

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer  
3:e kvartalet 2024**

**Positiv framtidstro  
karaktäriserar hotellbranschen  
November 2024**



# INNEHÅLL

## **Sammanfattning / 3**

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

Fyra av tio hotellföretag förväntar sig en ökad efterfrågan på sina tjänster / 4

Positiv syn på framtida efterfrågan i tjänstesektorn / 5

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

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

Försiktigt positiva förväntningar på priserna framöver / 7

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

Synen på lönsamheten i hotellbranschen fortsatte att försämras / 8

Försämrad syn på lönsamhet trots högre priser / 9

Tjänstesektorn följer ungefär utvecklingen i hotellbranschen / 10

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

Ingen större brist på personal bland hotellföretagen / 11

Tjänsteföretagen anger låg personalbrist / 12

### **Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 13**

# SAMMANFATTNING

## **FORTSATT POSITIV SYN PÅ EFTERFRÅGAN FRAMÖVER MEN FÖRSÄMRAD SYN PÅ NUVARANDE LÖNSAMHET**

Det råder generellt en positiv framtidstro i hotellbranschen med förbättrad syn på framtida efterfrågan och framtida försäljningspriser. Synen på den nuvarande lönsamheten är dock inne i en negativ trend, både bland hotellföretagen och i tjänstesektorn.

Under tredje kvartalet, som också generellt är det starkaste för hotellbranschen på riksnivå, ökade snittpriset och logiomsättningen i riket med 1,7 respektive 3,9 procent jämfört med samma kvartal 2023. Antalet belagda rum ökade samtidigt med 2,2 procent och beläggningsgraden ökade med 0,3 procentenheter. Personalbristen fortsatte att vara låg då 92 procent av hotellföretagen i undersökningen rapporterade att de inte har någon brist på personal. Vidare förväntar sig drygt hälften av både hotellföretagen och företagen i tjänstesektorn att antalet anställda förblir oförändrat på 3 månaders sikt. Dock ökade andelen hotell- och tjänsteföretag som förväntar sig att antalet anställda ska minska, vilket ledde till försämrade netttotal.

# HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

## FYRA AV TIO HOTELLFÖRETAG FÖRVÄNTAR SIG EN ÖKAD EFTERFRÅGAN PÅ SINA TJÄNSTER

Tredje kvartalet är vanligtvis det starkaste kvartalet på riksnivå då juli och augusti är de vanligaste semestermånaderna och september är populär för konferenser och kickoffer. Antalet sålda rum ökade med 2,2 procent och snittpriset med 1,7 procent, vilket ledde till en ökning av RevPAR med 2,3 procent och en ökning av den totala logiomsättningen med 3,9 procent.

Hotellföretagens syn på efterfrågan på 6 månaders sikt fortsatte att förbättras under tredje kvartalet. Under perioden ökade det säsongsrensade och utjämnade nettotalet från 42 till 53 enheter.

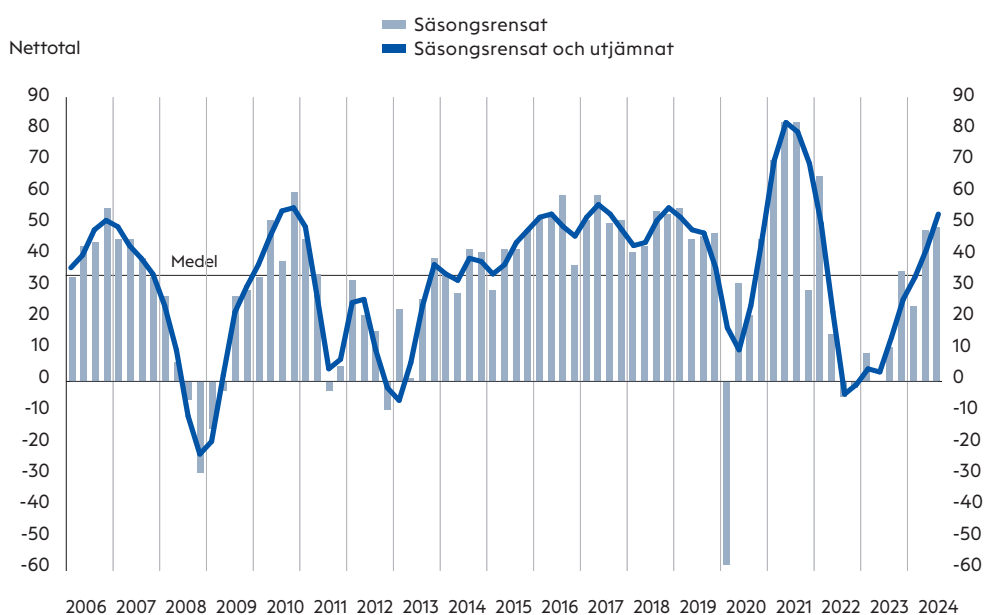


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2024.

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 SYN PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN I TJÄNSTESEKTORN

Likt föregående kvartal fortsätter optimismen i tjänstesektorn att öka och det säsongrensade och utjämnade nettotalet för efterfrågan på 6 månaders sikt ökade från 38 till 43 enheter. Endast 10 procent av företagen förutspår en minskad efterfrågan. Bland de resterande 90 procenten förutspår ena hälften en ökning och andra hälften en oförändrad efterfrågan framöver. Trenden har generellt varit positiv i snart två år.

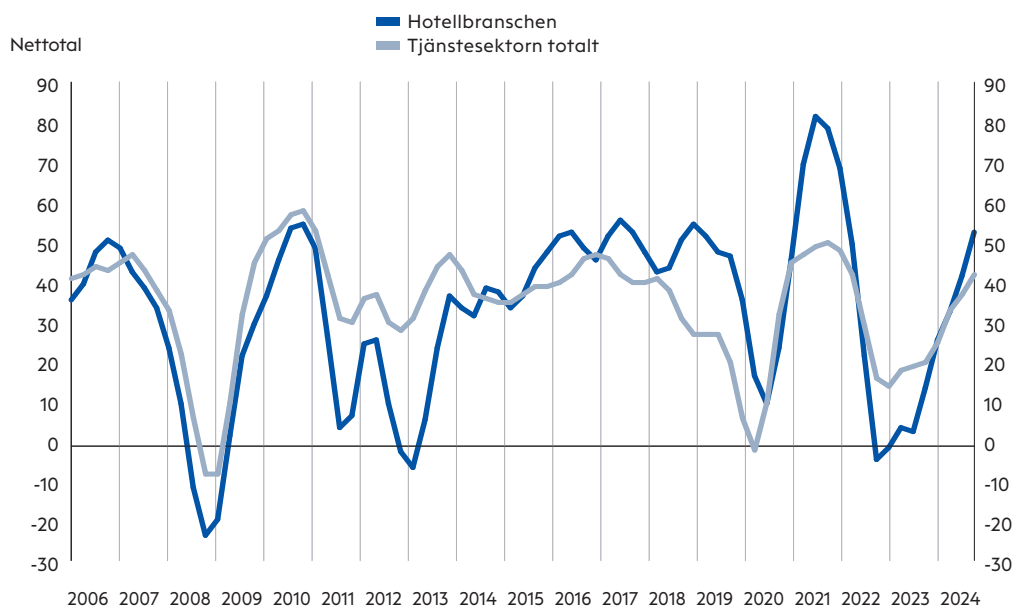


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2024, 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.

## 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 fjärde kvartalet 2023 efter att ha varit i en negativ trend under stora delar av 2022 och 2023, vilket väcker förväntningar om en fortsatt positiv tillväxt för logiomsättningen.

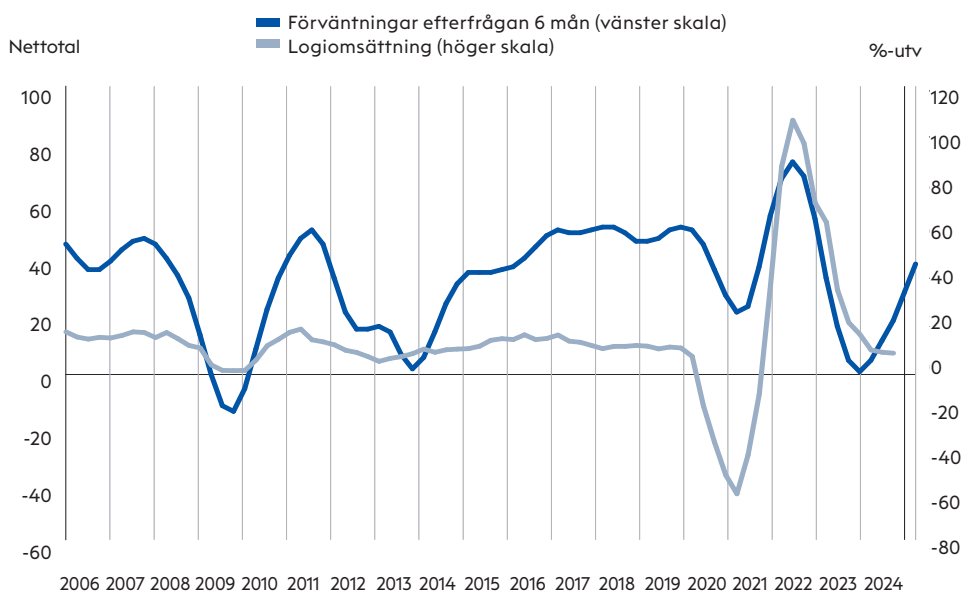


Diagram 3

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

## FÖRSIKTIGT POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA FRAMÖVER

Under tredje kvartalet låg snittpriset för ett hotellrum i Sverige på 1 254 kronor, vilket kan jämföras med 1 233 kronor under samma kvartal 2023. Det motsvarar en ökning på cirka 1,7 procent. Belägningsgraden ökade samtidigt med endast 0,3 procentenheter jämfört med tredje kvartalet 2023.

Förväntningarna bland hotellföretagen på priserna på 3 månaders sikt blev mer positiva under tredje kvartalet efter att ha varit dämpade under första halvan av 2024. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 21 till 38 enheter mellan andra och tredje kvartalet. Drygt 6 av 10 företag förväntar sig dock en oförändrad prisnivå framöver, medan bara 5 procent förväntar sig att priserna kommer att sjunka.

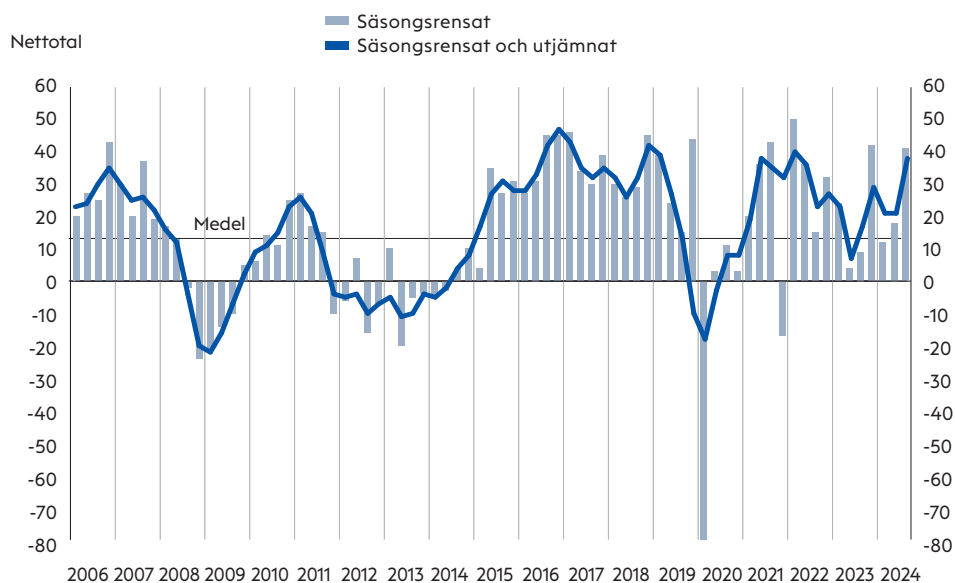


Diagram 4

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

## SYNEN PÅ LÖNSAMHETEN I HOTELLBRANSCHEN FORTSATTE ATT FÖRSÄMRAS

Synen på den nuvarande lönsamheten i hotellbranschen är fortsatt negativ och det säsongrensade och utjämnade nettotalet sjönk från -14 till -20 enheter mellan andra och tredje kvartalet. Hotellföretagens uppfattning om lönsamheten är relativt jämnt fördelad mellan ”god”, ”dålig” och ”tillfredsställande” med en liten favör till ”tillfredsställande”.

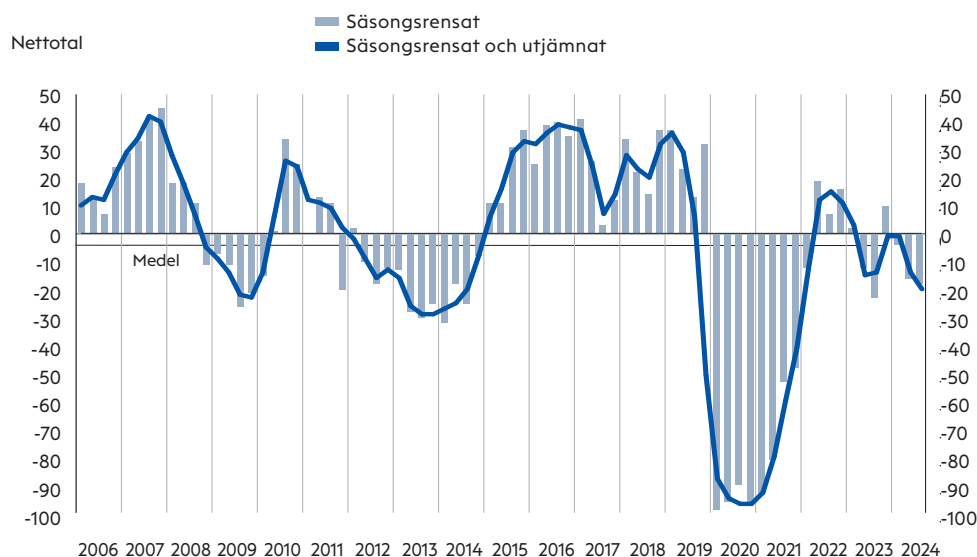


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 3: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 PRISER

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 tredje kvartalet noterades en positiv utveckling av det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för försäljningspriser i hotellbranschen, medan nulägesomdömet av lönsamheten hade en negativ utveckling. Dessa två variabler brukar dock följa varandra historiskt sett.

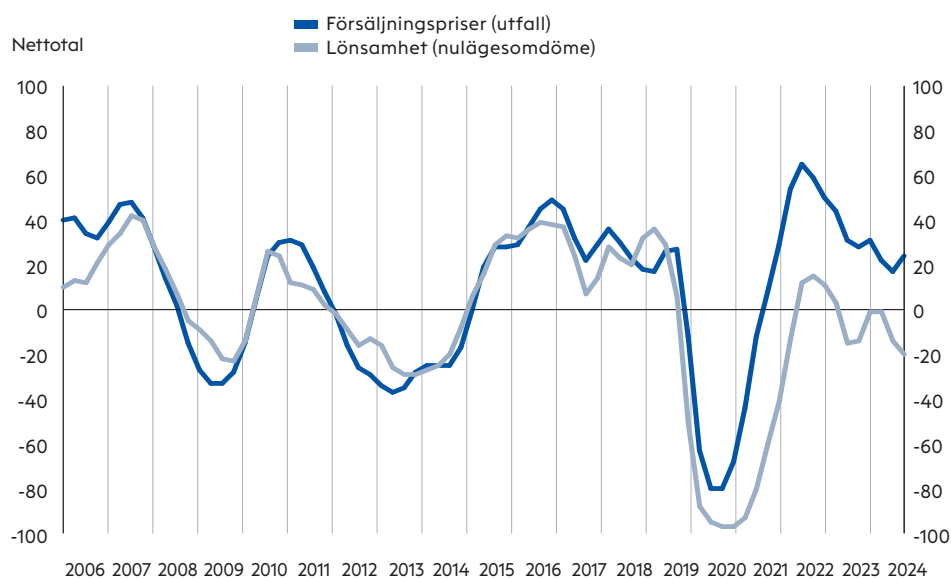


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 3: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 säsongrensade och utjämnade nettotalet sjönk från -16 till -19 enheter mellan andra och tredje kvartalet. Drygt hälften av företagen anser att lönsamheten är tillfredsställande medan en tredjedel anser att den är dålig. Utvecklingen är lik den i hotellbranschen.

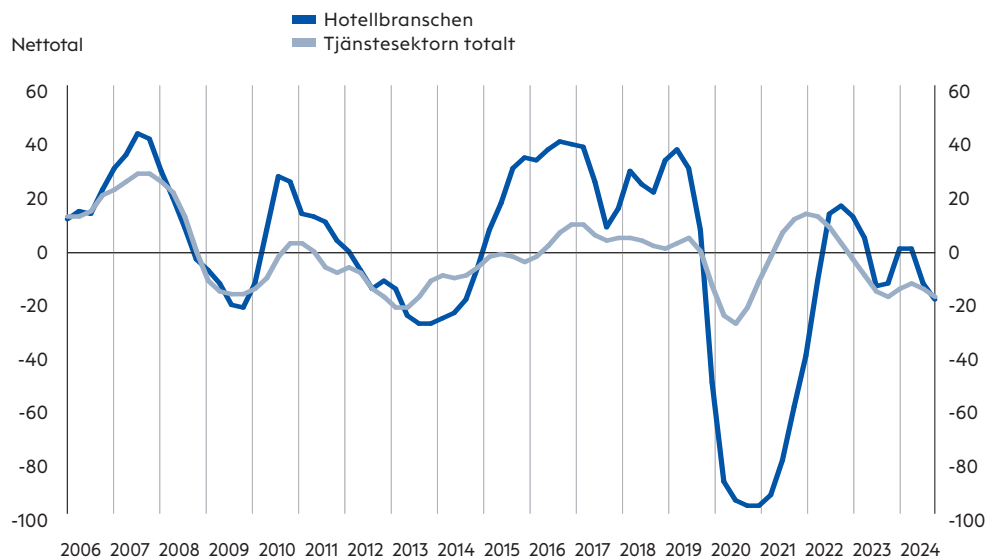


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongrensad och utjämnad, nuläge t.o.m. 3:e kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: 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

## INGEN STÖRRE BRIST PÅ PERSONAL BLAND HOTELLFÖRETAGEN

Den låga personalbristen fortsatte under tredje kvartalet med små förändringar jämfört med andra kvartalet. Bland hotellföretagen minskade det säsongssanpassade och utjämnade nettotalet från 6 till 4 enheter, vilket tyder på en minskad brist på personal. I undersökningen uppgav drygt 9 av 10 företag att de inte hade någon brist på personal.

På 3 månaders sikt förväntar sig drygt hälften av hotellföretagen att deras antal anställda kommer att förbli oförändrat. 40 procent av företagen förväntar sig dock en minskning medan endast 8 procent tror att det kommer att öka. Jämfört med andra kvartalet 2024 är branschen mer pessimistisk och det säsongssanpassade och utjämnade nyckeltalet sjönk från -15 till -21.

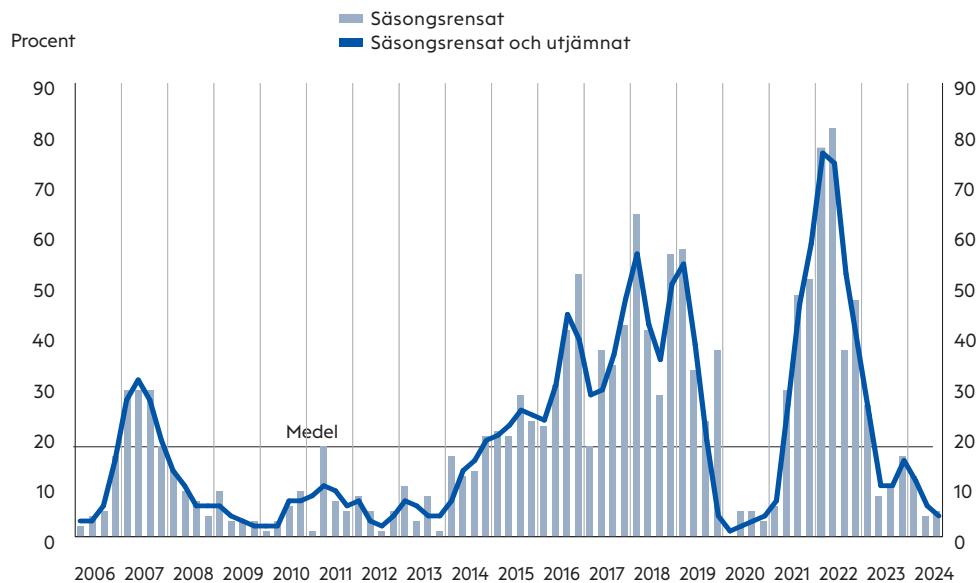


Diagram 8

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 3:e kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

## TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER LÅG PERSONALBRIST

Andelen tjänsteföretag som anser att det inte råder brist på personal i branschen uppgick till drygt 80 procent under tredje kvartalet 2024. Det är en liten ökning jämfört med andra kvartalet. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet var 25 enheter för båda kvartalen.

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

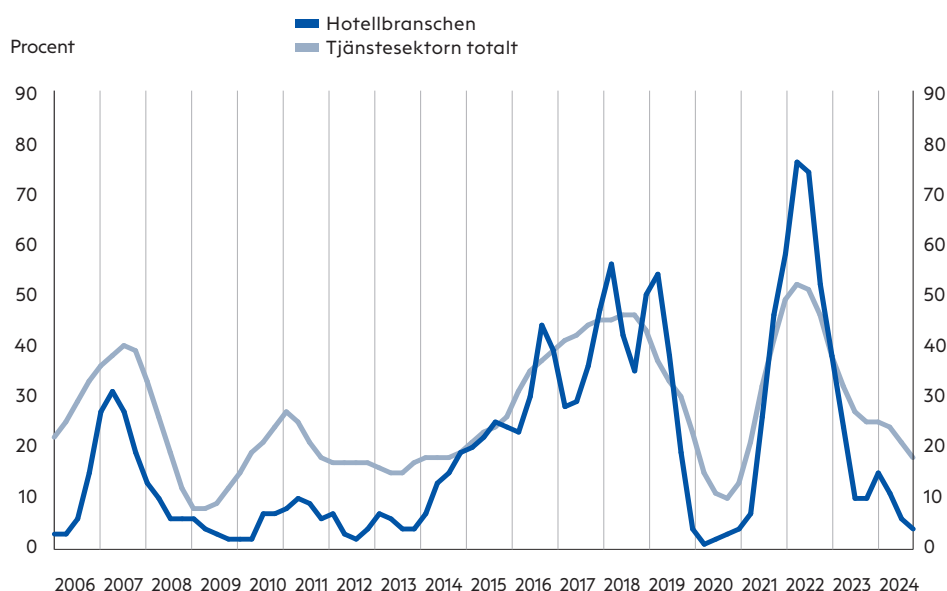


Diagram 9

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