

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer  
1:a kvartalet 2023**

**Försiktig optimism  
karaktäriserar hotellmarknaden  
Maj 2023**



# INNEHÅLL

## **Sammanfattning / 3**

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

Positiva förväntningar på framtida efterfrågan / 4

Förbättrade förväntningar även i tjänstesektorn / 5

Hotellens förväntningar ger normalt en god prognos / 6

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

Färre än 1 av 10 hotellföretag förväntar sig sänkta priser på hotelltjänster framgent / 7

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

Förbättrad syn på lönsamhet i hotellbranschen / 8

Stark koppling mellan prisutveckling och synen på lönsamheten / 9

Sämre syn på lönsamhet i tjänstesektorn / 10

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

## **Bristen på personal i hotellbranschen / 12**

Låg personalbrist bland hotellföretag / 12

Även tjänsteföretagen anger en låg personalbrist / 13

## **Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 14**

# SAMMANFATTNING

## DET FÖRSTA KVARTALET VISAR PÅ EN OPTIMISM FÖR DEN FRAMTIDA UTVECKLINGEN INOM, I SYNNERHET, HOTELLBRANSCHEN

Hotellmarknadsstatistiken för kvartal 1 i Sverige visar på starka nyckeltal. Jämfört med motsvarande kvartal 2022 ökade antalet belagda rum med 31 procent, belägningsgraden med 26 procent, snittpriset med 13 procent och RevPAR med 43 procent. Man bör dock ha i åtanke att nyckeltalen delvis är påverkade av Covid-19 restriktioner och en hög inflation.

Till skillnad ifrån det fjärde kvartalet 2022, som genomsyrades av ovisshet, visar det första kvartalet 2023 på en försiktig optimism. Bland hotellföretagen prognostiserade nästan 5 av 10 att efterfrågan på 6 månaders sikt kommer öka. Detta kan jämföras med 2 av 10 hotell som bedömde att deras efterfrågan kommer minska framgent. Dessutom förväntar sig fler än 9 av 10 hotellföretag en oförändrad eller ökad prisnivå framgent och synen på lönsamhet har förbättrats något.

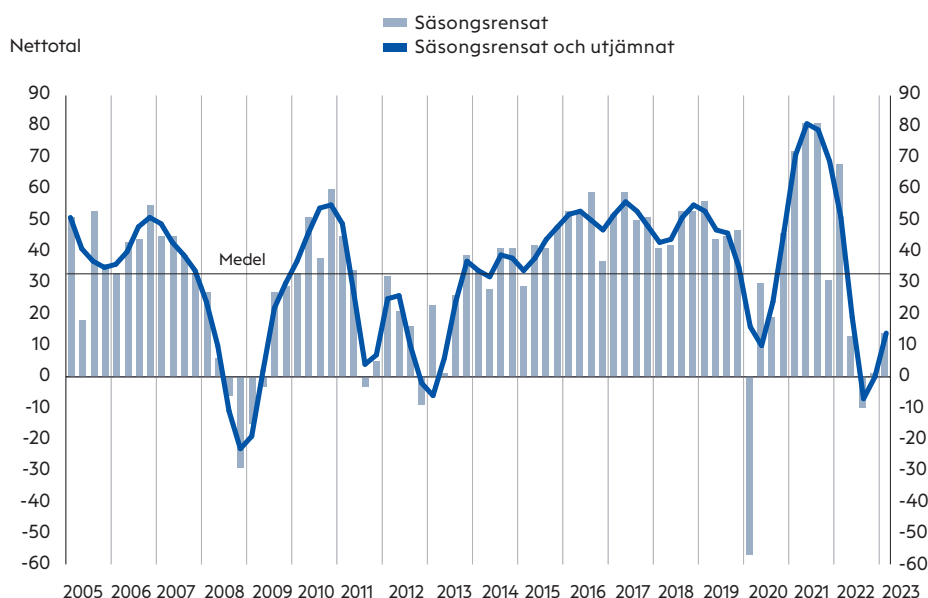
Trots den försiktigt optimistiska responsen under kvartal 1 kvarstår en osäkerhet skapad av ett riskfyllt makroekonomiskt klimat som ger upphov till en ovis utveckling framgent.

# HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

## POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN

Starka nyckeltal har karakteriserat det första kvartalet 2023, i synnerhet vid jämförelse med motsvarande period 2022. I Sverige har nivån på RevPAR ökat med 42,7 procent, belägningsgraden med 26,3 procent och snittpriset med 13,0 procent. Detta har till stora delar varit ett resultat av Covid-19 restriktionerna som fortfarande var aktiva under januari och februari 2022 samt den kraftiga prisökningen sedan dess. Likväl, visar de nya siffrorna från mars en fortsatt stark utveckling för merparten av de svenska regionerna.

Den goda utvecklingen har spridit optimism bland hotellföretagen vilket bidragit till en positiv utveckling av hotellens förväntningar. Både det säsongsrensade och det säsongsrensade, utjämnade nettotalet uppgår nu till 14 vilket växt fram från en låg, negativ nivå. Totalt sett svarade nästan 3 gånger så många företag att de förutser en positiv utveckling än de som förutspådde en negativ utveckling.



### Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2023.

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.

## FÖRBÄTTRADE FÖRVÄNTNINGAR ÄVEN I TJÄNSTESEKTORN

Under det första kvartalet 2023 utvecklades förväntningarna inom tjänstesektorn som stort i linje med hotellbranschen. Optimismen ökade därmed och uppvisade under kvartalet ett netttotal om 21 vilket innebär en nettotalsökning om 7 enheter.

Idag förväntar sig nästan 4 av 10 företag en ökad efterfrågan framgent medan mindre än 2 av 10 företag förväntar sig en negativ utveckling på efterfrågan av dess tjänster. Den största andelen företag förväntar sig dock en fortsatt oförändrad efterfrågan framgent.

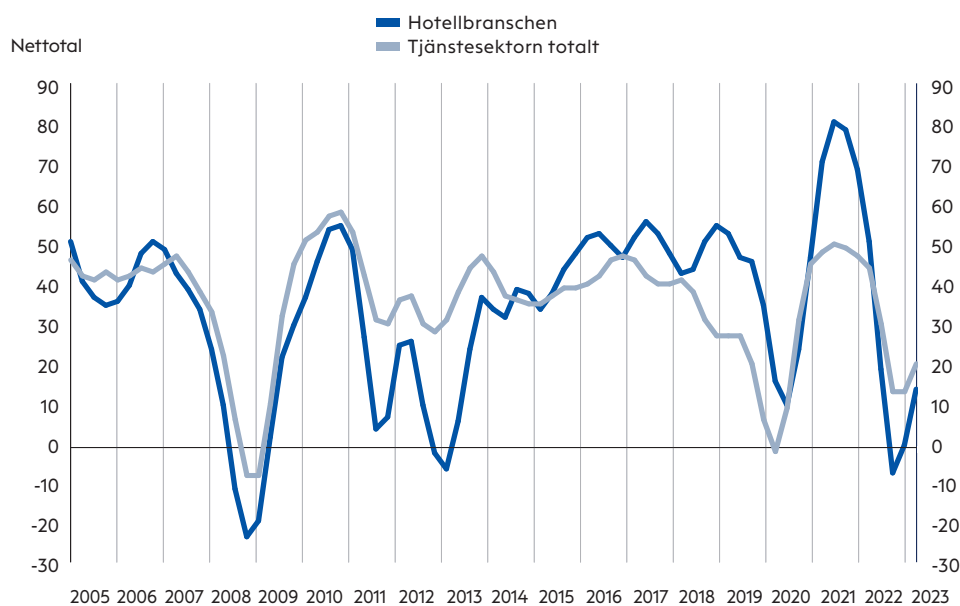


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2023, säsongrensat och utjämnat.

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.

## HOTELLENS FÖRVÄNTNINGAR GER NORMALT EN GOD PROGNOIS

Hotellföretagens förväntningar om framtida efterfrågan på sina tjänster på sex månaders sikt har historiskt givit 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.

Under det första kvartalet blev sambandet mellan den faktiska logiomsättningen och förväntningarna på framtida efterfrågan starkt då tillväxten av omsättningen dämpades något. Detta går i linje med det framåtsyftande rullande medelvärdet av hotellföretagens förväntningar som dämpats sedan andra kvartalet 2022. Prognosen över förväntningarna indikerar en lägre tillväxt av logiomsättning kommande två kvartal, vilket är väntat för en återgång till en mer normal nivå i takt med att återhämtningen efter pandemin fullbordas.

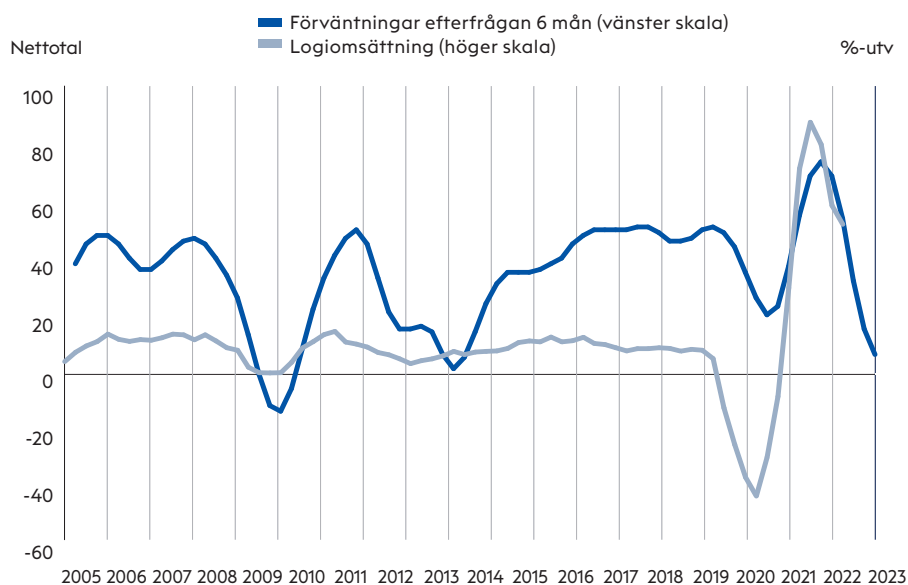


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2023 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

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

# HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

FÄRRE ÄN 1 AV 10 HOTELLFÖRETAG FÖRVÄNTAR SIG  
SÄNKTA PRISER PÅ HOTELLTJÄNSTER FRAMGENT

Genomsnittspriset för ett hotellrum var 1 087 kronor under det första kvartalet 2023 och 962 kronor under det första kvartalet 2022, vilket motsvarar en ökning om 13 procent från 2022 till 2023. Man bör dock ha i åtanke restriktionerna som fanns på plats under januari och februari 2022 som i kombination med en hög inflation påverkade snittprisets utveckling. I jämförelse med första kvartalet 2019 var snittpriset för det första kvartalet 2023 10 procent högre.

Under det första kvartalet minskade antalet hotellföretag som förväntar sig lägre priser framgent med drygt 80 procent samtidigt som antalet företag som förväntar sig oförändrade priser framgent ökade med 43 procent. Även antalet företag som förväntar sig högre priser ökade om cirka 15 procent.

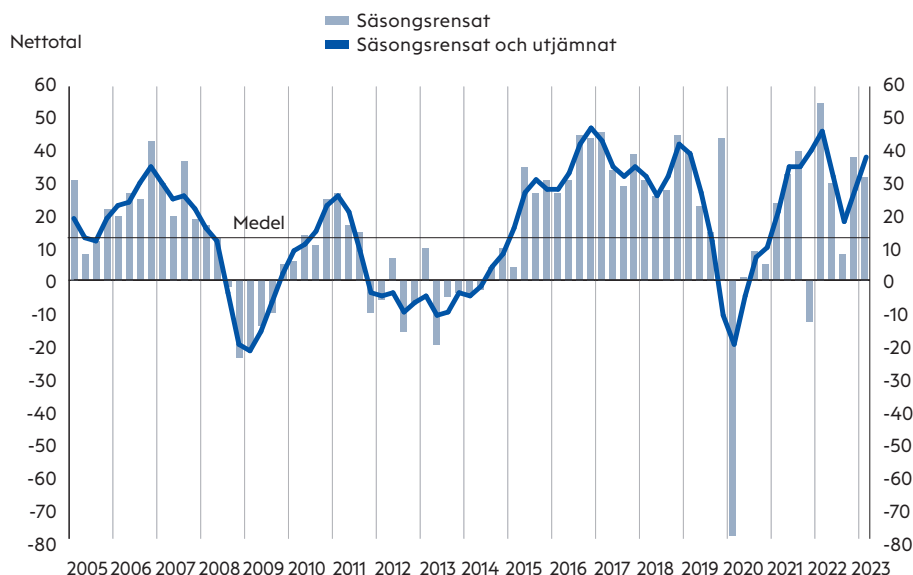


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2023.

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

## FÖRBÄTTRAD SYN PÅ LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Hotellföretagens syn på lönsamhet förbättrades något (säsongrensade och utjämnade) under kvartal 1 med en nettotalsökning om 4. Ökningen är bland annat i linje med utvecklingen av hotellföretagens förväntningar på framtida efterfrågan.

Under det första kvartalet speglar dock inte det säsongrensade och utjämnade nettotalet de faktiska svar som genererades av hotellföretagen. Utfallet kan förklaras av att synen på lönsamhet är en nulägesbedömning, som alstrar en något mer pessimistisk syn under kvartal 1 som ofta är den period under året med lägst efterfrågan på hotell. Enligt enkäten svarade därför cirka 2 av 10 företag att de hade god lönsamhet, cirka 4 av 10 att de hade oförändrad lönsamhet och cirka 4 av 10 företag att de hade en minskad lönsamhet.

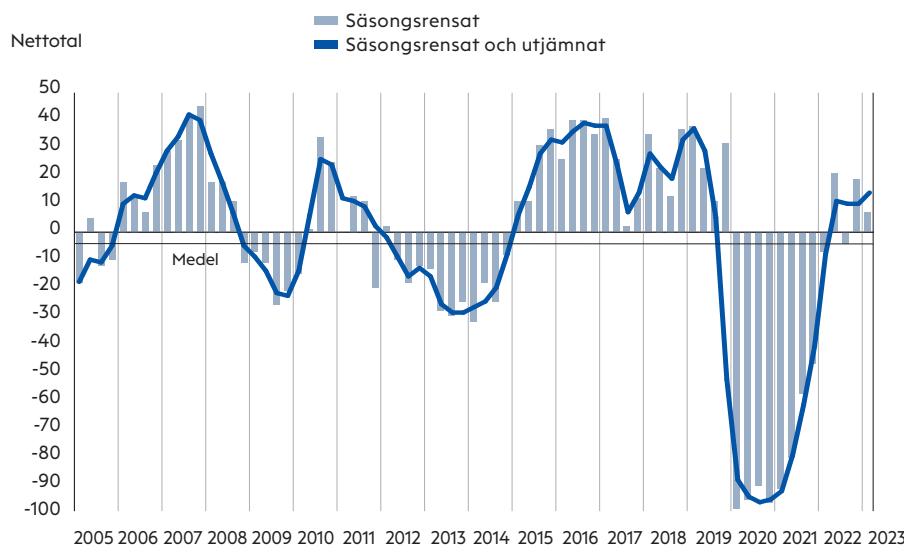


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 1:a kvartalet 2023.

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.



## STARK KOPPLING MELLAN PRISUTVECKLING OCH SYNEN PÅ LÖNSAMHETEN

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.

Kvartal 1 visar på en positiv utveckling av både lönsamheten och försäljningspriserna. Den något pessimistiska prognosen från föregående kvartal har därmed inte slagit igenom och ger upphov till en något oviss utveckling framgent.

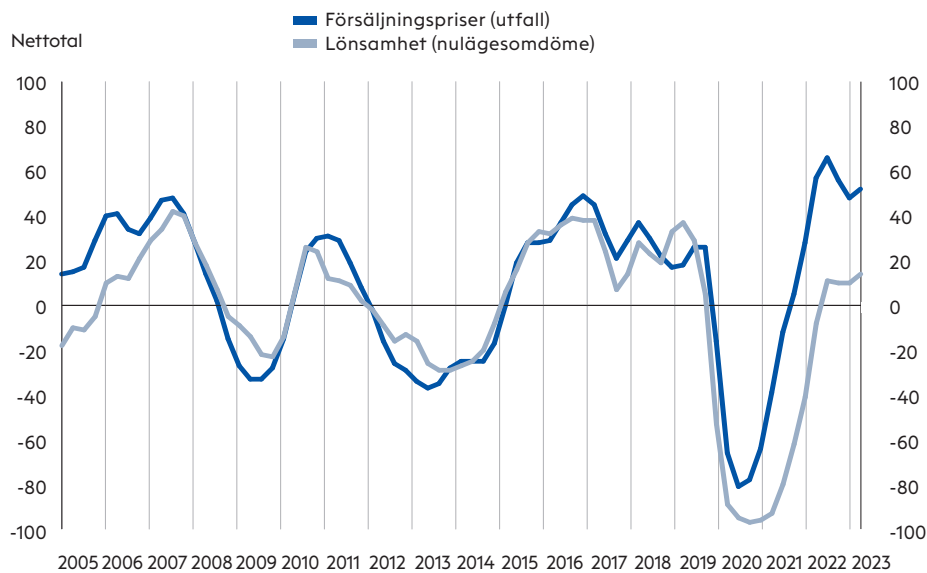


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 1:a kvartalet 2023.

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

## SÄMRE SYN PÅ LÖNSAMHET I TJÄNSTESEKTORN

Den återhämtning som är synlig inom hotellbranschen speglar inte utvecklingen av synen på lönsamhet inom tjänstesektorn. Under det första kvartalet 2023 sjönk nettotalet för sektorn från -5 till -8, vilket betonar en växande pessimism bland företagen. Nivån på pessimismen är dock relativt försumbar i jämförelse med nivåerna under pandemin då synen på lönsamhet sjönk till -29 som lägst.

Av tjänsteföretagen som besvarade barometern angav knappt 2 av 10 företag att de hade en god nuvarande lönsamhet, cirka 3 av 10 företag att de hade en oförändrad lönsamhet och drygt 5 av 10 företag att de hade en minskad lönsamhet. Tjänsteföretagens fortsatt dämpade förväntningar på framtida efterfrågan indikerar en sämre lönsamhet för sektorn i stort framgent.

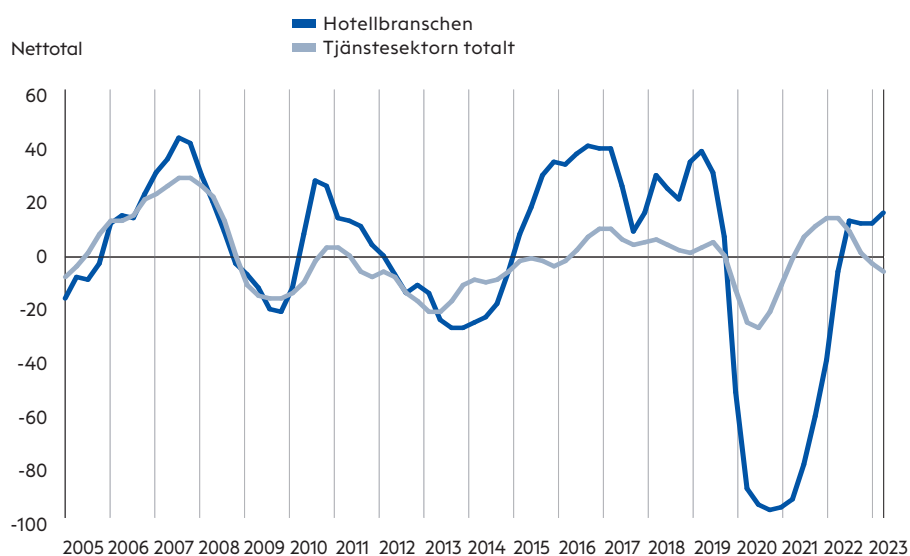


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongsrensats och utjämnat, nuläge t.o.m. 1:a kvartalet 2023.

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.

## 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.

Förbättringen av synen på lönsamheten under kvartal 1 kan peka på att lönsamheten för hotellföretag kommer att förbättras under 2023. Trots detta skapar det fortsatt osäkra makroekonomiska läget en oviss utveckling framgent.

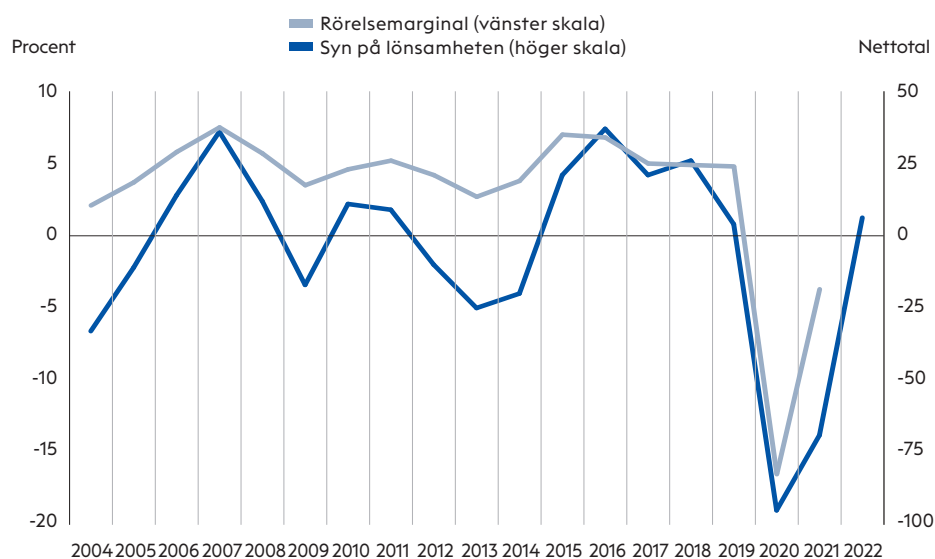


Diagram 8

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten och den faktiska lönsamheten mätt som rörelsemarginalen<sup>1</sup>, 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.

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

# BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

## LÅG PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAG

Det säsongrensade och utjämnade nettotalet för nulägesbedömningen av hotellföretagens personalbrist ökade något under det första kvartalet från ett nettotal om 40 till ett nettotal om 43. Trots detta består samma svarsandelar som föregående kvartal där cirka 2 av 10 företag ansåg att de har en personalbrist och cirka 8 av 10 företag ansåg att de inte hade personalbrist. Detta kan dock förklaras av att nettotalet jämnas ut över året.

Framgent bedömer merparten av företagen (6 av 10) att deras antal anställda kommer att vara oförändrat medan drygt 4 av 10 företag bedömer att antalet anställda kommer öka, vilket kan jämföras med drygt 2 av 10 företag föregående kvartal. Vidare bedömer färre än 1 av 10 företag att de komma att minska antalet anställda framgent, jämfört med drygt 2 av 10 företag kvartal 4.

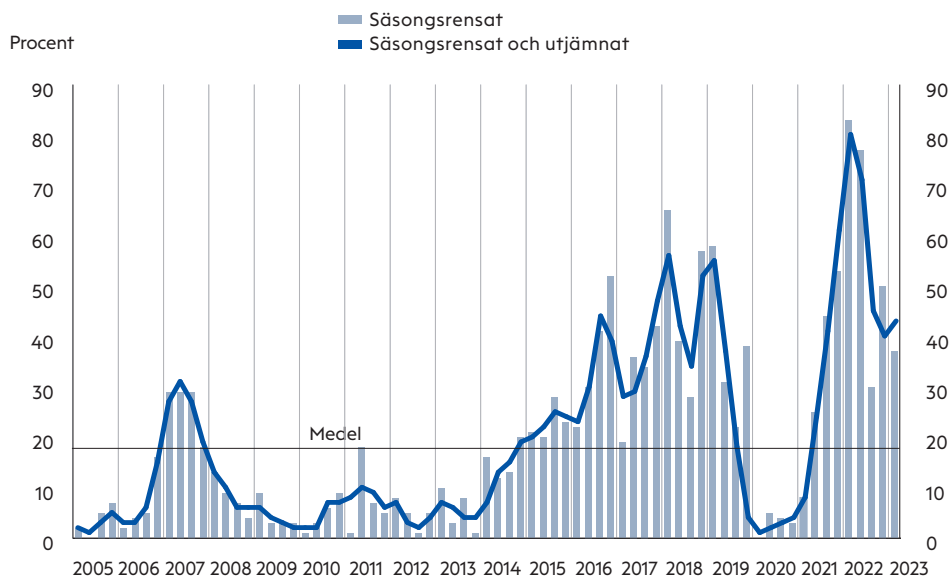


Diagram 9

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 1:a kvartalet 2023.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

## ÄVEN TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER EN LÅG PERSONALBRIST

Likt för synen på lönsamhet speglade inte utvecklingen av hotellbranschen tjänstesektorn i stort gällande personalbrist. Nettotalet för sektorn minskade med cirka 16 procent från ett nettotal om 38 till 32. Totalt sett svarade cirka 7 av 10 tjänsteföretag att de inte har någon rådande personalbrist.

Framgent bedömer cirka 6 av 10 företag att antalet anställda kommer vara oförändrat medan knappt 3 av 10 företag tror att antalet anställda kommer öka. Vidare uppgav färre än 2 av 10 tjänsteföretag att antalet anställda förväntas minska framgent.

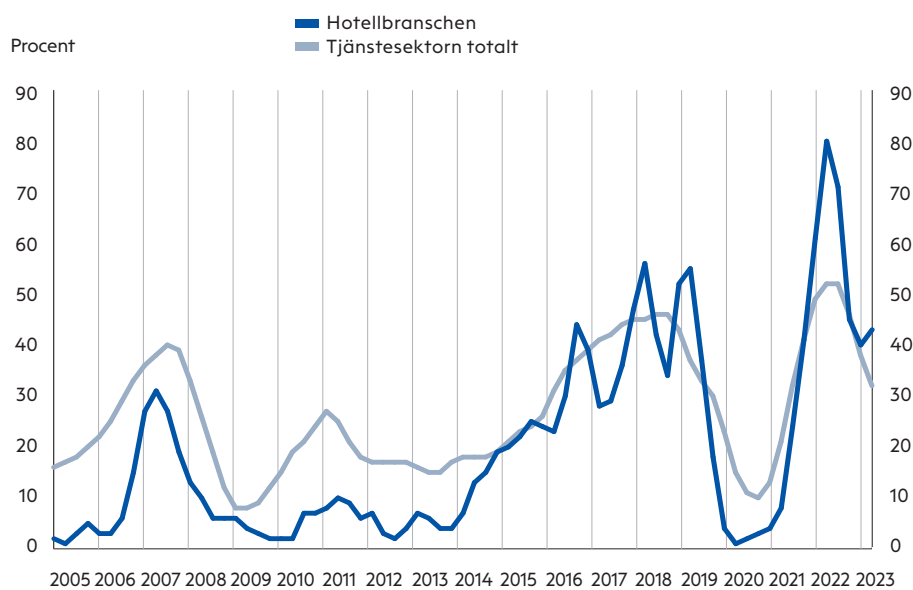


Diagram 10

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel t.o.m. 1:a kvartalet 2023.

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.