

# **Fördjupningsmaterial - Utvärdering av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling till 2030**

## **Utvärdering av kvantitativa indikatorer i Göteborgs stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030 - Utvärderingsperiod 2015–2019**

Rapporten redogör för en utvärdering av turismens utveckling i Göteborgsregionen utifrån kvantitativa nyckeltal med fokus på besöksnäringens programperiod 2015–2019. Utvärderingen avgränsas på följande indikatorer: gästnätter, internationella gästnätter och turistekonomiska effekter, såsom turismens omsättning och sysselsättning i Göteborgsregionen.

### **Sammanfattning**

Antalet gästnätter uppvisade 2019 en stadig tillväxt under programperioden med en årlig ny rekordnivå. Den svenska marknaden och privatturismen har drivit utvecklingen.

Tillväxttakten avviker däremot negativt från målsättningen under 2019. Detta förklaras delvis med den rådande kapacitetsbristen på hotellrum under de senaste åren i förhållande till den höga efterfrågan. Den höga belägningsgraden på hotell begränsade ytterligare tillväxt av gästnätter. Utfallet av internationella gästnätter är svårt att utvärdera på grund av systematiskt fel i statistiken.

Det uppskattas att Göteborgsregionens turismnäring omsätter drygt 36 mdkr 2018 varav ca 17 miljarder i exportvärde och sysselsätter ca 18 600 personer enligt en ny beräkningsmodell som tillämpades 2018.

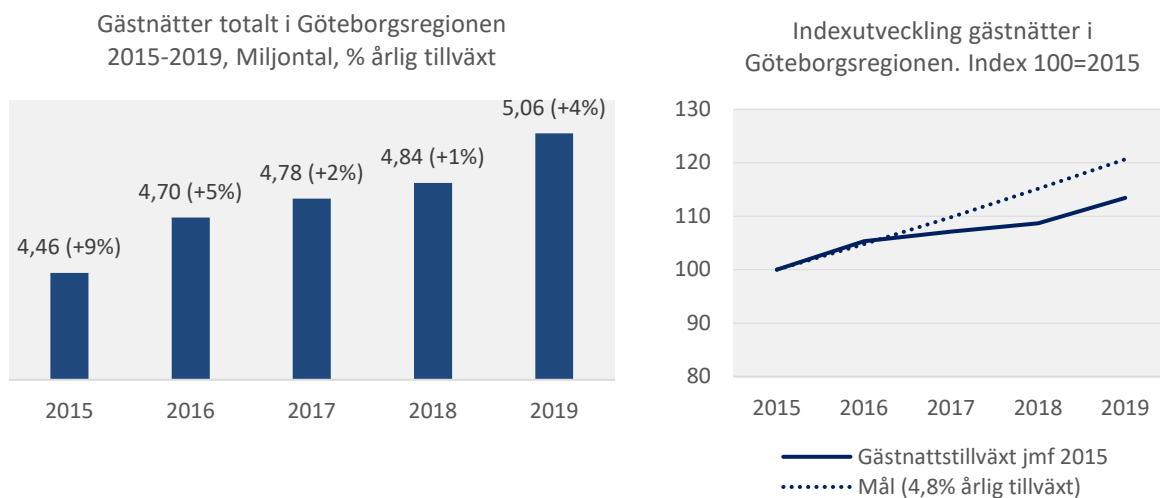
Hur efterfrågan inom besöksnäringens delbranscher och utbudet kommer att utvecklas under de kommande åren som följd av coronavirusets utbredning och dess kraftiga negativa konsekvenser på den globala ekonomin och på samhället i stort är för tidigt att bedöma.

## GÄSTNÄTTER

Gästnätter i Göteborgsregionen inkluderar övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem som rapporterar till SCB/Tillväxtverket. Gästnätter på camping eller övernattningar genererade av andra boendeformer där jämförbar officiell statistik inte är tillgänglig inkluderas inte i beräkningarna.

**Mål 2030:** Antalet kommersiella gästnätter totalt ökar från 4,5 miljoner 2015 till 9 miljoner 2030. Detta innebär en genomsnittlig årlig tillväxt på 4,8%.

### Gästnattsvolymer på rekordnivå men tillväxttakten avviker negativt från målsättningen



Diagrammet till vänster visar antalet gästnätter samt procentuell tillväxt jämfört med föregående år. Indexutvecklingen i diagrammet till höger illustrerar gästnattstillväxten i Göteborgsregionen enligt målsättningen och utfallet i förhållande till referensåret 2015.

Under perioden 2015–2019 noterades årligen en ny rekordnivå för gästnattsvolymer. 2019 uppgick antalet gästnätter till 5,06 miljoner övernattningar. Detta innebär en tillväxt på 13,4% jämfört med referensåret 2015. Utvecklingen var starkast under 2016 och 2019.

Trots den positiva utvecklingen avviker det realiserade gästnattsfallet från målsättningen sedan 2017. Den genomsnittliga årliga tillväxten av antalet gästnätter har legat på 3,2% hittills under programperioden vilket är lägre än den målsatta tillväxttakten på 4,8%. Detta innebär drygt 320 000 färre gästnätter 2019 än målsättningen. Enligt målet skulle det totala antalet gästnätter ligga på 5,38 miljoner övernattningar 2019, med en tillväxt på drygt 20% sedan referensåret.

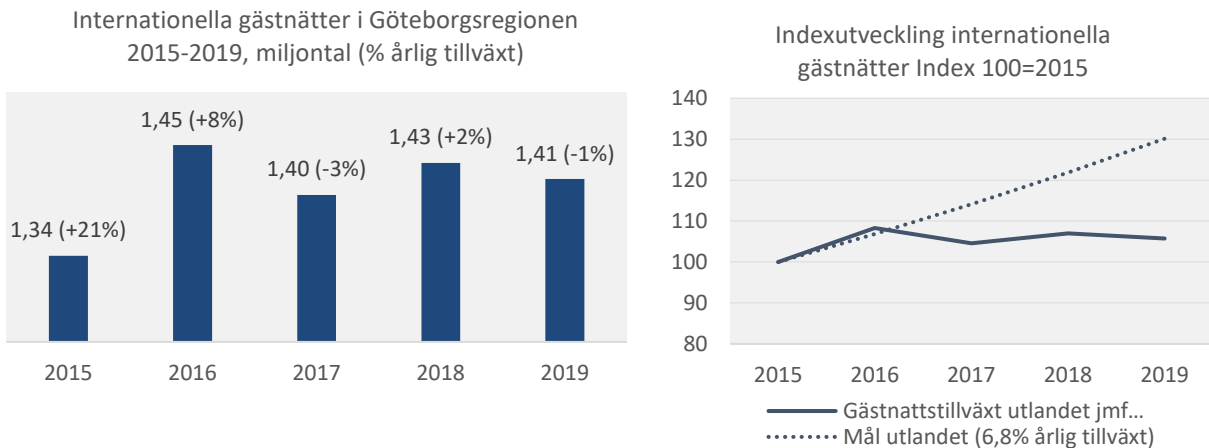
När det gäller utvecklingen i andra städer har storstadsområdena Stockholm (+19% 2019/2015) och Malmö (+21% 2019/2015) hittills följt tillväxttrenden som Göteborg har satt som mål. Detta gäller även andra storstäder i Europa. Den procentuella tillväxten av gästnätter 2019 jämfört med 2015 var +21% i Stor-Köpenhamn, +22% i Hamburg, +20% i Oslo.

### Den svenska marknaden

Utvecklingen drevs i stor utsträckning av den svenska marknaden. Antalet svenska gästnätter visade en ökning på 17% sedan 2015 från 3,1 till 3,6 miljoner övernattningar. Flera signaler pekar på att ”svemestra-” och ”hemestra-” trenderna förstärkts under de senaste åren.

### Internationella gästnätter

**Mål 2030:** De internationella gästnätterna ökar från 1,35 miljoner till 3,6 miljoner. Detta innebär en genomsnittlig årlig tillväxt på 6,8%.



Antalet internationella gästnätter i Göteborgsregionen har varierat under de senaste åren och ligger på drygt 1,4 miljoner övernattningar 2019 med en genomsnittlig årlig tillväxt på 1,5% under programperioden.

Basåret 2015 var ett rekordår med en exceptionell ökning av de internationella övernattningarna. Att hålla uppe den internationella gästnattstillväxten på en fortsatt hög nivå kräver att många faktorer samspelar där utbudet av boendekapacitet, reseanledningar och en fortsatt utökning av flygkapaciteten är viktiga delar.

Framväxten av privat korttidsuthyrning via AirBnb och liknande plattformar samt etablering av företagslägenheter gör att en viss del av gästnätterna inte längre syns i den officiella statistiken då dessa boendeformer inte har rapporteringsskyldighet till SCB.

### Systematiska fel i statistiken påverkar det internationella gästnattsutfallet

Statistiken ger en missvisande bild av det internationella gästnattsutfallet. Historiskt har det funnits ett stort mörkertal i gästnattstatistiken där nationalitet för en stor del besökare har loggats automatiskt som ”Okänd/ Ej angivet” antagligen av större bokningsplattformar. Den här posten räknades in utländska gästnätter och utgjorde en femtedel av de internationella övernattningarna 2015. Kategorin reducerades rejält några gånger under programperioden vilket påverkade kraftigt det totala utländska gästnattsutfallet (-8% 2016, -22% 2017 och -60% 2019 jmf med föregående år). Mycket talar för att en del av de gästnätter som bokförts som internationella i själva verket varit nationella. Detta medför jämförelsekonsekvenser och svårigheter att värdera förändringar mellan åren. Oavsett om den negativa utvecklingen varit reell eller om statistiken varit överdriven så innebär det en utmaning att återta och utöka andelen internationella gästnätter.

**Utländska marknader**

Göteborgsregionens besöksnäring präglas till stor del av besökare från Sverige och av marknaderna Norge, Tyskland, Storbritannien, USA, Danmark och Kina. Dessa sex utlandsmarknader ökade sammanlagt sin andel av de totala utländska gästnätterna under programperioden från 50% till nästan 60%.

Gästnätter från USA uppvisade den starkaste procentuella tillväxten följt av Danmark. Antalet gästnätter från USA mer än fördubblades under programperioden och passerade Danmark avseende antalet gästnätter.

De flesta stora utlandsmarknaderna visade en uppåtgående tillväxttrend i större eller mindre utsträckning under programperioden. Den genomsnittliga årliga tillväxten för dessa sex länder ligger på 6%, medan antalet gästnätter har ökat sammanlagt med 26% jämfört med referensåret. Den sammanlagde utvecklingen för dessa marknader ligger i linje med den målsatta nivån medan resten av utlandet visade en minskning på 14% 2019 jämfört med referensåret. Detta beror till mycket stor del på minskningen av "Ej angivet kategorin" som tidigare beskrevs.

**Potential för tillväxt från närmarknader**

Fler undersökning visar på en mycket god potential att locka fler besökare från skandinaviska närmarknader. De närmaste tre åren planerar fler skandinaver resa kortare avstånd, stanna borta färre dagar och resa mer hållbart (Kairos Travel Trend Report 2019). Detta innebär extra betydelse för egen bearbetning av dessa marknader då Visit Sweden som tidigare ansvarade för att marknadsföra Sverige avvecklat sin verksamhet i Norge och Danmark fr.o.m. 2020.

**Besökarvolym och stanntid**

Antalet besökare som övernattar och hur länge de stannar är variabler som har en direkt påverkan på antalet gästnätter på en destination. Många destinationer har en ambition att få besökarna att stanna längre.

Antalet övernattande besökare på hotell, stugbyar och vandrarhem ökade från 2,64 till 3,05 miljoner personer 2019 jämfört med 2015. Den genomsnittliga stanntiden minskade något under programperioden (1,69 dagar 2015 vs. 1,66 dagar 2019).

Om man tittar närmare på internationella och svenska besökarvolym vs stanntid ser utvecklingen olika ut. Antalet övernattande internationella besökare ligger på nästan samma nivå 2019 som under 2015 medan den genomsnittliga stanntiden ökade för detta segment från 1,83 dagar 2015 till 1,93 dagar 2019.

Utvecklingen var tvärtom när det gäller svenska besökare. Segmentet visade en ökning i antal personer som övernattar (+21% 2019/2015) medan den genomsnittliga stanntiden för denna

GÄSTNÄTTER TOTALT PER ÅR = NYA BESÖKARE PER DAG X STANNITID (nätter) x 365

En övernattande besökare som bor två nätter på en kommersiell boendanläggning genererar två gästnätter.

grupp visade en nedåtgående trend från 1,63 dagar 2015 till 1,57 dagar 2019. Detta tyder på att svenska besökare reser oftare men andelen korta resor ökar.

### **Privat och affärssegment**

Vilken typ av besökare man lyckas locka till destinationen påverkar antalet gästnätter. Privatsegmentet genererar i regel fler gästnätter eftersom man reser då med familj och vänner. Även antalet personer som bor i ett rum är högre när man reser privat (barnfamiljer, par, vänner). Affärsbesökarna är dock lika viktiga då hotellens kapacitet under vardagar och lågsäsong till stor del utnyttjas av affärssegmentet.

Privatturismen har visat en stark ökning under programperioden 2015–2019. Detta kan bäst följas upp genom statistik om antalet belagda hotellrum på kundsegmenten ”affär, konferens, privat, grupp”. Antalet hotellrum belagda av privatgäster (privat och grupp) visade en ökning med 27% medan segmentet affärs-gäster (affär och konferens) ökade med enbart 4% 2019 jmf med 2015. Ökningen av antalet gästnätter realiserade av privatsegmentet är ännu större.

Affärssegmentet visade en tydlig minskning jämfört med föregående år (-1% 2018, -2% 2019). Detta förstärktes ytterligare under det senaste året till följd av avmattning i konjunkturen då affärsbesökare är betydligt mer konjunkturkänsliga än privatgäster. Segmentet konferensgäster utgör en mindre andel (9% av de belagda hotellrummen 2019) men de har visat den starkaste tillväxten över tid (+38% för belagda hotellrum 2019/2015). Detta tack vare att det arrangerades betydligt fler möten/konferenser 2019 jämfört med 2015. Enligt Göteborg & Co:s mötesdatabas arrangerades 84 möten 2015 medan bolaget var involverad i eller har kännedom om 207 genomförda möten under 2019.

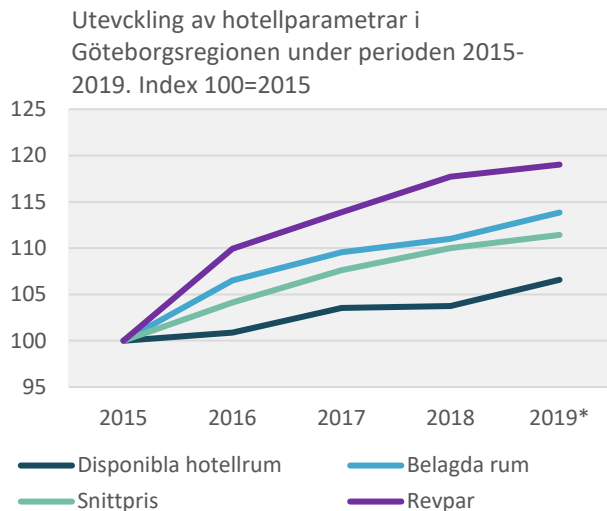
### **BELAGDA HOTELLRUM = SÅLDA HOTELLRUM ≠ (INTE LIKA MED) ANTALET GÄSTNÄTTER**

Sålda hotellrum är inte lika med antalet gästnätter. Två personer kan bo i ett dubbelrum. I det här fallet genererar ett belagt/sålt hotellrum två gästnätter.

En barnfamilj bestående av två vuxna och två småbarn som bor i samma rum under en weekendresa (fredag, söndag) genererar två sålda rum och åtta gästnätter i samband med resan. Boendekostnaden för den här familjen blir ungefär samma som för en person som bor ensam i ett rum dock genererar varje besökare extra intäkter inom andra områden genom sin konsumtion.

### Hotellens kapacitet har varit en naturlig begränsning för tillväxt av gästnätter

Hotellens kapacitet är en förutsättning för tillväxt av gästnätter. Hotellens kapacitetsökning under två år innan programperioden (+5% 2014 och +2% 2015) var viktigt för att kunna möta den höga efterfrågan. Hotellrumstillskottet genererades av Gothia Towers tredje torn, Kviberg Park Hotel & Conference samt Comfort Hotel Göteborg. Som visas av den successiva ökningen av hotellens beläggning till rekordhöga nivåer lyckades marknaden snabbt absorbera det nya hotellrumstillskottet under programperioden.



Efterfrågan har vuxit mer än utbudet av hotellrum. Som man ser i diagrammet har antalet belagda/sålda hotellrum ökat dubbelt så mycket (+14%) som hotellens kapacitetsökning (+7%) under 2019 jämfört med 2015.

Beläggingsgraden visade en kraftig ökning både i Göteborgsregionen och i Göteborgs kommun under 2015–2019. I Göteborg var beläggingsgraden över 70% för sex av tio nätter under 2019, dvs. 60% av årets alla dagar. Detta innebär att hotellens kapacitet begränsar den potentiella tillväxten av antalet gästnätter,

såvida man inte lyckas detaljstyra efterfrågan till perioder med vanligtvis lägre beläggingsgrad.

	Beläggingsgrad hotell (rum, %)				
	2015	2016	2017	2018	2019*
Stor-Göteborg	64,0	67,6	67,7	68,5	68,5
Göteborgs kommun	67,4	70,6	71,1	72,0	72,5

Källa: SCB/ Tillväxtverket, 2019 preliminär statistik

Beläggingsgraden var högst både i Göteborgsregionen bland storstadsområdena och i Göteborgs kommun jämfört med Stockholm och Malmö. I en skandinavisk jämförelse var beläggingsgraden på hotell högre enbart i Köpenhamn (78,7%) och i Helsingfors (72,7%) 2019. (Benchmarking Alliance)

Hotellen står för en stor majoritet av gästnätterna i Göteborgsregionen (92%). En hög beläggingsgrad på hotell begränsar ytterligare tillväxt av gästnätter på grund av att det inte finns tillräckligt med rum att bo i. Utifrån erfarenheter från andra städer brukar marknadskrafterna hitta sina vägar att möta efterfråga, oftast genom privatuthyrningskanaler.

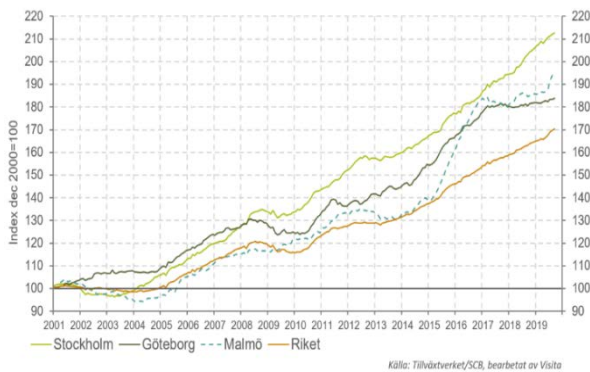
**BELÄGGNINGSGRAD PÅ HOTELL = ANTALET BELAGDA (SÅLDA) HOTELLRUM / ANTALET DISPONIBLA HOTELLRUM (%)**

Beläggingsgraden anger hur många hotellrum hyrdes ut i förhållande till antalet disponibla rum för en period.

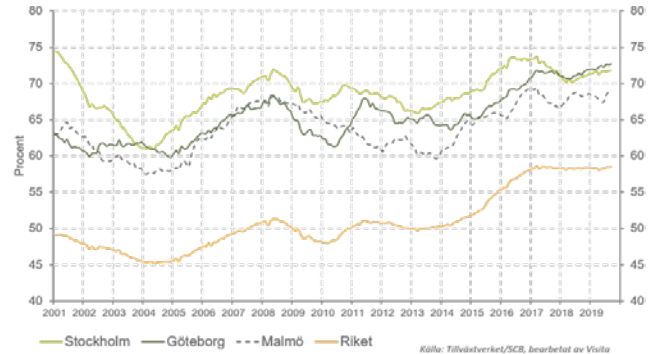
### Efterfrågan på hotellrum ökar snabbare än utbudet

Ett tecken på den höga efterfrågan är att antalet belagda hotellrum har ökat kraftigt även i de andra storstadsregionerna Stockholm och Malmö under de senaste åren. Göteborgsregionen har inte haft lika stort tillväxtutrymme på grund av att genomsnittliga beläggingsgraden var på en konstant hög nivå under 2017–2019. Detta har lett till att Göteborgsregionen börjat tappa marknadsandelar avseende gästnätter från 11,1% 2015 till 10,9% 2019.

Indexutveckling av antalet belagda hotellrum fram till sept. 2019, Index 100=dec. 2000



Utveckling av hotellens beläggingsgrad 2001–2019



### Konsekvens: hotellpriserna drivits upp

Den höga beläggingsgraden driver även upp hotellpriserna vilket kan påverka destinationens attraktionskraft negativt under de kommande åren om hotellinvesteringarna dröjer.

Både de genomsnittliga hotellrumspriserna i Göteborgsregionen och hotellens intjänandeförmåga (RevPar) var nära priserna i Stockholm under 2019. Snittpriset för ett hotellrum ökade med 11% i Göteborgsregionen 2019 jämfört med 2015, medan prisökningen var enbart 6% i Stockholmsregionen. Detta får anses vara ett onaturligt tillstånd då flera fasta kostnader är betydligt högre i Stockholm än i Göteborg.

Ökningen av snittpriset kan sannolikt till del förklaras av att produktens kvalitet utvecklats men också av ökad efterfrågan. Ett högt snittpris kan, ur ett destinationsperspektiv, ha effekten att en destination uppfattas som dyr att besöka.

En sund lönsamhet i besöksnäringen, där boende är en del, är viktig för en hållbar tillväxt över tid och kan tillsammans med andra faktorer ligga till grund för en fortsatt investeringsvilja.

### Effekterna av den kommande kapacitetsutbyggnaden

Antalet hotellrum i Göteborgsregionens 114 hotellanläggningar ligger på 11 775 rum i genomsnitt för 2019. Göteborgs stad stod för merparten av hotellrummen (78%). Hotellens kapacitet, dvs antalet disponibla hotellrum, ökade med 6% under programperioden.

Att det finns en investeringsvilja syns i påbörjade och planerade hotelletableringar i Göteborgsregionen. Om allt går enligt planerna kommer de kommande årens planerade nyetableringar och kapacitetsutbyggnad utöka antalet disponibla hotellrum med ca 30% motsvarande ca. 3600 nya rum fram till 2026 jämfört med 2019. Uppgifterna om kapacitetsutbyggnad är från december 2018 och uppdateras kontinuerligt av Göteborgs Conventions Bureau.

Erfarenheter både från Göteborg och från andra städer visar att större kapacitetstillskott under en kort tid innebär att efterfrågan kortsiktigt inte möter tillgänglig kapacitet. Det har erfarenhetsmässigt inneburit att hotellens nyckeltal försämrats under en tid innan efterfrågan kommit ikapp.

### **Andra boendeformer**

De övriga kommersiella boendeanläggningarna visar större tillväxsvängningar mellan åren i avseende gästnätter. Stugbyar och vandrarhem genererade sammanlagt över 420 000 gästnätter under 2019, en ökning med ca. 20% sedan 2015. Kapacitet för stugbyar och vandrarhem mäts i antal bäddar.

Camping är inte medräknad varken i de målsatta gästnattsnyckeltalen eller i de övriga beräkningarna av gästnattsvolymer som denna rapport avser. Campingplatserna i Göteborgsregionen genererar dock nästan lika många gästnätter som stugbyar och vandrarhem. Gästnätterna på camping visade dock en nedåtgående utveckling över tid, -4,3% sedan 2015.

Information om kommande kapacitetsutbyggnad eller nyetableringar inom dessa boendeformer finns inte i dagsläget.

### **Klimatdebatt & flygskam**

Klimatdebatten, ”Gretaeffekten” och därmed större miljömedvetenhet främst bland yngre åldersgrupper stärkte ”svemester” trenden ytterligare.

Inrikesflyget visade en kraftig minskning i antalet passagerare (-14% 2019/2018, Källa: Swedavia) delvis som en effekt av att fler företag introducerade nya resepolycys till förmån för mer hållbara resealternativ och delvis då digitala möten började ersätta resor i större utsträckning.

Även antalet sålda SJ-resor ökade betydligt under det senaste året (+8% 2019/2018, Källa: SJ pressmeddelande).

”Flygskam” och ”hemestra” trenderna kommer att påverka val av färdmedel och resebeteendet håller på att förändras främst i de skandinaviska länderna. Man vill göra kortare resor än tidigare, helst kortare weekendresor, stanna borta färre dagar samt flyga mindre till förmån för fler resor med tåg.

### **Valutakursens utveckling**

Besöksnäringen gynnades av kronans kraftiga försvagning från 2014. Exempelvis har det blivit ca. 30% billigare för en amerikan att besöka Sverige 2015 jmf med 2013 och nästan 9% billigare för en euroanvändare. Trenden har fortsatt sedan dess och kronan försvagades med nästan ytterligare 10% både gentemot dollarn och euron fram till 2019. I dagsläget råder det en stor osäkerhet kring vad som kommer att ske vad gäller den svenska kronan under år 2020.

Den svaga svenska kronan gjorde utlandsresorna för svenskar betydligt dyrare än tidigare och efterfrågan på utlandsresor bland svenskar minskade till förmån av fler resor på hemmaplan.



**Tillgänglighet**

Flyget har en avgörande roll för tillväxten av internationella gästnätter. ”Cirka 60 procent av de internationella gästnätterna i Sverige kan tillskrivas flyget” enligt rapport från Tillväxtverket. (Flygets roll för besöksnäring och miljö i Sverige, Copenhagen Economics, 2019 på uppdrag av Tillväxtverket).

Både antalet destinationer som nås med direktflyg från Landvetter (exkl. charter) och det totala passagerarantalet ökade betydligt under perioden 2015 - 2019. Det totala passagerarantalet på Landvetter ökade sammanlagt med 8% 2019 jmf 2015. Tillväxten av passagerarantalet på enbart utrikestrafik visade en ökning på 14% under samma period. Även utbudet på Landvetter flygplats har utökats sedan referensåret 2015 tack vare att den kommersiella trafiken flyttades över från Säve till Landvetter. Som följd av detta kunde lågprisbolagen WizzAir och Ryanair öka sin trafik på Landvetter. Även flera nya direktlinjer till större hubbar har återupptagits eller etablerats.

## TURISMENS EFFEKTER PÅ EKONOMI, EXPORT OCH SYSSELSÄTTNING

Turismens totala omsättning i Sverige var 336,7 miljarder kronor 2018 enligt Tillväxtverkets senaste beräkningar utifrån turismstatistikkontot (TSA). Av detta var utländska turisternas konsumtion, det vill säga turismexporten, 144 miljarder. Den totala turismkonsumtionen i Sverige motsvarar en ökning på 22% 2018 jämfört med 2015. Under perioden 2015–2018 ökade de utländska turisternas konsumtion med 35% medan tillväxten av den svenska turismkonsumtionen enbart var 13% på nationell nivå. Beräkningarna för 2019 publiceras av Tillväxtverket senare under året.

Turistekonomiska effekter på nationell nivå 2018 (källa: SCB/ Tillväxtverket)

	Turismen i Sverige	Förändring 2018/2015 Sverige
Omsättning/ Konsumtion totalt	337 Mdkr	+22%
Exportvärde/ Utländsk konsumtion	144 Mdkr	+35%
Sysselsatta med turism	172 400 personer	+11%

Om man tittar på antalet anställda enbart i Göteborgsregionens hotell- och restaurangnäring i sin helhet (SNI 51–56) så ser man en ökning på 11% under perioden 2015–2018.

För att få en förenklad koppling till de nationella turismstatistikkontoberäkningarna har vi gjort en ny uppskattning av turistekonomiska effekter i Göteborgsregionen. Skattningen baseras på destinationens marknadsandel avseende gästnätter på hotell, stugbyar och vandrarhem vilket innebär 10,8% för gästnätter totalt och 12,2% för utländska gästnätter 2018. Utifrån detta uppskattas att turismen omsätter drygt 36,4 mdkr 2018 (30,7 mdkr 2015) i Göteborgsregionen varav 17,6 miljarder i exportvärde 2018 (14,3 mdkr 2015) och sysselsätter ca 18 600 personer 2018 (17 200 pers. 2015). Observera att basvärdena för 2015 i besöksnäringens programmet är inte desamma som i beräkningar enligt den nya modellen.

Enligt beräkningarna ökade den utländska turismkonsumtion i snabbare takt över tid jämfört den svenska konsumtionen. Data indikerar att den utländska konsumtionen svarar för nära hälften av Göteborgsregionens totala turismkonsumtion enligt föreliggande beräkningsmodell. Turismexporten gynnades givetvis av den svaga kronan som försvagats trendmässigt mot euron, dollarn och pundet sedan 2013.

Ovanstående regionala beräkningar är inte exakta och ger snarare en indikation och en övergripande skattning av turismens ekonomiska effekter historiskt. Den ger inte möjligheter att uppmärksamma vikande trender inom undergrupper eller potential på branschnivå.

### Det allmänna ekonomiska läget

Följsamheten mellan BNP utveckling och efterfrågan på hotellrum har historiskt sett varit bra. De rådande förutsättningarna till följd av Coronaviruset och de åtgärder och restriktioner som vidtagits för att hantera situationer gör det svårt att förutse om följsamheten blir lika bra som förut.

Efterfrågan inom besöksnäringen stimulerades under de första åren av programperioden av det gynnsamma ekonomiska läget och högkonjunkturen. Ekonomin bromsade dock in under 2019 och BNP-prognoserna reviderades ner redan under början av året. Innan Coronavirusets

utbredning var de största orosmolnen för den globala ekonomin och därmed även för besöksnäringens utveckling klimatsituationen, presidentvalet i USA 2020, handelskonflikten mellan USA och Kina samt konsekvenser av Brexit. De konjunkturkänsliga segmenten inom besöksnäringen började visa en minskande trend, såsom affärsturism och shoppingturism. Nya konsumtionsmönster har vunnit mark och besökarnas shoppingbeteende förändras delvis på grund av digitaliseringens och e-handelns ökning.

Hur hushållens konsumtionsutrymme påverkas framöver är svårt att bedöma i skrivande stund.

### **Coronavirusets effekter**

Besöksnäringen drabbades hårt av Coronakrisen. Resandet minskade kraftigt under andra halvan av mars på grund av de gradvisa restriktionerna och reseavrådan från UD. Många av regionens närmarknader stängde sina gränser. De flesta evenemang ställdes successivt in eller flyttades till hösten 2020. Hotellen och konferensanläggningarna har hanterat nästan enbart avbokningar under mars och vissa har i princip fått allt avbokat. Allt detta har lett till att hela besöksnäringen tappade den största delen av sina kunder bestående av hitresande besökare både från Sverige och internationellt. Konsekvenserna fortplantar sig i ytterligare led eftersom det påverkas även de flesta underleverantörer.

Hotellens beläggningsgrad började minska kraftigt från vecka 10. Vanligtvis ligger hotellens beläggningsgrad i Göteborgsregionen nära 70% under en vanlig marsmånad.

Beläggningsgraden har legat på ca. 10% under vecka 13 enligt statistik från Benchmarking Alliance.

Detta ledde till att turismens omsättning gick ner med ca 85% under vecka 13 och i ännu större utsträckning veckan efter enligt Göteborg & Co:s beräkningar. Många verksamheter, både hotell och företag inom transportsektorn anpassade därför verksamheten till ett minimum. Konsekvenserna har gjort att många aktörer fått akut likviditetskris.

Situationen slår hårt även mot regionens arbetsmarknad på grund av många varsel, permitteringar och uppsägningar inom nästan samtliga av besöksnäringens delbranscher. Till slutet av vecka 14 varslades drygt 49 500 personer i Sverige sedan den 1 mars, varav ca 35% inom näringarna hotell, restaurang, kultur, nöje och fritid.