



Temperaturmätning på besöksnäringen i Motala kommun för 2018 svaren insamlade i oktober 2018

Är sommaren er högsäsong?	2018	2017
Ja, det är vår högsäsong	83,9%	96,0%
Nej, annan årstid är vår högsäsong	12,9%	0,0%
Vi har jämn belastning året om	3,2%	4,0%

Har du haft en längre säsong jämfört med i fjol?

Ja, turisterna kom tidigare	22,6%	4,0%
Ja, säsongen höll på längre in på hösten	12,9%	28,0%
Nej, kortare säsong än i fjol	3,2%	8,0%
Likvärdig som i fjol	54,8%	56,0%
Sommaren är ej vår högsäsong	6,5%	4,0%

Hur har sommaren varit jämfört med i fjol?

Bättre	51,6%	40,0%
Sämre	9,7%	12,0%
Likvärdig	2,3%	44,0%
Vet inte	6,5%	4,0%

Hur många besökare/kunder har ni haft i sommar jämfört med i fjol?

Fler	51,6%	44,0%
Färre	12,9%	8,0%
Ungefär lika många	29,0%	44,0%
Vet inte	6,5%	4,0%

Upplever ni att antalet utländska besökare har ökat jämfört med i fjol?

Ja	41,9%	28,0%
Nej	22,6%	20,0%
Likvärdigt	25,8%	36,0%
Vet inte	9,7%	16,0%

Besöksnytt – nyhetsbrevet för dig inom besöksnäringen, fyller det en funktion för dig?

Ja	48,4%
Nej	22,6%
Har inte läst det	29,0%

Är ni nöjda med supporten från Besöksservice (Tillväxt Motala)?

	2018	2017
Ja	41,9%	48,8%
Nej	0,0%	4,0%
Vi har ej haft behov/efterfrågat support	58,1%	47,2%

Hur attraktivt upplever ni att Motala kommun är som besöksmål?

Hetare än föregående år	19,4%	4,0%
Svalare än föregående år	9,7%	12,0%
Lika populärt som föregående år	51,6%	52,0%
Vet inte	19,4%	32,0%

Anser ni att sommarens evenemang har bidragit till fler turister?

Ja	22,6%	28,0%
Nej	16,1%	20,0%
Vet inte	61,3%	52,0%

Deltar ni i gemensamma nätverk, produktutveckling, marknadsföringsinsatser med TvM?

Ja det gör vi	61,3%	50,0%
Nej vi är inte intresserade	25,8%	12,0%
Nej vi har inte fått information	12,9%	38,0%

Vad tror ni skulle kunna öka Motalas attraktionskraft

- Lalandia
- flera attraktiva saker att göra
- Oftast är målet en ökning av antalet besökare, vilket är bra, men det handlar också om en kvalitativ förbättring av produkter och tjänster som erbjuds
- Besöksnäringen innefattar boende, restaurang, handel, aktiviteter och evenemang. Mer komplext än vad vi oftast tänker.
- Destinationen Motala skulle behöva en marknads- och säljorganisation som enbart jobbar med att sälja Motala. Samla in tjänster/produkter/evenemang och paketera Motala i sin helhet
- Bättre reklam för Varamobadet
- Är ej intresserad av Motala med verksamhet i Borensberg, viktigt att det inte bara är fokus på Motala
- Nya målgrupper, såsom nischade festivaler eller sportarrangemang.
- Säkra upp fler ben än Lalandia. Jobba aktivt även med andra frågor som också är förutsättning om Lalandia blir av
- Trevligare centrum, större nöjesutbud, fin camping
- Mera bryggor i hamnen
- Bussförbindelse hamnen, centrum, Varamon med högst fem stopp.
- Marknadsför Motala i Europa tillsammans med Visit Östergötland