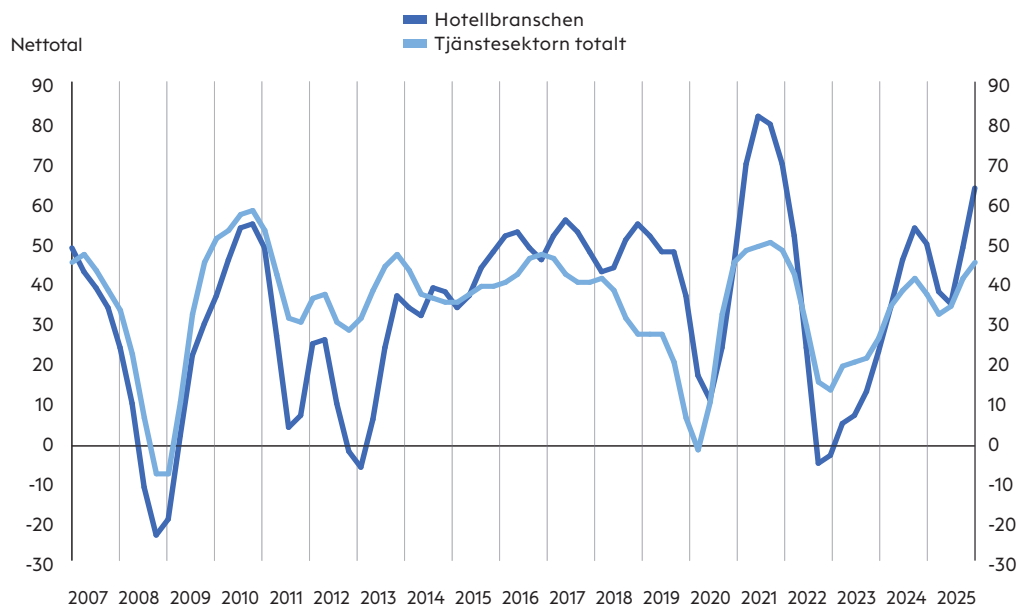


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2025, säsongsrensad och utjämnad.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

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

POSITIV FRAMTIDSTRO PÅ EFTERFRÅGAN PÅ 6 MÅNADERS SIKT INDIKERAR POSITIV TILLVÄXT I LOGIOMSÄTTNING

Hotellföretagens förväntningar på 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 är fortsatt positiv, med en kraftig förbättring mellan tredje och fjärde kvartalet 2025. Den fortsatt positiva synen på framtida efterfrågan indikerar att tillväxten i logiomsättning kommer att vara positiv även framöver.

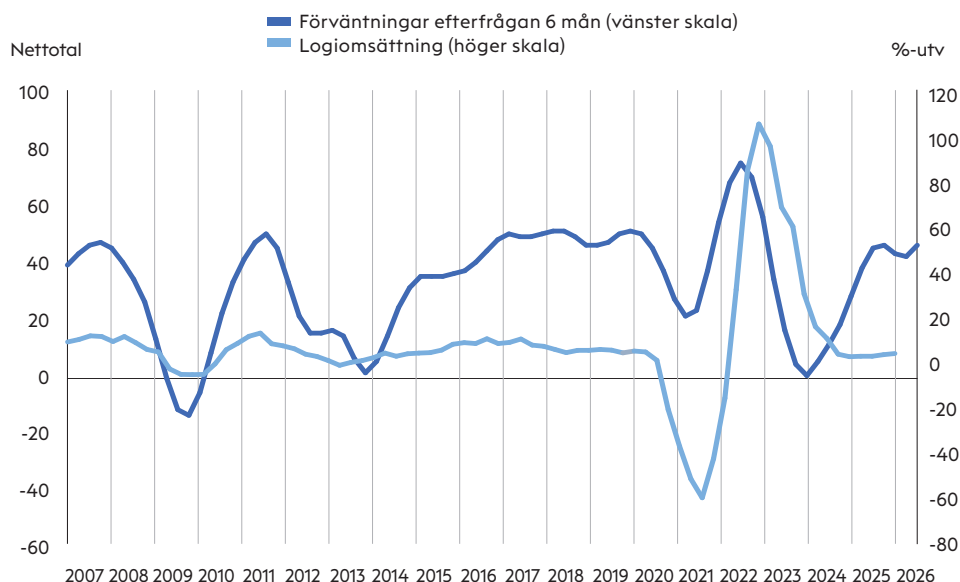


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2025 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

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

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

ÖKADE RUMSPRISER OCH HÖGRE FÖRVÄNTNINGAR PÅ FÖRSÄLJNINGSPRISERNA PÅ 3 MÅNADERS SIKT BLAND HOTELLFÖRETAGEN

Under fjärde kvartalet 2025 uppgick snittpriset för ett hotellrum i Sverige till 1 212 kronor, vilket kan jämföras med 1 173 kronor under samma kvartal 2024. Det motsvarar en ökning på 3,3 procent. Beläggningsgraden ökade samtidigt med 1,1 procentenheter från 53,9 till 55,0 procent.

Förväntningarna bland hotellföretagen på försäljningspriserna på 3 månaders sikt fortsatte öka under fjärde kvartalet 2025 och är nu mer än dubbelt så högt som det historiska medelvärdet. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 24 till 33 enheter mellan tredje och fjärde kvartalet 2025. Knappt hälften av företagen förväntar sig att försäljningspriserna kommer att öka på 3 månaders sikt medan drygt hälften förväntar sig en oförändrad nivå.

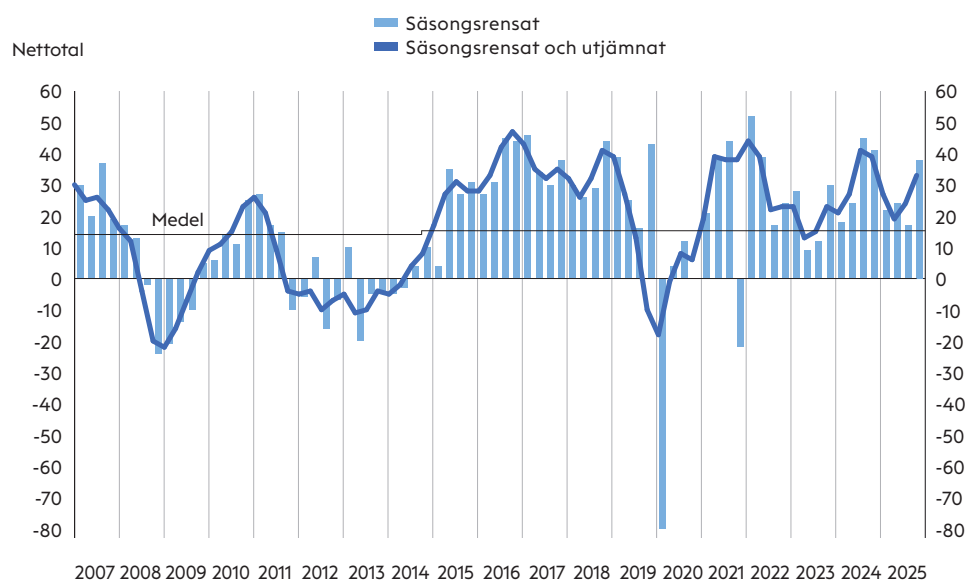


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2025.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: 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

**ENDAST 3 AV 10 HOTELLFÖRETAG UPPLEVER ATT LÖNSAMHETEN ÄR GOD,
MEN NULÄGESOMDÖMET FORTSÄTTER ATT FÖRBÄTTRAS**

Synen på den nuvarande lönsamheten i hotellbranschen är fortsatt negativ, även om det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från -10 till -4 enheter mellan tredje och fjärde kvartalet 2025. 3 av 10 hotellföretag anser att lönsamheten är god och bland resterande företag anser hälften att den är tillfredsställande och hälften att den är dålig.

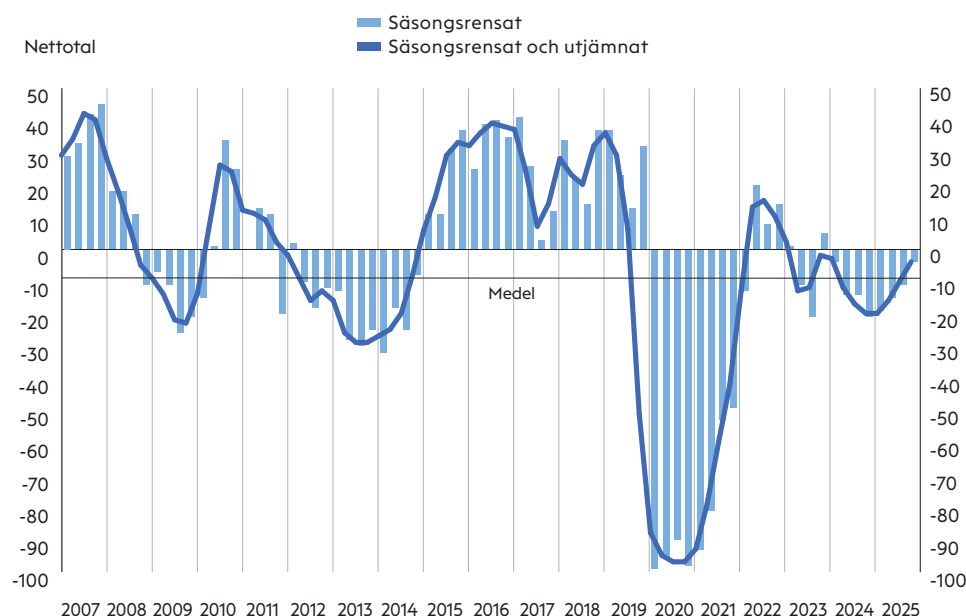


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 4:e kvartalet 2025.

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.

NEGATIV SYN PÅ LÖNSAMHETEN OCH FORTSATT LÅGA 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 2025 noterades det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för utfallet av försäljningspriserna i hotellbranschen under de senaste 3 månaderna till 14 enheter, jämfört med 5 och 6 enheter under andra och tredje kvartalet. Det är dock fortfarande långt ifrån de nivåer som uppnåddes under 2022-2024 då nettotalet noterades till mellan 20 och 70 enheter. De låga försäljningspriserna syns även i den negativa synen på nuvarande lönsamhet.

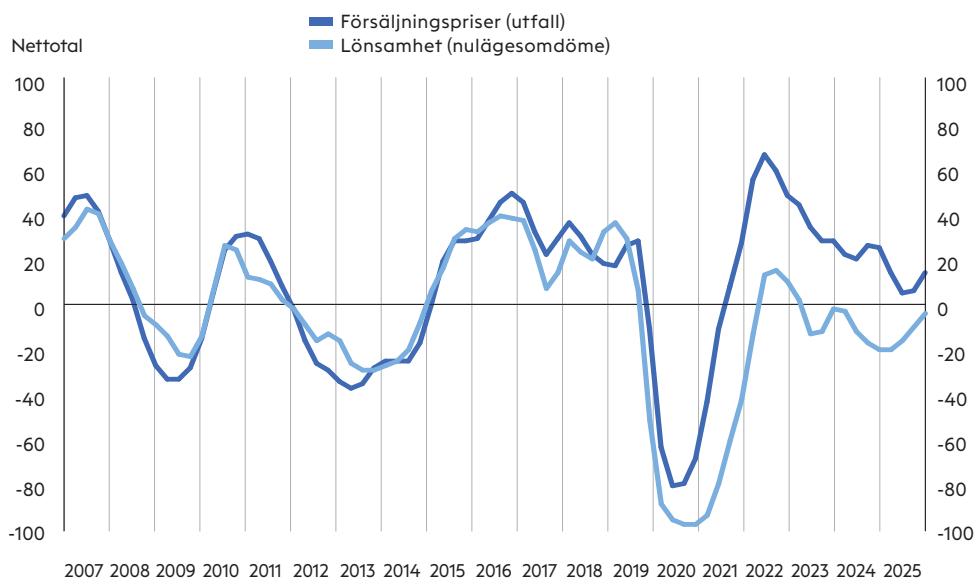


Diagram 6
Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 4:e kvartalet 2025.

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

OFÖRÄNDRAD NEGATIV SYN PÅ LÖNSAMHETEN BLAND TJÄNSTEFÖRETAGEN

Synen på den nuvarande lönsamheten i tjänstesektorn är fortsatt negativ. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet som uppgick till -14 under fjärde kvartalet 2025 har varit negativt sedan slutet av 2022. Knappt 60 procent av företagen anser att lönsamheten är tillfredsställande medan 30 procent anser att den är dålig. Utvecklingen är lik den i hotellbranschen.

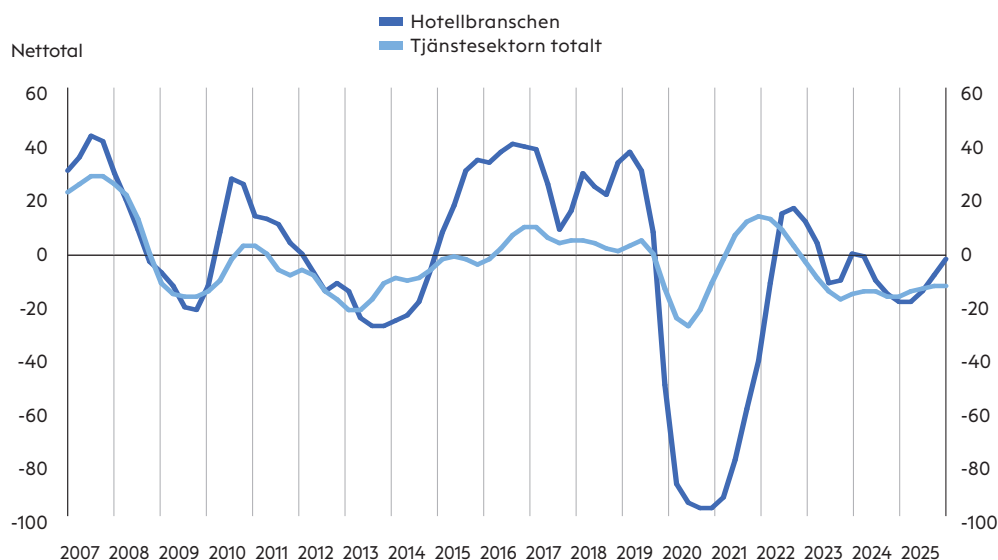


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongsrensad och utjämnad, nuläge t.o.m. 4:e kvartalet 2025.

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.

BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

LÅG MEN SVAGT ÖKANDE PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAGEN

Den låga personalbristen bland hotellföretagen fortsatte under fjärde kvartalet 2025 även om det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 8 till 14 enheter jämfört med tredje kvartalet, vilket tyder på en något ökad personalbrist. I undersökningen uppger 91 procent av hotellföretagen att de inte har någon brist på personal.

På 3 månaders sikt förväntar sig 84 procent av hotellföretagen att deras antal anställda kommer att förbli oförändrat. 10 procent av företagen förväntar sig en minskning medan resten förväntar sig en ökning. Jämfört med tredje kvartalet 2025 är branschen mer optimistisk under fjärde kvartalet och det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 7 till 11.

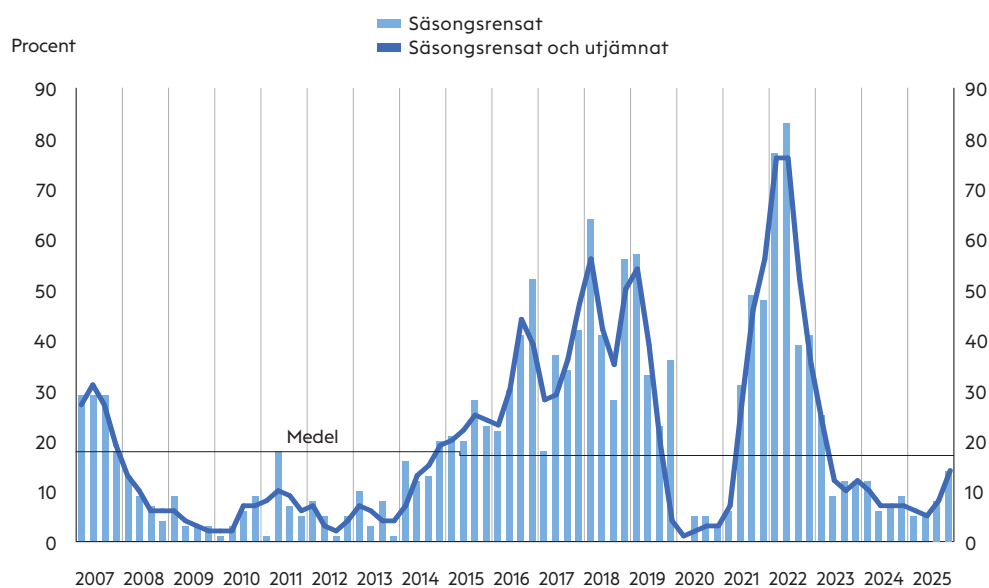


Diagram 8

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 4:e kvartalet 2025.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

TJÄNSTESEKTORN ANGER FORTSATT RELATIVT LÅG PERSONALBRIST

Andelen tjänsteföretag i undersökningen som anser att de inte har brist på personal uppgick till knappt 82 procent under tredje kvartalet 2025, vilket är ungefär i linje med föregående fem kvartal. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 17 till 18 enheter mellan tredje och fjärde kvartalet. På 3 månaders sikt förväntar sig 60 procent av företagen att deras antal anställda kommer att förbli oförändrat. Bland övriga företag förväntar sig fler en ökning än en minskning.

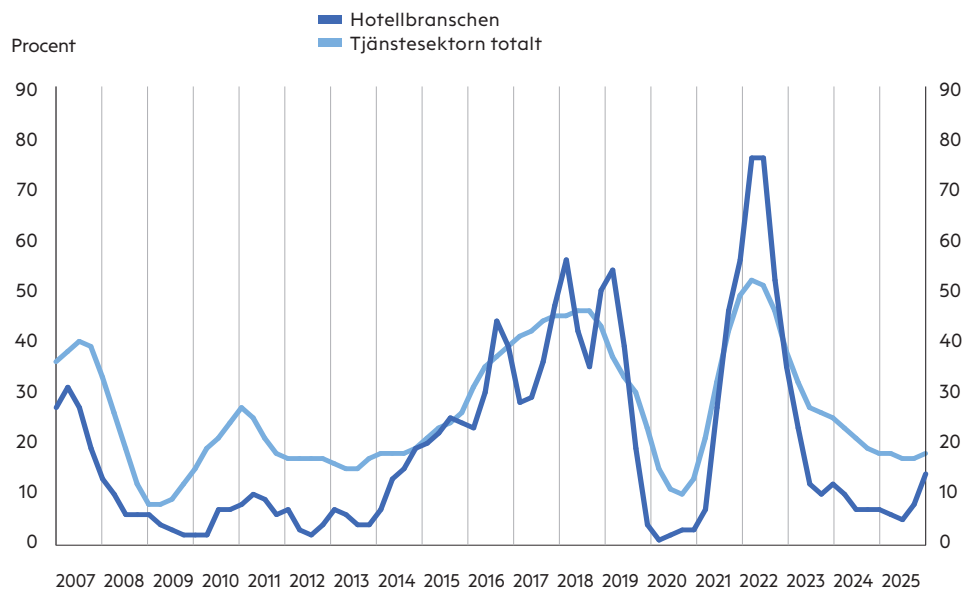


Diagram 9

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel f.o.m. 4:e kvartalet 2025.

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 cirka 170 verksamhetsenheter inom hotellbranschen, där varje enhet har minst 20 anställda. Under de senaste tre åren har den viktade svarsfrekvensen uppgått till knappt 60 procent. Med viktade svar avses att företagets svar har justerats utifrån deras storlek, där antalet anställda används som mått på storleken.

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. Netttotalen 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.