

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
2:a kvartalet 2025**

**Lönsamheten fortsatt
en utmaning för hotellföretagen
Augusti 2025**



INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Nyckeltalen förbättrades jämfört med 2024, men lägre förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt / 4

Positiv syn på framtida efterfrågan i tjänstesektorn, även om optimismen har minskat senaste året / 5

Försämrad men fortsatt positiv syn på framtida efterfrågan, vilket historiskt sett indikerar en positiv tillväxt i logiomsättning / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Försäljningspriserna ökade jämfört med förra året och förväntas fortsätta öka framöver, även om optimismen har minskat / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Fortsatt negativ syn på lönsamheten i hotellbranschen / 8

Negativ syn på lönsamhet och kraftigt sjunkande försäljningspriser / 9

Tjänstesektorn följer utvecklingen i hotellbranschen / 10

Bristen på personal i hotellbranschen / 11

Låg personalbrist bland hotellföretagen / 11

Tjänstesektorn anger låg personalbrist / 12

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 13

SAMMANFATTNING

FORTSATT STARK UTVECKLING FÖR HOTELLNYCKELTALEN MEN LÄGRE FRAMTIDSFÖRVÄNTNINGAR

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på hotellrum på 6 månaders sikt fortsatte att sjunka under det andra kvartalet, men är trots det fortfarande positiva. Samma utveckling observerades i tjänstesektorn där förväntningarna på efterfrågan också blev mindre positiva. Förväntningarna på försäljningspriserna på 3 månaders sikt fortsatte även dem att sjunka bland hotellföretagen, dock från en mycket hög nivå och en längre period av prisuppgångar före dess. Samtidigt förväntar sig 60 procent av företagen en oförändrad prisnivå framöver. Anledningen till de lägre förväntningarna och den negativa synen på den nuvarande lönsamheten är att lågkonjunkturen blivit mer långdragen än förväntat, vilket ökar osäkerheten i både hotellbranschen och tjänstesektorn. Personalbristen är fortsatt låg och varken hotellföretagen eller tjänstesektorn förväntar sig att deras antal anställda kommer att förändras i någon större utsträckning framöver.

Hotellnyckeltalen i Sverige var generellt något bättre andra kvartalet 2025 jämfört med andra kvartalet 2024. Snittpriset och logiomsättningen ökade med 1,9 respektive 5,2 procent, medan antalet belagda rum ökade med 3,3 procent och belägningsgraden ökade med 0,4 procentenheter.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

NYCKELTALEN FÖRBÄTTRADES JÄMFÖRT MED 2024,
MEN LÄGRE FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN PÅ 6 MÅNADERS SIKT

Hotellnyckeltalen i Sverige hade en positiv utveckling under andra kvartalet 2025 då antalet belagda rum ökade med 3,3 procent och snittpriset med 1,9 procent jämfört med andra kvartalet 2024. Det ledde till en ökning av RevPAR med 2,6 procent och en ökning av den totala logiomsättningen med 5,2 procent.

Hotellföretagens syn på efterfrågan på 6 månaders sikt blev mindre positiv mellan första och andra kvartalet 2025. Under perioden minskade det säsongsrensade och utjämnade nettotalet från 40 till 27 enheter. 45 procent av företagen förväntar sig dock att efterfrågan ökar, 44 procent att den förblir oförändrad och resten att den minskar.

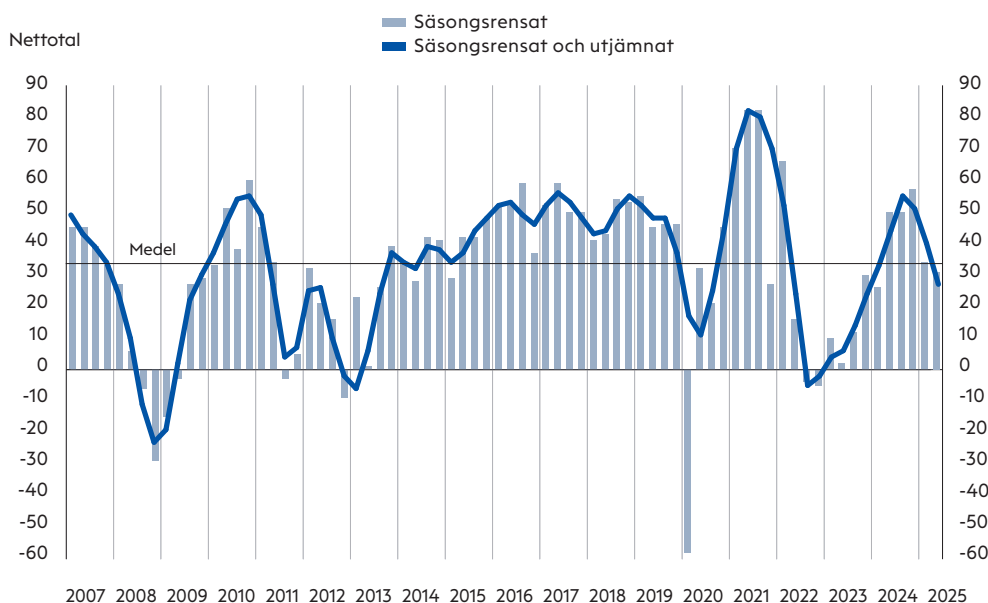


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2:a 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.

POSITIV SYN PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN I TJÄNSTESEKTORN, ÄVEN OM OPTIMISMEN HAR MINSKAT SENASTE ÅRET

Optimismen i tjänstesektorn sjönk marginellt mellan första och andra kvartalet 2025. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för efterfrågan på 6 månaders sikt minskade från 33 till 30 enheter. Endast 5 procent av företagen förutspår en minskad efterfrågan. Bland de resterande 95 procenten är det något fler som förutspår oförändrad än ökad efterfrågan framöver. Nettotalet har sjunkit tre kvartal i rad.

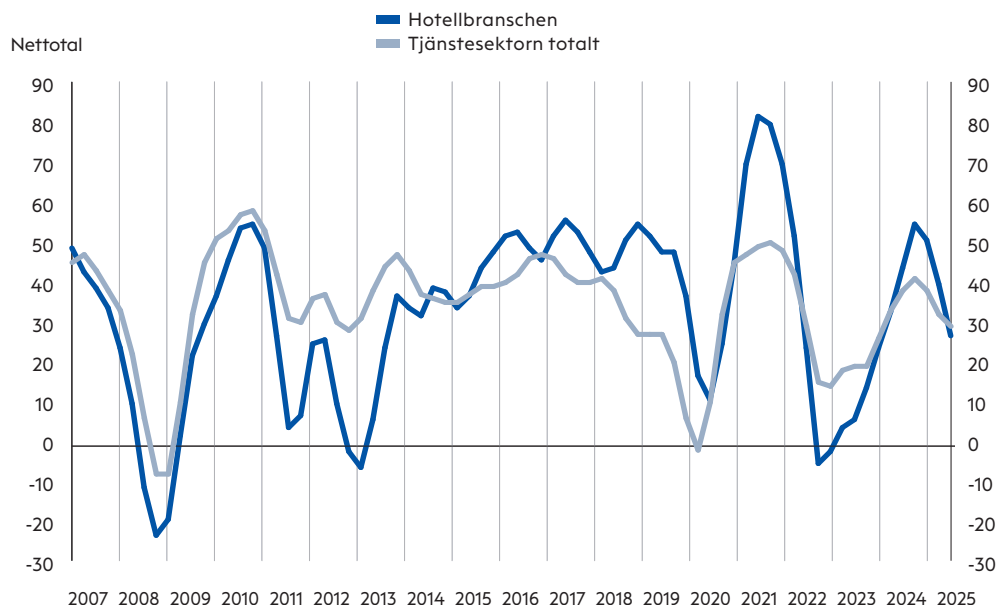


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2025, säsongsrensat 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.

FÖRSÄMRAD MEN FORTSATT POSITIV SYN PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN, VILKET HISTORISKT SETT INDIKERAR EN POSITIV TILLVÄXT I LOGIOMSÄTTNING

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 är fortsatt positiv men försämrades mellan första och andra kvartalet 2025. Den fortsatt positiva synen på framtida efterfrågan indikerar att tillväxten i logiomsättning kommer att vara positiv även framöver.

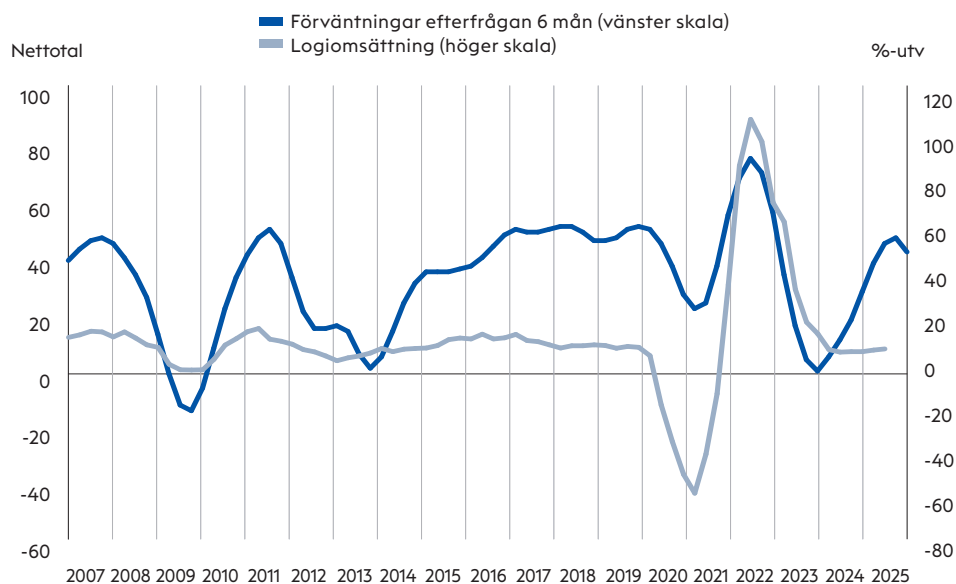


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2025 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

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

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

FÖRSÄLJNINGSPRISERNA ÖKADE JÄMFÖRT MED FÖRRA ÅRET OCH FÖRVÄNTAS FORTSÄTTA ÖKA FRAMÖVER, ÄVEN OM OPTIMISMEN HAR MINSKAT

Under andra kvartalet 2025 låg snittpriset för ett hotellrum i Sverige på 1 288 kronor, vilket kan jämföras med 1 264 kronor under samma kvartal 2024. Det motsvarar en ökning på knappt 2 procent. Beläggningsgraden ökade samtidigt med 0,4 procentenheter.

Förväntningarna bland hotellföretagen på försäljningspriserna på 3 månaders sikt fortsatte sjunka under andra kvartalet 2025 efter att ha legat på relativt höga nivåer under delar av 2024. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet minskade från 28 till 18 enheter mellan första och andra kvartalet 2025. 6 av 10 hotellföretag förväntar sig dock en oförändrad prisnivå framöver, medan 5 procent förväntar sig att försäljningspriserna kommer att sjunka.

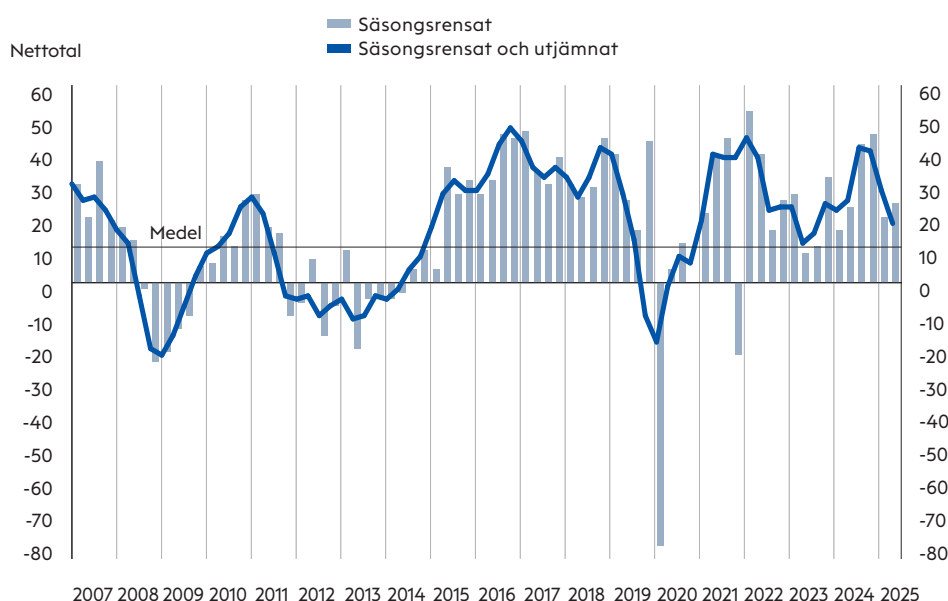


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 2:a 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

FORTSATT NEGATIV SYN PÅ LÖNSAMHETEN I HOTELLBRANSCHEN

Synen på den nuvarande lönsamheten i hotellbranschen är fortsatt negativ, även om det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från -19 till -16 enheter mellan första och andra kvartalet 2025. Hälften av hotellföretagen anser att lönsamheten är tillfredsställande, medan en fjärdedel anser att den är god och en fjärdedel att den är dålig.

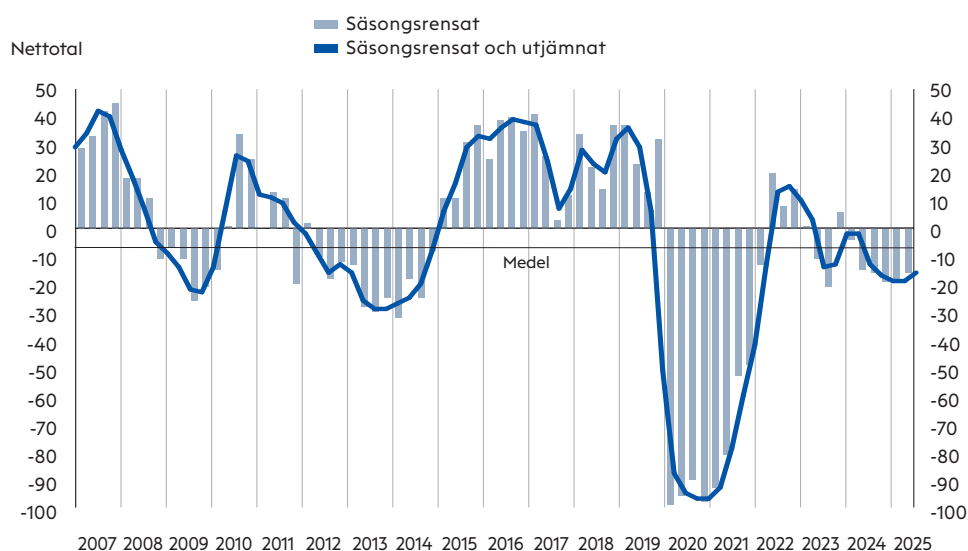


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 2:a 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 LÖNSAMHET OCH KRAFTIGT SJUNKANDE 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 andra kvartalet 2025 noterades en negativ utveckling av det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för utfallet av försäljningspriserna i hotellbranschen. Nettotalet är nu nere på lägsta nivån sedan pandemin. De låga försäljningspriserna syns även i den negativa synen på nuvarande lönsamhet.

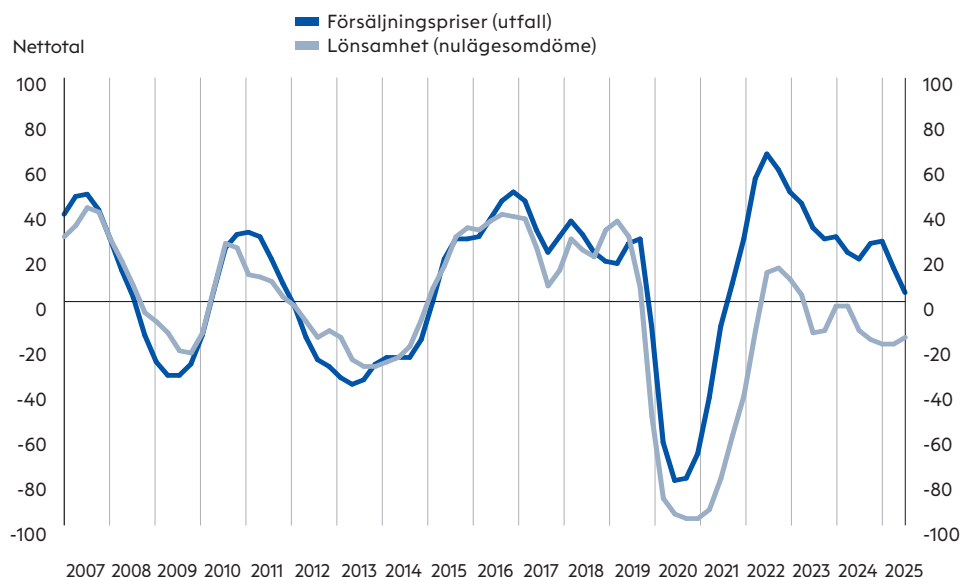


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 2:a kvartalet 2025.

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

TJÄNSTESEKTORN FÖLJER UTVECKLINGEN I HOTELLBRANSCHEN

Synen på den nuvarande lönsamheten i tjänstesektorn är fortsatt negativ även om det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från -17 till -15 enheter mellan första och andra kvartalet 2025. Drygt hälften av företagen anser att lönsamheten är tillfredsställande medan knappt en tredjedel anser att den är dålig. Utvecklingen är lik den i hotellbranschen.

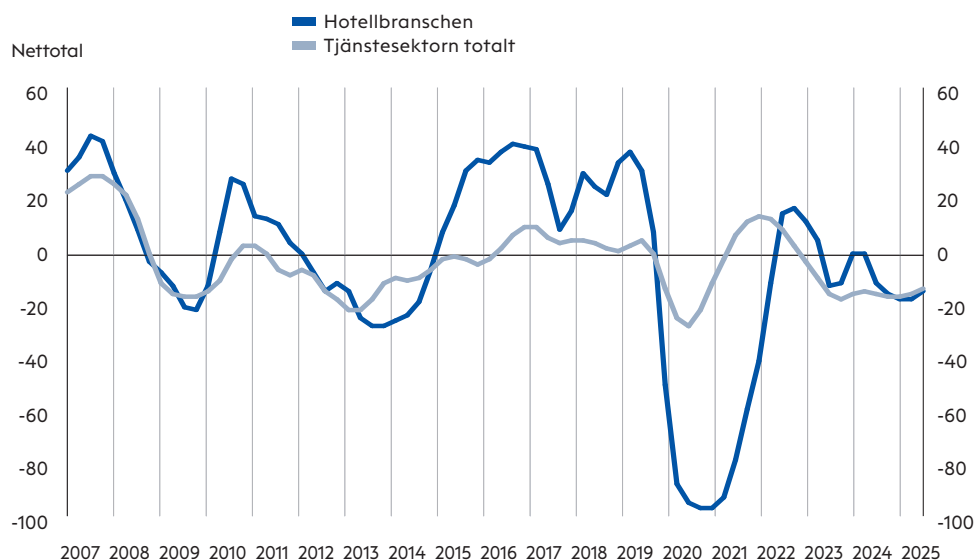


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongsrensad och utjämnad, nuläge t.o.m. 2:a 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 PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAGEN

Den låga personalbristen fortsatte under andra kvartalet 2025 med små förändringar jämfört med första kvartalet. Bland hotellföretagen minskade det säsongsanpassade och utjämnade nettotalet från 6 till 4 enheter, vilket tyder på en något minskad brist på personal. I undersökningen uppgav 93 procent av företagen att de inte hade någon brist på personal.

På 3 månaders sikt förväntar sig 90 procent av hotellföretagen att deras antal anställda kommer att förbli oförändrat. 9 procent av företagen förväntar sig en minskning medan endast 1 procent tror att det kommer att öka. Jämfört med första kvartalet 2025 är branschen mer pessimistisk under andra kvartalet och det säsongsrensade och utjämnade nyckeltalet sjönk från -9 till -21.

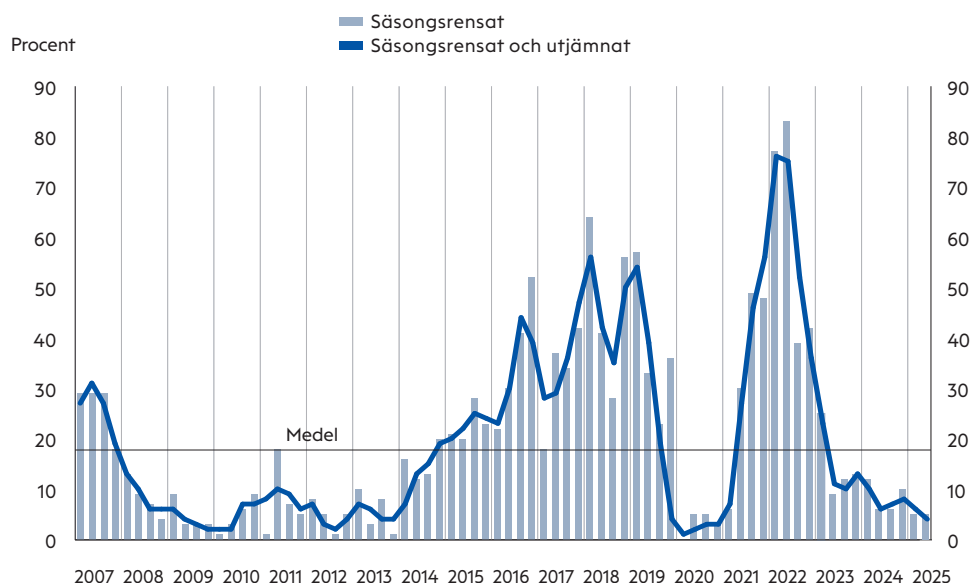


Diagram 8

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 2:a kvartalet 2025.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

TJÄNSTESEKTORN ANGER LÅG PERSONALBRIST

Andelen tjänsteföretag som anser att de inte har brist på personal uppgick till knappt 80 procent under andra kvartalet 2025, vilket är en nästan lika stor andel som föregående tre kvartal. Det säsongsrensade och utjämnade netto-talet var 18 enheter för både första och andra kvartalet 2025.

På 3 månaders sikt förväntar sig drygt 60 procent av företagen att deras antal anställda kommer att förbli oförändrat. Bland övriga företag förväntar sig fler en ökning än en minskning.

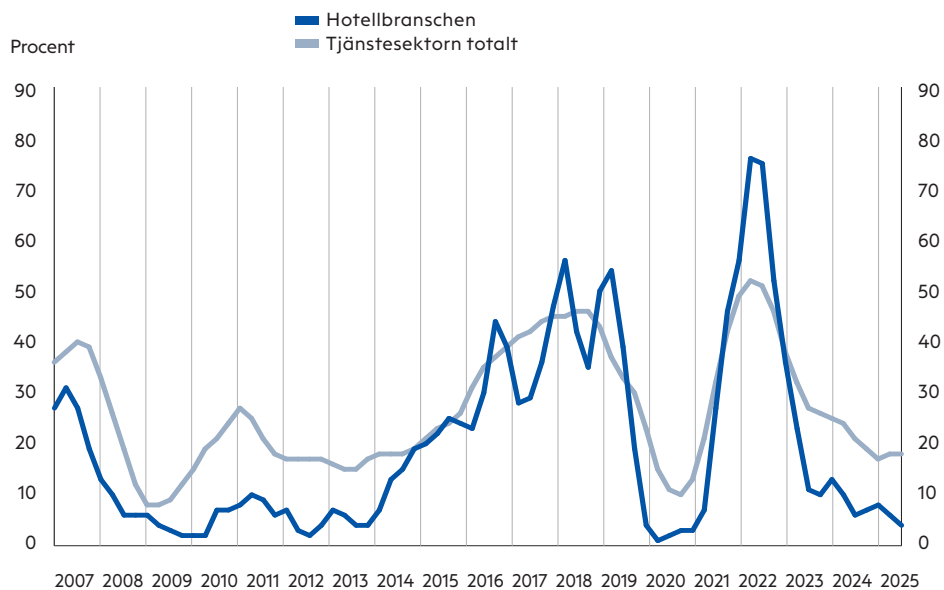


Diagram 9

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel t.o.m. 2:a 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.