

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
3:e kvartalet 2025**

**Försämrad syn på försäljnings-
priser bland hotellföretagen**

November 2025




Annordia
HOSPITALITY CONSULTING

INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Hotellnyckeltalen förbättrades jämfört med 2024 och förväntningarna på efterfrågan på 6 månaders sikt ökade / 4

Ökad framtidstro på efterfrågan på 6 månaders sikt i tjänstesektorn / 5

Fortsatt positiv framtidstro på efterfrågan på 6 månaders sikt, vilket historiskt sett indikerar en positiv tillväxt i logiomsättning / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Merparten av hotellföretagen förväntar sig en oförändrad prisnivå framöver / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Förbättrad men fortsatt negativ syn på lönsamheten i hotellbranschen / 8

Negativ syn på lönsamhet och sjunkande försäljningspriser, trots ökade snittpriser på hotellrum enligt statistiken / 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 TROTS SVAG LÖNSAMHET OCH LÅGA FÖRSÄLJNINGSPRISER

Hotellnyckeltalen i Sverige var betydligt bättre tredje kvartalet 2025 jämfört med samma kvartal 2024. Snittpriset och logiomsättningen ökade med 7,2 respektive 12,1 procent, medan antalet belagda rum ökade med 4,5 procent och belägningsgraden ökade med 1,4 procentenheter.

Trots den starka utvecklingen för hotellnyckeltalen ser många företag inom hotellbranschen stora utmaningar kopplade till lönsamheten. Nulägesomdömet om lönsamheten har varit negativt sedan andra kvartalet 2023, vilket har sammanfallit med den försämrade synen på utfallet av försäljningspriser. Trenden är likartad bland företagen inom tjänstesektorn. Synen på efterfrågan på 6 månaders sikt hos företagen i hotellbranschen förbättrades under det tredje kvartalet och var högre än det historiska genomsnittet, vilket indikerar en positiv utveckling för hotellbranschen framöver. Även tjänstesektorn ser optimistiskt på efterfrågan på 6 månaders sikt. I takt med att förväntningarna på framtida efterfrågan förbättras är det fler och fler företag, framförallt inom hotellbranschen, som förväntar sig att deras antal anställda kommer att öka under kommande tre månader. Bristen på personal hos företagen i hotellbranschen anses fortfarande vara i princip obefintlig och har varit det sedan i början av 2023.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

HOTELLNYCKELTALEN FÖRBÄTTRADES JÄMFÖRT MED 2024 OCH FÖRVÄNTNINGARNA PÅ EFTERFRÅGAN PÅ 6 MÅNADERS SIKT ÖKADE

Hotellnyckeltalen i Sverige hade en positiv utveckling under tredje kvartalet 2025 då antalet belagda rum ökade med 4,5 procent och snittpriset med 7,2 procent jämfört med tredje kvartalet 2024. Då belägningsgraden ökade med 1,4 procentenheter innebär det att RevPAR ökade med 9,5 procent.

Hotellföretagens syn på efterfrågan på 6 månaders sikt blev mer positiv mellan andra och tredje kvartalet 2025 efter att ha försämrats mellan första och andra kvartalet. Mellan andra och tredje kvartalet ökade det säsongsrensade och utjämnade nettotalet från 36 till 45 enheter. 45 procent av företagen förväntar sig att efterfrågan ökar, 37 procent att den förblir oförändrad och resten att den minskar.

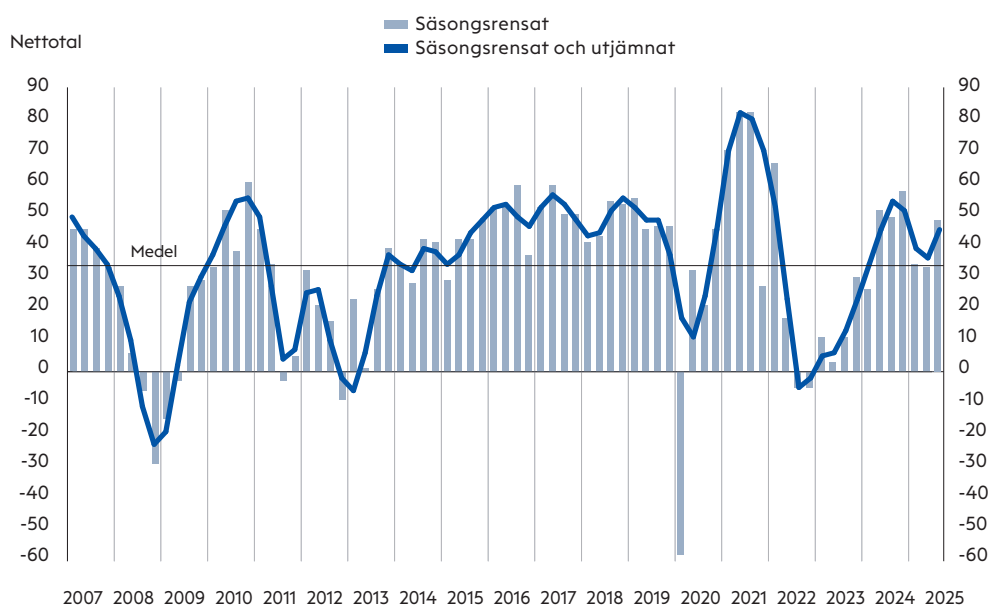


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3: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 företagens tjänster. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

ÖKAD FRAMTIDSTRO PÅ EFTERFRÅGAN PÅ 6 MÅNADERS SIKT I TJÄNSTESEKTORN

Optimismen inom tjänstesektorn ökade mellan andra och tredje kvartalet 2025 efter att ha noterats kring det historiska medelvärdet under föregående tre kvartal. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för efterfrågan på 6 månaders sikt ökade från 35 till 44 enheter. Endast 6 procent av företagen förutspår en minskad efterfrågan. Bland de resterande 94 procenten är det något fler som förutspår oförändrad än ökad efterfrågan framöver.

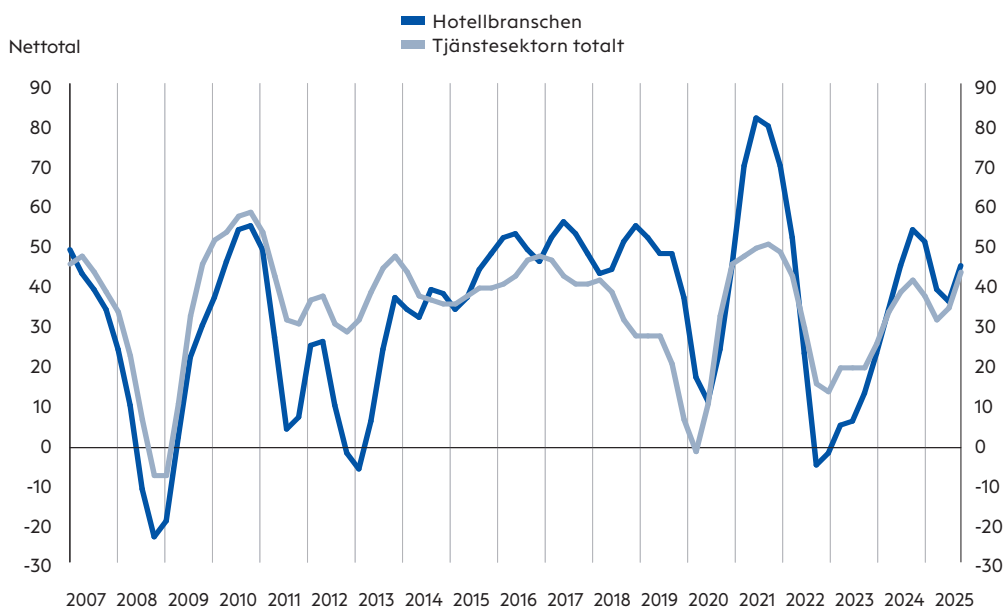


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2025, säsongsrensats 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.

FORTSATT POSITIV FRAMTIDSTRO PÅ EFTERFRÅGAN PÅ 6 MÅNADERS SIKT, VILKET HISTORISKT SETT INDIKERAR EN 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 viss förbättring mellan andra och tredje kvartalet 2025. Den fortsatt positiva synen på framtida efterfrågan indikerar att tillväxten i logiomsättning kommer att vara positiv även framöver.

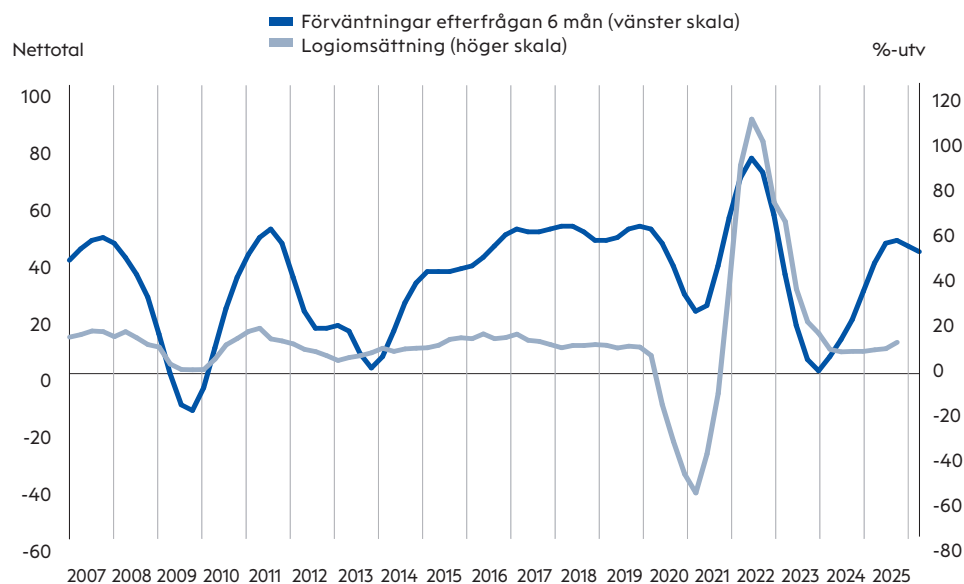


Diagram 3

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

MERPARTEN AV HOTELLFÖRETAGEN FÖRVÄNTAR SIG EN OFÖRÄNDRAD PRISNIVÅ FRAMÖVER

Under tredje kvartalet 2025 uppgick snittpriset för ett hotellrum i Sverige till 1 343 kronor, vilket kan jämföras med 1 253 kronor under samma kvartal 2024. Det motsvarar en ökning på 7,2 procent. Beläggningsgraden ökade samtidigt med 1,4 procentenheter.

Förväntningarna bland hotellföretagen på försäljningspriserna på 3 månaders sikt fortsatte sjunka under tredje kvartalet 2025 och är nu nära det historiska medelvärde. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet minskade från 19 till 16 enheter mellan andra och tredje kvartalet 2025. 8 av 10 hotellföretag förväntar sig en oförändrad prisliv framöver, medan 9 procent förväntar sig att försäljningspriserna kommer att öka.

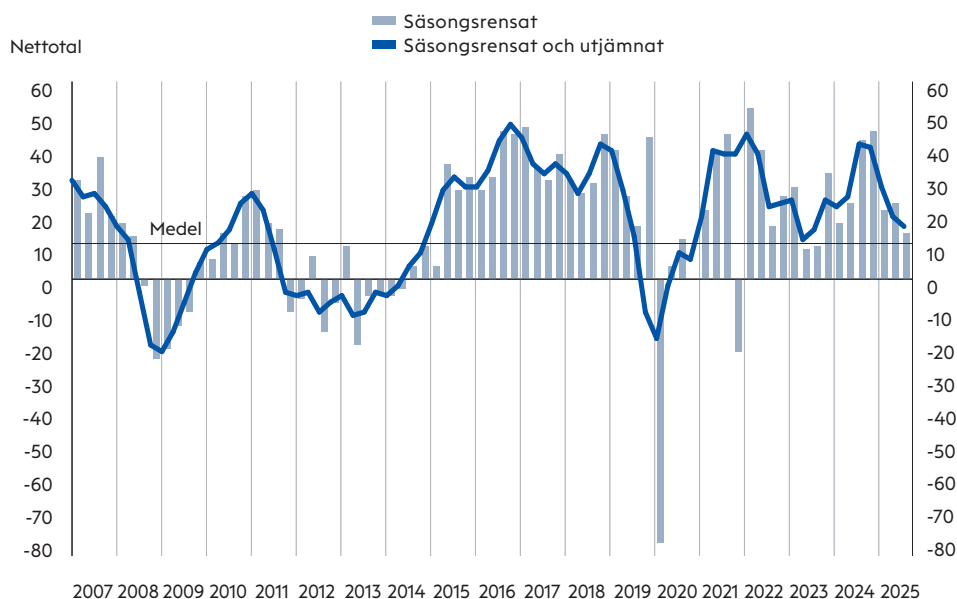


Diagram 4

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

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 MEN 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 -16 till -11 enheter mellan andra och tredje kvartalet 2025. 6 av 10 hotellföretag anser att lönsamheten är tillfredsställande, medan en femtedel anser att den är god och en femtedel att den är dålig.

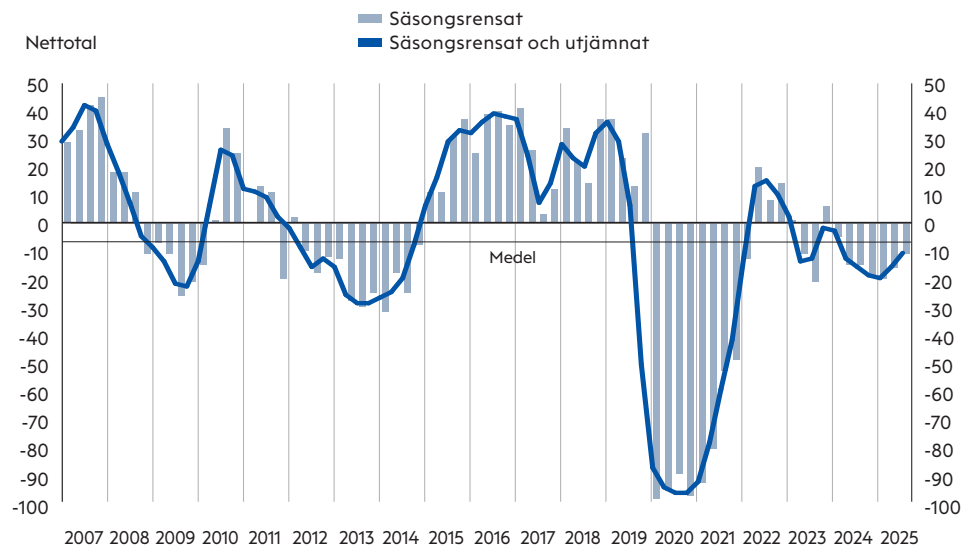


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 3: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 LÖNSAMHET OCH SJUNKANDE FÖRSÄLJNINGSPRISER, TROTS ÖKADE SNITTPRISER PÅ HOTELLRUM ENLIGT STATISTIKEN

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 2025 noterades en negativ utveckling av det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för utfallet av försäljningspriserna i hotellbranschen. Nettotalet är nu negativt för första gången sedan pandemin. De låga försäljningspriserna syns även i den negativa synen på nuvarande lönsamhet, men står samtidigt i kontrast mot de nominellt högre snittpriserna för hotellrum.

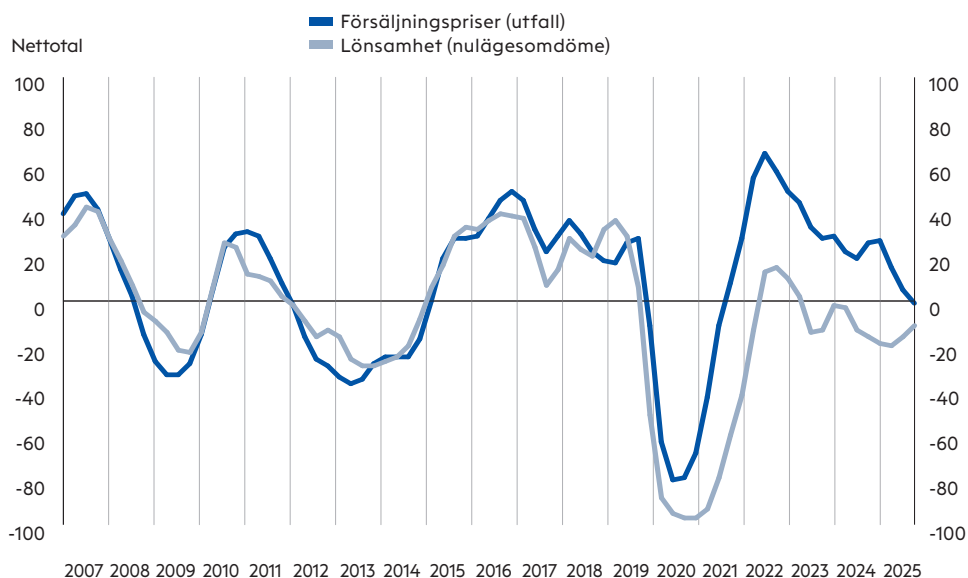


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 3:e 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 -15 till -12 enheter mellan andra och tredje 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.

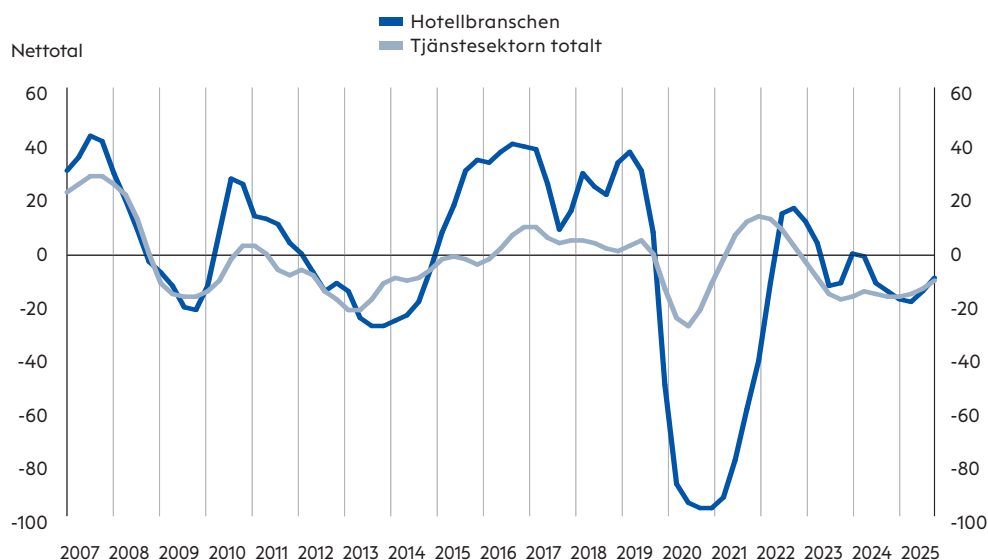


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongsrensad och utjämnad, nuläge t.o.m. 3: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.

BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

LÅG PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAGEN

Den låga personalbristen fortsatte under tredje kvartalet 2025 med små förändringar jämfört med andra kvartalet. Bland hotellföretagen ökade det säsongsanpassade och utjämnade nettotalet från 5 till 7 enheter, vilket tyder på en något ökad brist på personal. Samtidigt är det betydligt lägre än det historiska medeltalet som uppgår till 17. I undersökningen uppgav 90 procent av företagen att de inte hade någon brist på personal.

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 10 procent tror att det kommer att öka. Jämfört med andra kvartalet 2025 är branschen mycket mer optimistisk under tredje kvartalet och det säsongsrensade och utjämnade nyckeltalet ökade från -9 till 13.

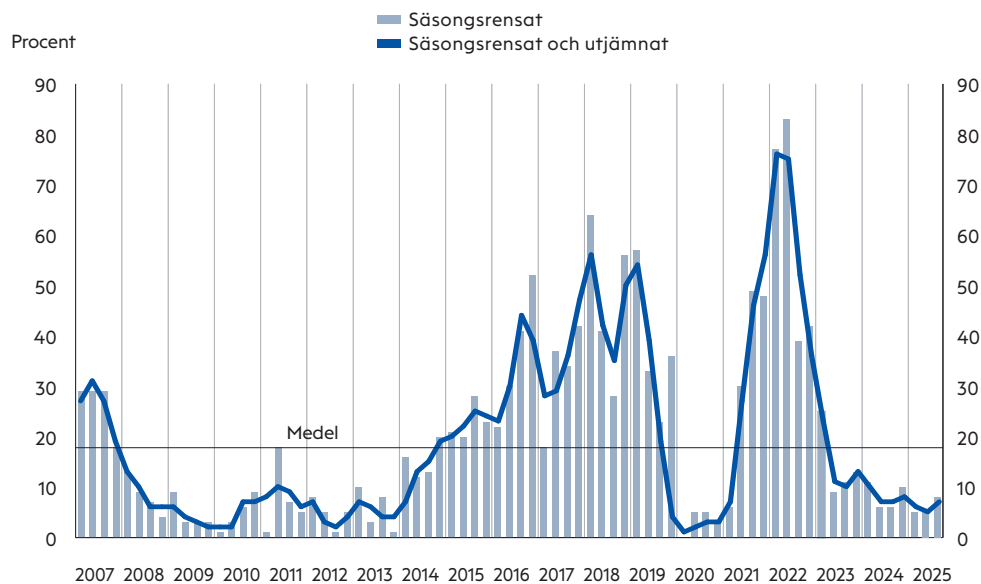


Diagram 8

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 3:e kvartalet 2025.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

TJÄNSTESEKTORN ANGER LÅG PERSONALBRIST

Andelen tjänsteföretag som anser att de inte har brist på personal uppgick till knappt 85 procent under tredje kvartalet 2025, vilket är ungefär i linje med föregående fyra kvartal. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet minskade från 18 till 16 enheter mellan andra och tredje kvartalet. På 3 månaders sikt förväntar sig drygt 60 procent av företagen att deras antal anställda kommer att förbli oförändrat. Bland övriga företag förväntar sig något fler en ökning än en minskning.

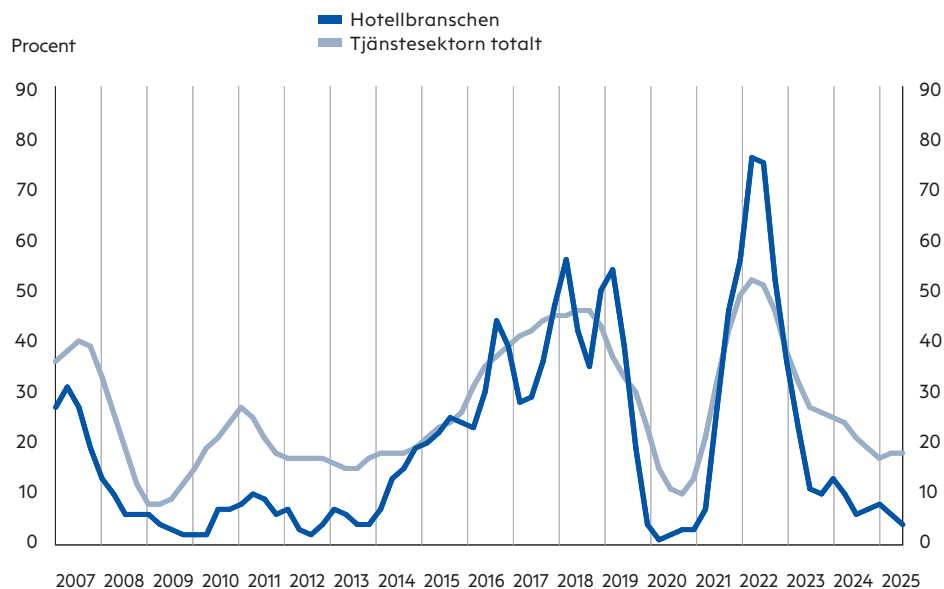


Diagram 9

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