



Månadsrapportering Tillväxt Motala AB

juni, juli, augusti 2025

Sammanställning i korthet	juni, juli, augusti	Totalt 2025
Företagsmöten	12 st	57 st
Nätverkskapande aktiviteter	24 st	62 st
Antal nystartade företag	56 st	160 st
Antal konkurser	5 st	15 st
Besöksmätning	118 581 st (aug)	147 726 (juli)

Näringslivsutveckling

Vi var i år fyra personer som besökte Almedalen, Visby. Almedalen är en fantastisk arena för samarbeten, kompetens och intressanta samtal. Vi hade ett par riktigt bra möten gällande cirkulära samarbeten kring plast i Motala och ovärderliga samtal med Tillväxt Gotland och deras olika projekt, bland mycket annat.

Vi sponsrade för första gången en golftävling som vi fick stora ovationer för. Att vara där företagen finns i olika sammanhang är väldigt viktigt för oss och sponsringen gav ett par nya samarbeten och medlemmar.

Under juni-augusti har fokus legat på företagsbesök i syfte att lyssna in verksamheternas behov och samla in feedback och synpunkter. Vi har även informerat om våra nätverk såsom geografiska, Sjöstadsmorgon samt ESBR. Via ESBR når vi Regionen, Linköpings Universitet, Linköping Science Park samt många andra aktörer som är av stor vikt för vårt lokala näringsliv.

Info och förankring kring omvandlingen av torget centrum.

Förberedelser inför Motalagalán pågår, med upphandlingar som mynnat ut i dialoger med lokala samarbetspartners.

Vi har haft två geografiska nätverksträffar. Vintergatan med omnejd, hos Toveks bil, där bland annat kommunen via Björn Ekengren var med och berättade om sin roll samt info från kommunen. Det finns nu även ett nytt geografiskt nätverk på Turbinvägen med omnejd som hade sin första träff hos Mixum. Där deltog Mark Henriksson samt Marianne Henriksson från kommunen. Frågor utefter dialog från nätverken tas med till rätt person samt följs upp på nästkommande möte med nätverken.

Sjöstadsmorgon den 29/8 var hos ett välbesökt Graphic Profile som berättade om sin företagsresa samt vad som är på gång.

Företagsetablering

Representanter från Tillväxt Motala har tillsammans med kommunen besökt ett befintligt företag i Motala kommun som har goda framtidsplaner. Syftet med mötet var att diskutera möjligheterna men även utmaningar som finns för verksamheten. Vi arbetar i samverkan med tjänstepersoner på Motala kommun för att skapa de bästa förutsättningar för att verksamheten ska kunna växa så bra som möjligt enligt deras visioner och planer. Vi har även diskuterat potentiella och möjliga följetableringar med ett fastighetsbolag i Motala. Vi arbetar åt samma mål och samverkar i frågan för att deras idéer ska bli realiserbara.

Sex etableringsförfrågningar har bearbetats under månaderna. Aktörerna visar ett stort intresse att etablera sig i Motala. En salig blandning av verksamheter, bland annat verksamheter inom detaljhandel, besöksnäring, industri och företagstjänster. Ett gott kvitto att Motala är en attraktiv stad med fina utvecklingsmöjligheter.

Deltagande på Almedalsveckan där mycket fokus var på fortbildning och nätverkande inom etableringar och investeringar. På samma spår av investeringar ser vi nu över möjligheterna att starta upp ett investerarnätverk i Motala kommun. Ambitionen är att samla privata investerare, affärsänglar och även investerare som har ett stort hjärta för Motala och vill vara en del av investeringssfären i Motala kommun.

Arbetat fortskrider med etableringsstrategin som Motala kommun tar fram där vi är med under framtagande av handlingsdokument i enlighet med vår expertis. Kommunens ambition är att etableringsstrategin ska vara politiskt beslutad till årsskiftet.

Platsmarknadsföring

Aktiviteter som gjorts under Vätternrundan har mottagits positivt. De godispåsar som delades ut till besökare på campingplatser och hotell uppskattades mycket och beslut togs att även dela ut påsar under Folkracefestivalen. De fyra värdarna vi hade på campingplatser uppger att de fick bra kontakt med besökare och tyckte att uppdraget var givande och kul. Utvärdering av om aktiviteten drev fler besökare till motalasjöstad.se är svår att göra då vi tyvärr saknar statistik från tidigare år. Vi kan bara se att ett 100-tal valde att skanna QR-koden vilket är en ökning från tidigare år.

Tillsammans med Cardskipper erbjöd vi företag inom besöksnäring, handel och restaurang att delta i ett digitalt rabatthäfte med erbjudanden till samtliga cyklister i årets lopp. Drygt 35 erbjudanden kom in och 44 % av deltagarna valde att ladda ner rabatterbjudandena under veckan.

En ny film, i en serie av fem under kampanjnamnet "Livet i en sjöstad" har marknadsförts på Youtube och FB. Denna gång har vår hemvändarfamilj Blixt, besökt Stadsparken för att visa vår fina strandpromenad och stadspark. Se den här: <https://youtu.be/idp0FaUWUlw>

Filmmaterial som visas på samtliga digitala skyltar på LiU har uppdaterats och budskapet vänder sig till nya studenter och förmedlar närheten till Motala som boplat.

Arbetet med att se över Motalas platsvarumärke fortsätter. Det är nu fastställt att platsvarumärket är registrerat hos PRV av Tillväxt Motala, vilket gör att Tillväxt Motala är juridisk ägare. Men ett platsvarumärke ägs av alla och ska ses som en gemensam kvalitetsstämpel för allt som stärker platsens identitet. Ett beslut har därför tagits för att frigöra platsvarumärket Motala, Östergötlands sjöstad visuellt från Tillväxt Motalas logga.

Under augusti har vi planerat och förberett för en pendlarundersökning som kommer att ske i slutet av september. Undersökningen vänder sig både till de som pendlar ut från och in till Motala.

Sommaren i sociala medier har gått bra. I juni innebär alla besökare i och med Vätternrundan en bra räckvidd och våra inlägg visades totalt 220 000 gånger på Facebook och 150 000 gånger på Instagram, med Vätternrundaninlägg i topp i båda kanaler.

Under juli körde vi Julikalendern på Instagram, det här året med fokus på besöksmål och upplevelser för både Motalabor och besökare. Varje dag lyftes ett besöksmål som vi informerade mer om, samt där platsen/verksamheten fått möjlighet att tävla ut något till en eller flera vinnare just den dagen. Det togs emot väldigt väl och både deltagande verksamheter och tävlande följare tyckte att det var kul. Totalt visades inläggen 415 000 gånger av ungefär 20 000 personer. Allra mest engagerade ett inlägg om att vinna ett våffelkalas för fem personer hos Mallboden.

I augusti återgick vi till vanlig publiceringstakt igen, men nådde fortfarande ut väldigt bra i båda kanalerna, med visningar över 100 000 i båda. Mest populära blev inläggen om hantverksmarknaden i Gamla Motala verkstad samt vackra bilder från Varamon.

Handel & centrumutveckling / stadsutveckling

Sommaren i centrum inleds med många besökare i och med Vätternrundanhelgerna, något vi tagit fasta på lite extra i år när det gäller att välkomna dem in till centrum. Under drygt en veckas tid omvandlade vi gångfartsområdet på Repslagaregatan till en välkomnande paradgata, med en blå matta och Sjöstadsparasoller som komplement till lamporna som hänger på den gatan. Ett väldigt trevligt inslag i centrummiljön!

Under cykelveckan upprepade vi även tävlingen Shoppa & vinn i både Motala centrum och Bråstorp, där tio personer som handlade för minst 500 kronor hade chans att vinna Sjöstadskort värde 500 kr. Populärt och ett bra sätt att uppmuntra till att handla lokalt.

Den 28 juni var det premiär för nya satsningen Lek och skoj på Sommatorget. Tillsammans med Fritidsbanken, RF-Sisu och Motala kommun arrangerade vi under fyra veckor en lekyta på torget, där barn med sina föräldrar kunde komma och testa delar av Fritidsbankens utbud, rita, pyssla, dansa med Movement Inspo, lyssna på musik, pyssla med biblioteket och mycket annat. Totalt besöktes ytan under de fyra veckorna av 1 200 barn, vilket är ett väldigt bra resultat av den första sommaren.

Aktörerna i Motala centrum upplever att sommaren totalt sett har gått okej, vissa upplever riktigt bra resultat och andra något sämre. Det är fortsatt tufft ekonomiskt och osäkert väder bidrar till mindre shopping inom framför allt kläd- och skohandeln.

Planering inför den stora Tjejkvällen i Motala centrum den 25 september har påbörjats och intensifieras den kommande månaden.

Turism och besöksnäring

I början av juni genomförde vi i turistnätverket västra Östergötland en gemensam utbildningsdag för respektive kommuns sommarpersonal. Här ingår Mjölby, Ödeshög, Vadstena och Motala. En buss tog oss igenom alla kommuner med guidade turer och strategiska stopp för att öka kunskapen om våra grannkommuner och därigenom ge ett bättre värdskafts till våra besökare.

I samband med cykelveckan öppnade turistinformationen upp för sommartider och har varit öppen alla dagar mellan kl.10-18 under juni, juli och augusti. Vi har ännu inte kunnat ta del av sommarens inkvarteringsstatistiken från Tillväxtverket eftersom den släpar ca två månader. Känslan och indikationerna från branschen är att det har varit mycket utländska besökare och cykelturisterna verkar ha ökat, där den nationella cykelleden längs Göta kanal har varit ett dragplåster.

Det har varit många evenemang i sommar och vi har jobbat på för att få in allt på vår evenemangskalender. Ännu lägger inte evenemangsarrangörerna in sina egna evenemang i någon stor utsträckning vilket är målet och också ökar säkerheten vid inställda och ändrade uppgifter om evenemanget.

Vid Vätternrundans cykelvecka jobbade vi med att synas ute bland deltagare och besökare med material och öppnade upp synligare vid turistinformationen i hamnen genom att ställa ut bänkar och parasoll.

Juni, juli och augusti jobbar vi mycket med att åka ut med material till besöksmål och fylla på i broschyrställ hos InfoPoints. Det läggs stor vikt vid att de 18 InfoPointställen är välskötta och påfyllda för bästa marknadsföring. Vi kan se att det är stor åtgång på materialet.

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.