



Månadsrapportering Tillväxt Motala AB

april 2025

Sammanställning i korthet	April	Totalt 2025
Företagsmöten	11 st	41 st
Nätverkskapande aktiviteter	8 st	38 st
Antal nystartade företag	9 st	89 st
Antal konkurser	0 st	8 st
Besöksmätning	102 676 st	99 666 st (mars)

Näringslivsutveckling

Vid två tillfällen under månaden bjöds medlemmar på Tillväxt Motala på väl anordnad träning och lunch hos Motala Fitness Center.

Nätverket Vintergatan med omnejd höll sitt möte hos Bröderna Carlsson där kommunstyrelsens ordförande Mark Henriksson informerade samt svarade på frågor gällande den kommunala delen. Frågan gällande kompetensförsörjning lyftes i gruppen och om man på något sätt skulle kunna ha en pool i området. Avslutningsvis fick vi en intressant rundvandring med Victor Carlsson på företaget.

Sjöstadsmorgon anordnades hos Friskis & Sveltis som före frukost bjöd på ett pass för den morgonpigga, följt av mingel och föredrag. Morgonen blev välbesökt och uppskattad.

Månadens träff för företag med färre än fem anställda gästades av Tanja Persson, varumärkesstrateg och föreläsare, som pratade om vikten av det personliga varumärket även när man är företagare. Det blev en hel del intressanta insikter och några praktiska övningar.

Vi bjöd under månaden in till en föreläsning med Sofia Kacim, retoriker, kommunikationsexpert och medgrundare till HER Global Network. Det blev en intressant föreläsning om att attrahera och behålla den yngre generationen som idag vill känna mening i sitt arbete och ställer höga krav på sin arbetsplats.

Företagsetablering

Under april månad har vi fått in en etableringsförfråga där företaget är verksamt inom livsmedelshandel som vi har hanterat. Vidare har ett företag blivit erbjuden en markanvisning vid Västra Bergsätter. Verksamheten erbjuder självlagringstjänster för såväl privatpersoner som företag. Vi har haft diskussioner med befintliga företag inom Motala kommun som ser över sina möjligheter för att fortsätta växa. Vi har även bearbetat tidigare etableringsförfrågningar för att komma framåt i frågan.

En representant från Tillväxt Motala har blivit en diplomerad ESBR-ambassadör. East Sweden Business Region (ESBR) är en gemensam plattform för näringslivsutveckling i Östergötland som sammanför över 50 aktörer, bland annat kommuner, universitet, innovationsmiljöer, science parks, inkubatorer och näringslivet i ett koordinerat samarbete. Syftet med ESBR är att företag enkelt ska kunna ta del av hela stödsystemet för att starta, växa eller utvecklas. Nu kan ytterligare en representant från Tillväxt Motala vara en väg in till stödsystemet för verksamheter som är i behov av det. Nu är tre representanter på bolaget klara ambassadörer.

Platsmarknadsföring

När vi arbetar med marknadsföring av platsen Motala, Östergötlands sjöstad vill vi attrahera till besök, inflytt och till stolta Motalabor. I början av april skickades 300 lådor med en pixibok, tallbarr och Varamosand ut till personer som tidigare varit bosatta i Motala. I lådan fanns även information om hur mottagaren kunde svara på en enkät och vara med i utlottning av hotellnatt för att komma hem och "provbo". 10% svarade, vilket får anses som bra, lådan fick spridning på sociala medier och uppmärksammades även i MvT och P4 Östergötland. Svaren kommer att användas för framtida behov.

Annonsering kommer att finnas under vår och sommar på inrikeståg och flygplatser för att lyfta motalasjostad.se. Annonsering och film för digitala skärmar har uppdaterats på Linköpings Universitet för att locka till inflytt och kompetensförsörjning.

Planering för aktiviteter inför Vätternrundan pågår tillsammans med Vätternrundan. Vårt fokus kommer ligga på medresenärer och att locka tillbaka besökare även under andra tider på året.

Facebooksidan Motala, Östergötlands sjöstad nådde under april månad nästan 150 000 personer. Mest uppmärksamhet fick ett inlägg om att lampskärmarna över Repslagaregatan kommit upp igen, vilket gav många gillamarkeringar och kommentarer. Vi samarbetade även med Hälsohuset i Motala i en äggjakt under påskveckan, där Motalaborna fick kluriga ledtrådar och uppmanades att ge sig ut och leta efter fina vinster i staden.

På Instagram nådde vi nästan 8 000 personer och där toppade ett inlägg av vår ambassadör Marija Aurell där hon cyklade slingan Borensberg runt, tillsammans med en bild på de vackra tulpanerna i stadsparken.

Hemsidan motalasjostad.se besöktes 16 000 gånger av totalt 6 400 personer, som var mest intresserade av aktuella evenemang som exempelvis årets valborgsfirande.

Handel & centrumutveckling / stadsutveckling

I april var det dags för det populära evenemanget Stadens hjältar, som i år utvecklades till att bli en Shoppinglördag med hjältetema. På torget kunde besökarna titta på brandbilar, sopbilar, polisbilar och träffa Missing people och Assistancekåren. I Gallerian fick de små besökarna själva bli superhjältar, tävla i en hinderbana och gå tipspromenad. Samtidigt hyllade vi alla som handlar lokalt med fina erbjudanden och en tävling där en lycklig shoppare vann ett Sjöstadskort värde 2000 kronor.

Nätverket i Motala centrum träffades och utvärderade förra månadens shoppingkväll, samt spånade gemensamt idéer inför nästa stora event som är Tjejkvällen den 25 september.

Även fastighetsägarnätverket i Motala centrum hade en träff, där diskussionerna handlade mycket om hur man med gemensamma krafter kan ta centrum vidare. En till träff planeras före sommaren.

För Bråstorps del fortsatte planeringsarbetet inför Bråstordagen, som äger rum den 30 maj och ger aktörerna i området en möjlighet att visa upp sin verksamhet och komma med bra erbjudanden inför sommaren.

Turism och besöksnäring

I samband med att vårens Östgötadagar står för dörren har vi och fler kommuner haft ett möte med regionen för att se hur vi tillsammans ska kunna växla upp arbetet med både vårens och höstens Östgötadagar. Intresset för att delta är stort; i Motala kommun är det 30 företag som håller öppet. Här finns utvecklingspotential bland annat för ökade gästnätter, landsbygdsutveckling och småföretagande.

Turismnätverket i västra Östergötland (Ödeshög, Vadstena, Mjölby och Motala) har träffats och bland annat sett över resurser för gemensam marknadsföring med syftet att besökaren ska stanna flera dagar. Gemensam kunskapsinläring om det nationella API som Visit Sweden arbetar med och där våra besöksföretag får en stor synlighet samt också med Tillväxtverkets nya turismränskaper med koppling till Big Data.

Lagom till påsk kom årets Motalamagasin, turistkarta och rivkarta. En produkt med lyxig känsla, delvis annonsfinansierad och sjöstadsprofilerad. De levereras av oss till InfoPoints, andra turismverksamheter och till de intressenter som hör av sig.

2025 har vi tre nya InfoPoints; Återvinningen, Svecia Travels och Tjällmo glassmakeri & mathantverk. Här hittar du [alla InfoPoints](#).

På vår året-runt-öppna Turistbyrå finns magasin, kartor för utdelning och flera profilprodukter till försäljning.

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.