

# Besöksnäringen i Göteborg

**Oktober är normalt en intensiv månad med många sålda rum och hög beläggning. I år har vi dessutom haft betydligt fler evenemang, mässor och konferenser jämfört med samma månad 2019. Resultatet är betydligt fler sålda rum med höga toppar mitt i veckorna.**

Hösten är normalt intensivt för mötesstaden. I år blev det en månad med extra mycket när Scanpack kom tillbaka till Svenska Mässan och flera andra händelser attraherade besök under veckodagarna. Den höga efterfrågan visades i att antalet belagda hotellrum ligger på en betydligt högre nivå jämfört med åren innan pandemin. Genomsnittsbeläggningen ligger på nästan samma nivå som 2019 trots att destinationen har nu betydligt fler hotellrum än innan pandemin.

Trots starka signaler från ekonomin och från övrig besöksnäring om att en inbromsning av konsumtionen är på gång har detta inte märkts i efterfrågeförändring inom Göteborgs hotellnäring hittills. Samtliga onsdagar och torsdagar i oktober hade högre beläggning motsvarande dagar oktober 2019, vissa perioder över 90%, vilket också märks i prisutveckling och RevPar som var 38–40% högre dessa dagar.

Bokningsläget för november är däremot svagare och ligger ungefär i linje med förra årets bokningsnivå. Just nu är 47% av hotellrummen bokade för november. En del branschaktörer flaggar dock för mycket kort framförhållning vilket leder till en del osäkerhet kring planering av verksamheten.

Norge fortsätter gå starkt. I september var nästan 50% fler norska övernattningar än 2019. Hittills i år (jan-sep.) har det varit 17% fler norska gästnätter än samma period 2019. Även Tyskland ligger på plus med 5% ökning hittills jämfört med 2019 (+16% för september vs. 2019). Dessa två marknader har stått för 40% av regionens utländska övernattningarna hittills i år (jan-sep.). Deras andel av utlandet var 30% under samma period 2019.

Hushållens syn på den egna ekonomin har försämrats ytterligare i oktober och är på rekordlåga nivåer enligt den senaste **konjunkturbarometern** på nationell nivå. 5 av 10 svenskar har angett i **VisitSweden & YouGovs** senaste temperaturmätning att den höga inflationen påverkar deras planer på att boka en resa just nu. De allra flesta avvaktar med bokningen. En del planerar att lägga mindre pengar på aktiviteter, att korta ner resan eller att välja billigare boende. Liknande **tendenser** noteras även på de internationella marknaderna med kortare resor dock med samma resebudget som förut.

## Hur går det för besöksnäringen i Göteborg?

Varje månad delar Göteborg & Co en lägesbild och analys baserad på preliminär data från Benchmarking Alliance. Analysen fokuserar bland annat på antalet gästnätter, beläggningsgrad, resmönstren, snittpris på hotell med mera för att fånga en helhetsbild av månaden.



Halloween på Liseberg är en av oktobers händelser som lockar besökare.

Foto: Frida Winter/Göteborg & Co.

Oktober	2022	2019	+/-
Beläggning	72,4%	74,6%	- 2,2 pp*
Snittpris	1284	1053	+ 22%
RevPar	929	785	+ 18%

Källa: Benchmarking Alliance, data från 2022-11-01, \*percentage point (procentenheter)

## Fakta och statistik

Antalet sålda/belagda rum visar en ökning med nästan 10% under månaden jämfört med samma månad 2019.

På onsdagar och torsdagar noterades generellt en RevPar högre med 38–40% jämfört med motsvarande dagar oktober 2019.

Fortsatt ryckighet i kunders köp- och bokningsmönster upplevs av både hotell och handel. Det är också vanligt med sena bokningar eller avbokningar.

Den tilltagande pessimismen inom ekonomin kan öka besöksnäringens sårbarhet på kort sikt. Inflationen påverkar svenskarnas resplaner men korta citybreaks övervägs fortfarande av många.

Övernattningar hittills i år i Göteborgsregionens hotell, stugor och vandrarhem ligger på nästan samma nivå som innan pandemin (-1 % jan-sep. jämfört med motsvarande period 2019).

Stark uppgång av svenska övernattningar under september (+23 % jämfört med i fjol och +13 % jämfört med 2019).

Svenska gästnätter hittills ligger på +6 % och utlandet minskade med 16 % jämfört med jan-sep. 2019.

Källor: SCB/Tillväxtverket och Benchmarking Alliance