



Månadsrapportering Tillväxt Motala AB

maj 2025

Sammanställning i korthet	Maj	Totalt 2025
Företagsmöten	6 st	45 st
Nätverkskapande aktiviteter	4 st	38 st
Antal nystartade företag	15 st	104 st
Antal konkurser	2 st	10 st
Besöksmätning	115 552 st	102 676 st (april)

Näringslivsutveckling

Under vårens sista träff med våra småföretagare var fokus fotografering med mobilen. Fotografen och journalisten Mia Karlsvärd gästade och gav tips om allt från ljus och komposition till snabb redigering. Ett knappt 30-tal företagare deltog. Nu tar småföretagarnätverket sommarlov och träffas igen i augusti.

Tillsammans med Almi bjöd vi in företagare att delta en förmiddag på Furulid där ämnet var "Våga att ta beslut". Lena Sellgren samt Daniel Collin Holgersson föreläste inom ämnet. Företagare Mats Hofstam från Broddson samt Bengt Andersson från Medevi ProSalus berättade även om sina företagsresor där modet att ta beslut varit en framgångsfaktor. Vi bjöd på frukost, fika samt lunch med kaffe.

Nicholas Fernholm- AI expert föreläste om risk till möjlighet för inbjudna på Carlsund. Vi anser att i dagens läge så är detta ett mycket viktigt ämne och där vi även fick det bekräftat hur långt efter användandet av AI är i Sverige.

Sjöstadsmorgon spenderades nere på vår Turistbyrå dit Motala MotorMuseum samt nya ägarna till Kung Sverker var inbjudna att tala om sina verksamheter. Motala Motormuseum kan stoltsera med sina 30 år bakom ratten och Kung Sverker fortsätter sina turer på Göta Kanal via nya ägarna Olivia & Per Öberg.

Tillväxtdagen i Västervik gick av stapeln och vi fanns med för att se och lära och knyta värdefulla kontakter.

Nicklas besökte Sotenäs Symbioscentrum tillsammans med ESBR. Ett studiebesök som gav stor insikt i cirkulära arbetsmodeller och flera kontakter som vi jobbar vidare med på hemma plan, för att se hur vi kan ta nästa steg i den resan.

Nicklas och Pia tog emot besökare från Arboga kommun som var intresserade av att se och lära hur vi jobbar med Göta kanal som samarbetspart och hur vi använder kanalen i vårt arbete.

Företagsetablering

Under maj månad har vi fått in tre etableringsförfrågningar som vi hanterar där intresset är att etablera sig i Norra Bråstorp. Vidare har vi jobbat proaktivt för att hitta aktörer som passar in i våra verksamhetsområden. Vi har bland annat kontaktat aktörer som verksamma inom besöksnäring, handel och industri.

På första mötet med KSNU efter sommaren deltar Sakis för att prata mer om hur vi jobbar i detalj med arbetet kring företagsetableringar och investeringar.

Platsmarknadsföring

Planering för aktiviteter inför Vätternrundan har tillsammans med Vätternrundan pågått under en tid. Då vårt fokus ligga på besökare har vi beslutat att vara synliga på campingplatser som värdar för Motala. Det kommer även att delas ut godispåse (gelébåtar) tillsammans med en uppmaning att besöka motalasjostad.se. Utvärdering av denna aktivitet kommer att göras efter avslutat event.

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 Varamon. Se den här:

<https://www.youtube.com/watch?v=6zVhXnwydUE>

Filmmaterial som visas på samtliga digitala skyltar på LiU har uppdaterats för att locka studenter till att bo och jobba i Motala.

En tidigare uppskattad guide har uppdaterats och finns nu att dela ut till de som på något sätt kommer i kontakt med besökare i Motala, Östergötlands sjöstad. Vårdskapsguide är framtagen som ett hjälpmedel för de som kommer i kontakt med besökare och kommer att delas ut till berörda av oss på Tillväxt Motala. Foldern är i fickformat och innehåller information och viktiga kontaktuppgifter.

Ytterligare ett fönster, lilla entrén till Gallerian, har klätts med Motalas mönster. Mönstret ramar in en skärm där event som sker i Motala lyfts. Syftet är att lyfta och visa på att det händer saker i Motala.

Arbetet med att se över Motalas platsvarumärke har påbörjats, första steget har varit att se över historien bakom. Motala fick sitt platsvarumärke redan 2013 och låg då i framkant och ansågs som innovativa. Idag har de flesta kommuner ett platsvarumärke som används för att stärka platsens identitet. Arbetet kommer att återupptas i höst.

Facebooksidan Motala, Östergötlands sjöstad har under maj månad publicerat inlägg som nått hela 325 000 personer. Det märks att man gillar att få tips om vad som händer i staden och utflyktsmål man kanske inte känt till sedan innan. Mest uppmärksamhet fick nämligen ett inlägg med vackra bilder från Rhododendrondalen i Klockrike, som många blev sugna på att besöka för att njuta av blomningen.

På Instagram var det istället en hyllning till Vättern, gjord av vår ambassadör Marija Aurell, som fick mest uppmärksamhet. Hennes fina och rofyllda bilder gillades av många. Totalt nådde Instagramkontot 11 000 personer under maj, vilket är årets näst bästa månad.

På hemsidan motalasjostad.se märks tydligt att det drar sig mot sommar och evenemangstider. Mest besökt under maj var nämligen evenemangskalendern och evenemang som Vätternrundan och Tjällmo marknad. Men det blev även ett uppsving i sökord kring ön Fjuk, då P4 Dokumentär i slutet av månaden släppte en radiodokumentär om Enslingen på Fjuk. Många ville uppenbarligen veta mer om ögruppen och hamnade då på motalasjostad.se .

Handel & centrumutveckling / stadsutveckling

För aktörerna i Motala centrum har maj betytt satsningar mot mors dag, student och sommar. Vi har marknadsfört möjligheten att ge bort Sjästadskort till mamma, studenten eller sina anställda och hoppas på att många tagit till sig av tipset.

Två välbesökta evenemang under maj var såklart studentbalen, som trots regn lockade många, och Motala Street Fest, där en mängd spännande fordon samlades på torget under månadens sista dag. Den senare arrangerades samma dag som Motala motormuseum firade 30 år i hamnen och många passade på att besöka centrum under en längre period, vilket syns i vår besöksstatistik både gällande antal besökare och hur länge de stannade i snitt. Riktigt roligt att se!

Den 30 maj var det dags för årets Bråstorpdag; en dag för att lyfta utbudet i handelsområdet lite extra. Flera av aktörerna arrangerade aktiviteter, hade fina erbjudanden och bjöd på fika. Nätverket i området satsade lite extra på barnfamiljer utanför Lekia / Bill o Bulls lekland genom att bjuda in biet Maya som barnen fick odla med, samt ha lite utelek. Dessutom blev det en liten bakluckeloppis utanför ÖoB, som vi hoppas ska kunna bli återkommande och växa. Totalt blev det en lyckad dag med väldigt mycket folk i området.

Vi har också jobbat på med att samla in erbjudanden till ett rabathäfte för att fira Vätternrundans 60-årsjubileum. Aktörer inom handel, besöksnäring och restaurang/kafé har fått möjligheten att dela ett exklusivt erbjudande med cyklisterna som besöker Motala i början av juni. Cirka 35 aktörer valde att delta och vi hoppas att cyklisterna kommer att ladda ner häftet och utnyttja erbjudandena under sitt besök i Motala.

Turism och besöksnäring

Vi fanns på plats när den årliga VISITA dagen var i Stockholm. VISITA är bransch-och arbetsgivarorganisation åt besöksnäringen och den instans som ger turistinformationer sin auktorisation. Dagen handlade om de ekonomiska utmaningar och framtidsutsikterna som besöksnäringen står inför. Namnkunniga personer i panelen diskuterade den svenska besöksnäringens bidrag till svensk export, ekonomi och framtida tillväxt i en osäker värld.

Besöksnäringen/destinationsutveckling var en del av vår presentation när Arboga kommun kom på besök till Göta kanalbolag med bakgrund av att Kanalbolaget förvärvat Hjälmare kanalbolag i Arboga. Dragningen var ett svar på deras namngivna titel "Så här har Motala kommun jobbat strategiskt med Göta kanal".

Vi har marknadsfört och pushat för det regionala evenemanget "Vårens Östgötadagar". Det var över 30 verksamheter i Motala kommun som hade öppet helgen 17 - 18 maj. Det finns ett stort intresse för Östgötadagarna och företagsnyfikenhet man bör ta vara på. En extern arbetsgrupp har skapats av regionen för utvecklingsarbete för Östgötadagarna och där är Motala en av deltagarna.

Sista Sjöstadsmorgon innan sommaruppehåll ägde rum i Göta kanalbolags hus och hade besöksnäringens fokus. Göta kanalbolag, Motala Motormuseum och M/S Kung Sverker berättade vad som är på gång i respektive verksamhet och det bjöds på en båttur i Motalaviken.

Även i år har vi varit representerade på det tyska cykelloppet Mecklenburger Seen Runde. Här är vi Motala, Vätternrundan, Göta kanal och Vättern med en mycket positiv respons. Det är en bra plats att finnas på med Tyskland som vår största utländska målgrupp, cykling som är stort för Motala och vårt epitet som Göta kanals huvudstad.

På vårens träff för alla 18 InfoPoint platserna i kommunen var det Varamon fokus. Vi grävde och tittade på bilder om Varamons långa historia vad gäller besöksnäring och gjorde flera studiebesök hos aktörer i området.

Under maj månad flyttade besöksnäring-och turistinformationen in på hela nedervåningen i Göta kanalbolags hus i hamnen. Det har gett fina möjligheter till en utökad turistinformation för besökare och Motalabor, plats för personliga möten inom Tillväxt Motalas uppdrag samt möjlighet för samarbeten på plats.

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 besöksnäringens utveckling, företagsetablering och platsmarknadsföring.

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