Affärsrapportering 2023

Varmt välkommen till Tillväxt Motala AB:s affärsrapportering för oktober månad.

Detta är vår månatliga affärsrapportering vilken genomförs både skriftligen och muntligen till Motala kommuns kommundirektör. Materialet distribueras även med mejl till samtliga medlemsföretag samt andra tongivande politiker och tjänstemän inom kommunen. Övriga intresserade erbjuds att ta del av materialet via www.tillvaxtmotala.se.

Företag och tillväxt

Bolaget har under perioden arrangerat eller deltagit i flera olika nätverksmöten. Bland annat har bolaget arrangerat Motala jobb- & kompetensmässa, Sjöstadsmorgon, handelsmöten i Motala centrum och Bråstorp, centrumutvecklingsmöte med aktörerna i centrum, bygglunch med branschorganisationen samt höstmöte med nätverket Livet i Motala.

Bolaget deltog även på ett heldagsseminarie med temat ”Byggsektorns omställning till cirkulär ekonomi” som arrangerades av Delegationen för cirkulär ekonomi. Vi var det enda näringslivsbolaget på plats och hade mycket att bidra med, då vårt arbete med industriell samverkan skapat en bra plattform att bygga vidare på och då även inom fler sektorer.

Under månaden deltog bolaget på en heldagskonferens för alla företagsfrämjande aktörer i Östergötland, ESBR.

Under sista året har handlare, krögare och fastighetsägare tillsammans med Motala kommun och Tillväxt Motala haft olika workshoppar för att se hur vi bäst utvecklar Motala centrum. Arbetet har bekostats av Bostadsstiftelsen Platen och Fastighetsägarna GFR. Under månaden samlade bolaget aktörerna som deltagit i projektet för att fastighetsägarna skulle kunna presentera Cityindex 2023 och kunna berätta om vägen framåt, där vi nu passerat VAD vi ska göra till att gå vidare till HUR gör vi. Ett 40-tal personer deltog på mötet.

Summering från presentationen av Cityindex 2023 (siffror för 2022). Presentationen går att få tillgång till.

DETALJHANDELN VÄXTE UNDER 2022

- Under 2022 växte detaljhandeln, inklusive e-handeln, med 4,6 procent. En utveckling som till stor del drevs av prisökningar snarare än ökad försäljningsvolym. Utvecklingen var som starkast i urhandeln, bok- och mediahandeln samt modehandeln. Den fysiska detaljhandeln växte med 6,1 procent men tillväxten drevs av prisökningar. Borträknat inflationen var utvecklingen negativ. Enligt statistik från SCB är det första gången sedan början av 1990-talet som detaljhandeln möter en negativ volymutveckling.
- Den svagaste utvecklingen återfanns i sport- och fritidshandeln, bygghandeln samt i de hemrelaterade branscherna. En anledning till dessa branschers svagare utveckling är att de hade god utveckling under pandemin. För vissa av branscherna gäller också att deras försäljning är kopplad till utvecklingen på bostadsmarknaden, som svalnat i takt med att ekonomin försämrats och räntorna stigit.

PROGNOSEN FRAMÅT

- Den första halvan av konsumtionsåret 2023 minskade hushållens konsumtion drastiskt. Under det andra kvartalet sjönk hushållskonsumtionen med 3,3 procent jämfört med föregående år. Prognosen för detaljhandeln är att tillväxten i löpande priser kommer att landa på 1,0 procent för 2023 och 0,5 procent för 2024. Även om hushållens ekonomi fortsatt kommer att vara ansträngd väntas de ökade priserna i handeln fortsatt kompensera för en minskning av försäljningsvolymerna.

TILLVÄXTEN 2022 SKEDDE MESTADELS I BUTIK

- Under 2022 uppgick tillväxten i den svenska detaljhandeln till 4,6 procent, enligt SCB:s detaljhandelsindex. Tillväxten i den fysiska handeln uppgick samtidigt till 6,1 procent. Under samma period uppvisade e-handeln för första gången en negativ årstillväxt och krympte med 7 procent. Det innebär att det var den fysiska handeln som drev tillväxten i svensk detaljhandel under 2022.
- Att den fysiska handeln gick starkare än e-handeln beror i hög utsträckning på att pandemins slut inneburit att konsumenterna valt att återgå till att handla i butik. Under covidpandemin exploderade den digitala handeln medan den fysiska handeln krympte. I takt med att samhället återgår till det normala är det naturligt att tillväxten således är lägre på nätet än i fysisk butik.

ÅTERHÄMTNING FÖR HOTELLBRANSCHEN

- Hotellbranschen drabbades hårt under pandemins första år, men återhämtade sig delvis under 2021. Under 2022 fortsatte återhämtningen och omsättningen ökade med 54 procent, vilket innebär att hotellen nu ligger 14 procent över 2019 års nivå. Den ökade omsättningen kan, förutom inflationen, förklaras av fler stora evenemang, ett bättre år för besöksnäringen och ett ökat flöde av såväl inhemska som utländska turister.

HOTELL- OCH RESTAURANGNÄRINGEN MÖTER NYA UTMANINGAR

- Efter två tuffa år för hotell- och restaurangnäringen där restriktioner inte gett företagen något annat val än att permittera och i vissa fall avskeda personal, vittnar nu flera aktörer om svårigheter att hitta rätt kompetens. Under pandemin valde många anställda inom hotell- och restaurang att omskola sig och byta bransch. Enligt Visita är den bristande kompetensförsörjningen vi nu ser resultatet av en bransch som är sargad av pandemin och som drabbades hårt av varje ny restriktion som infördes.

TUNNARE PLÅNBOK FÅR HUSHÅLLEN ATT PRIORITERA OM

- I takt med att räntor, elpriser och inflationen stiger urholkas också hushållens köpkraft. Det märks inte minst i detaljhandeln. När utvecklingen i fasta och löpande priser går i motsatt riktning innebär det att konsumenterna handlade färre varor eller varor i lägre prisklasser.

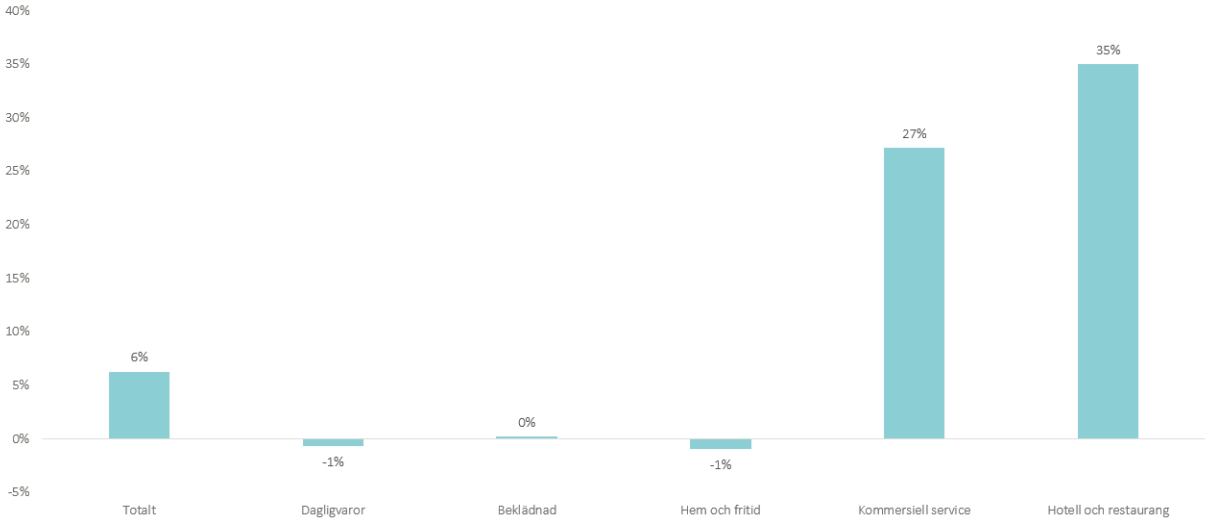
LÅGPRISHANDELN VÄXER

- När plånboken blir tunnare vill konsumenterna få så mycket som möjligt för pengarna och en allt större andel av konsumenterna letar sig till kampanj- och lågprisvaror. Lågprishandeln var ett av få segment där det under 2022 öppnades fler butiker än stängdes. Detaljhandeln i kommuner med ett större utbud av lågprisbutiker än rikssnittet hade dessutom i genomsnitt en tillväxttakt 0,8 procentenheter högre än kommuner med ett mindre utbud än snittet.

FLER KÖP GÖRS I STADSKÄRNAN

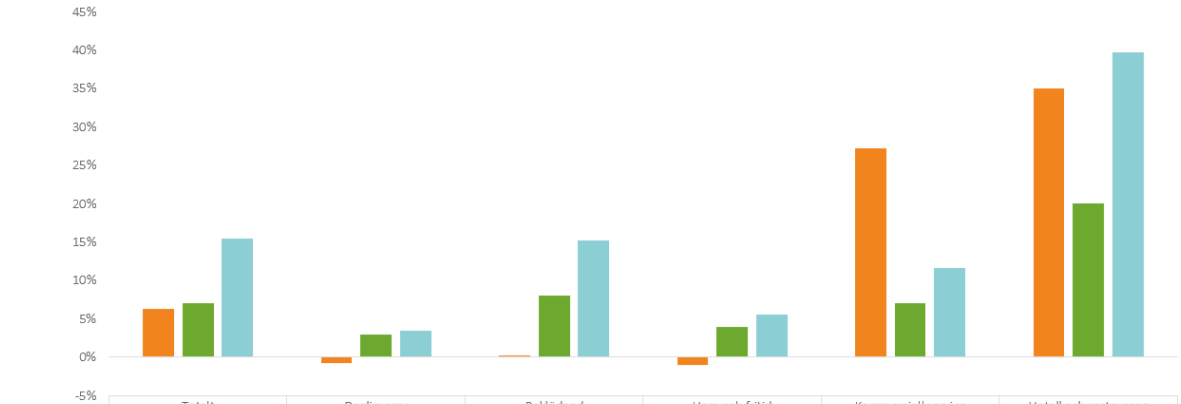
- När konsumenterna återvände till den fysiska handeln minskade e-handelns andel av den totala detaljhandeln. Branschens andel av den totala försäljningen i detaljhandeln minskade från 17 till 15 procent mellan 2021 och 2022. Andelen av detaljhandelns omsättning som spenderades i stadskärnan uppgick till 14 procent, vilket är en ökning från året innan. Övrig fysisk handel ökade också och står fortsatt för en klar majoritet (71 procent) av detaljhandelsförsäljningen. Övrig fysisk handel avser köpcentrum och handelsområden som är belägna utanför stadskärnan, samt mer glest klustrad handel såsom bostadsnära livsmedelsbutiker.

Omsättningsutveckling 2021-2022



Källa: X

Omsättningsutveckling 2021-2022, jämförelser



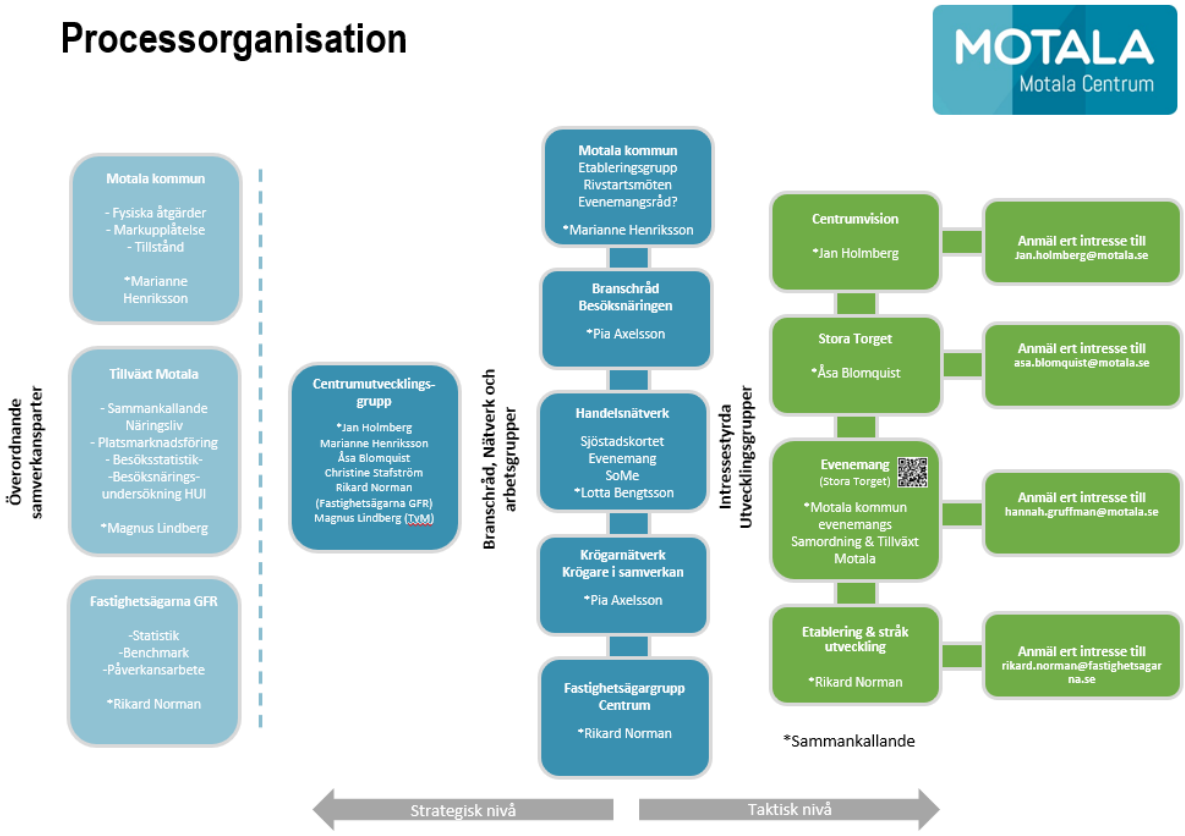
	Totalt	Dagligvaror	Beklädnad	Hem och fritid	Kommersiell service	Hotell och restaurang
Motala	6%	-1%	0%	-1%	27%	35%
Medelstor stad	7%	3%	8%	4%	7%	20%
Totalt	15%	3%	15%	6%	12%	40%

Källa: SCB, HUI

Processkarta över hur samverkan fungerar i Motala centrum

Bolaget presenterade den processkarta över hur samverkan fungerar i Motala centrum. Det kommer att finnas fyra arbetsgrupper där det finns möjligheter att bidra. Meddela ert intresse till följande sammankallande:

- Ny centrumvision. jan.holmberg@motala.se
- Stora Torget. asa.blomquist@motala.se
- Evenemang. hannah.gruffman@motala.se
- Etableringsstrategi och stråkutveckling. rikard.norman@fastighetsagarna.se



Motala för ett förbättrat företagsklimat

En av nycklarna till ett förbättrat företagsklimat är tillgänglighet och förståelse mellan kommun och näringsliv. Löpande genomförs företagsintervjuer som publiceras på tillvaxtmotala.se och lanseras i nyhetsbrev och i sociala media. Under månaden har tre företag intervjuats.

Ett viktigt område är kompetensförsörjning. Här är bolaget representerat i arbetsgruppen för Campus Motala och nu har det glädjande fattats beslut om att Campus Motala ska inrättas.

Bolaget deltog även på Framtid Östergötland, där fokus var kompetensförsörjning.

Ett annat viktigt område är att skapa dialog mellan företag och kommunen. Under månaden har vi genomfört två möten där företagarna har fått berätta om sin vardag, vilka utmaningar och möjligheter de har samt vilka områden anser de att Motala kommun behöver förbättra sig. Dessa möten fokuserade på myndighetsutövning gällande kontroller från miljö och hälsa samt rutiner och kostnader för upplåtelse av allmänplatsmark.

24 företagsbesök har genomförts under månaden.

Investering och etablering

Arbetet med att marknadsföra och visa upp kommunens tillgängliga mark fortsätter och det finns fortfarande ett bra intresse. I Bråstorp har två företag visat intresse. Det pågår arbete med att skapa förutsättningar för ännu en markanvisning. I Norrsten har intresset ökat för den kommande etappen, då det finns flera företag som har aviserat att de behöver större ytor. Norrsten etapp två har varit ute på samråd. I Borensberg Erstorp behandlar bolaget en intressant förfrågan som vi arbetar för att Motala kommun ska kunna erbjuda ett markanvisningsavtal.

Motala jobb- & kompetensmässa

Den 11 oktober slog vi upp portarna till den första upplagan av Motala jobb- & kompetensmässa i Lokverkstan, vilket blev mycket lyckat. 650 besökare kom och fick chansen att träffa 51 utställare inom olika branscher och utbildningar för att prata kompetens och framtida jobb.

Efter mässan har en enkät skickats ut till utställarna, vilket visar att en stor majoritet är väldigt nöjd med mässan. Hela 70 procent av utställarna kan tänka sig att ställa ut igen nästa år och 66 procent uppger att de fick nya kontakter.

Sjöstadsmorgon

Månadens Sjöstadsmorgon hölls på Wahlstedts bil. Ett 40-tal företagare besökte Wahlstedts bil som bjöd på frukost, Mauritz Wahlstedt gav en presentation om bolaget och sin syn på framtidens bilåkande och dagen rundades av med rundvandring i de nyrenoverade lokalerna.

Platsmarknadsföring

Nätverket Livet i Motala hade den 5 oktober en lunchträff, där Motala kommuns Christine Stafström berättade om allt som är på gång i Motala gällande byggnation. Tillväxt Motala informerade om marknadsföringsplanerna framåt, bland annat i form av nya konton i sociala medier. Framöver finns planer på aktiviteter för både själva nätverket och för personer som är intresserade av att bygga bostad i Bråta hagar i Borensberg.

Motala sjöstad i digitala kanaler

Oktober har varit en riktigt bra månad i våra digitala kanaler! Under månaden nådde Facebooksidan Motala, Östergötlands sjöstad 110 700 personer, vilket är en ökning med 300 procent jämfört med månaden innan. Det inlägg som både nådde flest och gillades av flest var ett om nya butiken Möbelglädje. 65 100 personer såg inlägget och drygt 500 tryckte på gillaknappen. Många klickade sig även vidare för att läsa hela artikeln om butiken på motalasjostad.se Det här inlägget delades även på Tillväxt Motalas Facebooksida och gick lika bra där. Två andra populära inlägg var en film från Draget (nådde 38 000 personer) och vinnarbilden i vår tävling på Motalabrons 10-årsdag (nådde 21 000 personer).

Dessutom har en bild på Facebooksidan Borensberg, den lilla sjöstaden vid Göta kanal blivit riktigt viralt i slutet av månaden! En bild på Göta hotell, tagen av Carl Schnell, ihop med info om hotellets historia och en uppmaning att dela med sig av sina minnen från hotellet blev en bra kombo – inlägget har i skrivande stund setts av nära 200 000 personer, gillats 2 600 gånger och delats 60 gånger!

På Instagramkontot @motalasjostad har vi under oktober nått 9 000 personer, även det en liten ökning från tidigare månad. Inlägget som nådde flest var ett om att nya fontänen i Stadsparken är klar; 4 100 personer såg det och 476 gillade. Inlägget som allra flest gillade var istället ett höstsvep med massa fina bilder, där 550 personer gillat.

Livet i Motala i digitala kanaler

Under oktober var det premiär för Livet i Motala på Facebook och Instagram. Här kommer vi bland annat att följa familjen Tillgren som bygger hus i Bråta hagar, dela inlägg från medlemmar i nätverket och rapportera om nyheter när det gäller just bostadsfrågan. Mottagandet blev bra och följarantalet stiger stadigt. Extra kul var att många läste vår presentationsintervju med familjen Tillgren, som finns på livetimotala.se.

Besöksnäring, evenemang och handel

Tillväxt Motala fanns även i år på plats på Seniormässan i Älvsjö den 3–5 oktober för att visa upp och sälja in vår destination. Med på mässan var hotell Carl Friman, Motala Motormuseum med hotellen Nostalgi och City, Brunneby Musteri, Motala kommuns museer och M/S Wasa Lejon. Intresset och kännedomen för Motala var hög, montern var välbesökt och frågorna många. Det här är en viktig målgrupp i arbetet med att få fler besökare året runt. Totalt var det 184 utställare och 8 812 besökare under dagarna. Nytt för i år var att Vadstena var vår montergranne på mässan – tillsammans är vi starka.

Besöksnärings-och handelsföretag som antingen är medlemmar i handelsnätverken eller medlemmar i Tillväxt Motala blev i oktober inbjudna till en kostnadsfri utbildning i sociala medier för att bli säkrare på bland annat planering, målgrupper och annonsering.
Tillsammans med övriga intressenter i regionen har vi deltagit när slutrapporteringen av förstudien om en möjlig nationell cykelled runt Vättern tog plats. Vi har också kommit med input under arbetets gång. Här har man undersökt möjligheten att etablera och/eller utveckla den befintliga cykelleden runt Vättern till att klassas som nationell cykelled. På det viset skulle en tydligare produkt, med utpekad huvudman som ansvarar för ledens kvalitet, utveckling och marknadsföring, kunna skapas med potential att attrahera fler besökare till området. Förstudien är en del av projektet Hållbar Omställning Besöksnäring som Region Östergötland har jobbat med sedan 2021, en samsynsprocess för destinationsorganisering längs Vättern.

Vi har varit med på höstträffen med Officiell Partner Göta kanal tillsammans med regioner, kommuner och företag längs Göta kanal.

Under månaden arrangerade vi två nätverksmöten för handlarna i Motala centrum och Bråstorp. På mötet informerade bland annat Josefin Arvidsson från polisen om det arbete som är påbörjat för att minska problemen med stölder och snatterier. På mötet presenterades även nätverkens årsagenda för 2024 och vi kan konstatera att det finns mycket spännande att se fram emot.

Om Tillväxt Motala AB

Tillväxt Motala AB ägs av den ekonomiska föreningen Tillväxt Motala som till dags dato har 353 medlemmar. Verksamheten drivs i enlighet med den affärsplan som finns framtagen och beslutad av bolagets styrelse.

Avtal har tecknats med Motala kommun kopplat till följande områden: Näringslivsutveckling, Stads-, Centrum-, och besöksnäringsutveckling, företagsetablering och platsmarknadsföring.

På uppdrag av Motala kommun ska bolaget stödja, utveckla och marknadsföra Motala mot näringsliv, media och presumtiva invånare och besökare.