



Temperaturmätning

På besöksnäringföretag

Motala kommun 2020

25 svaranden, vara flera har flera verksamheter

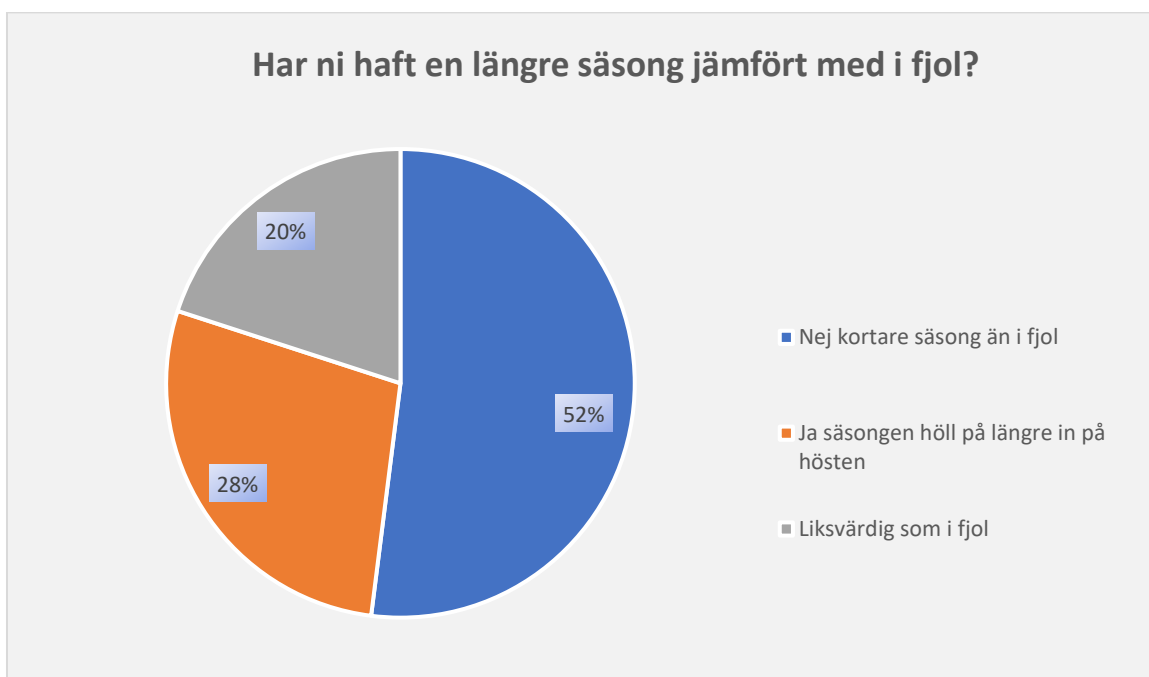
Temperaturmätning av besöksnäringen 2020

Så här löd frågan till besöksnäringensföretagen:

Coronapandemin har drabbat besöksnäringen hårt. Efter en oerhört jobbig vår, återvände besökarna till många aktörer under juli och augusti. Sommaren 2020 har inte varit som andra somrar och för att få en temperaturmätning på turismsommaren i Motala kommun är era tankar och erfarenheter viktiga. Så vi hoppas att ni tar er tid att svara på bifogade frågor.

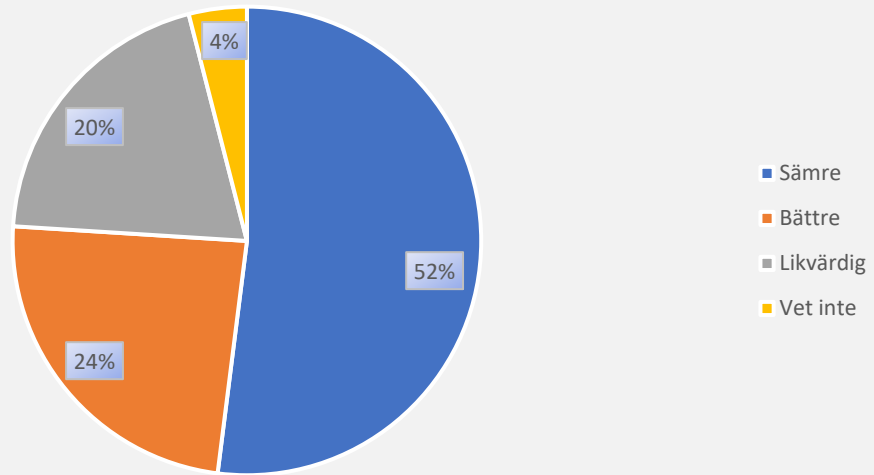


Alternativ som fick 0%: Nej, annan årstid är vår högsäsong.

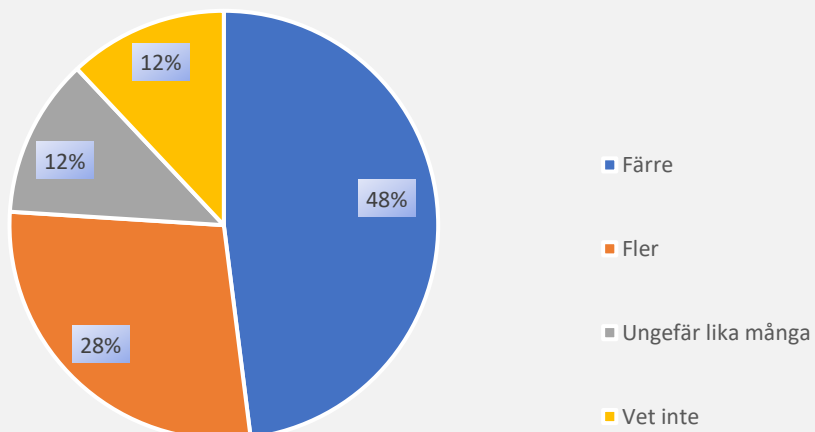


Alternativen som fick 0%: Ja, turisterna kom tidigare och sommaren är ej vår högsäsong.

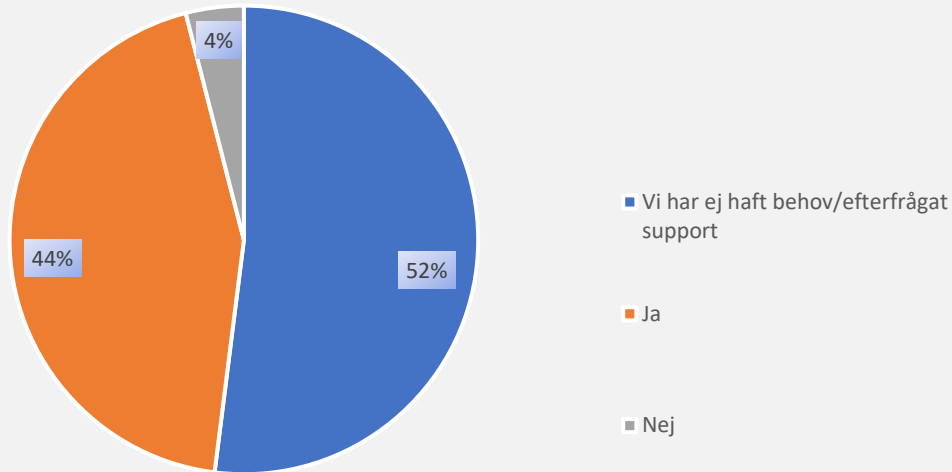
Hur har sommarens omsättning varit jämfört med i fjol?



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



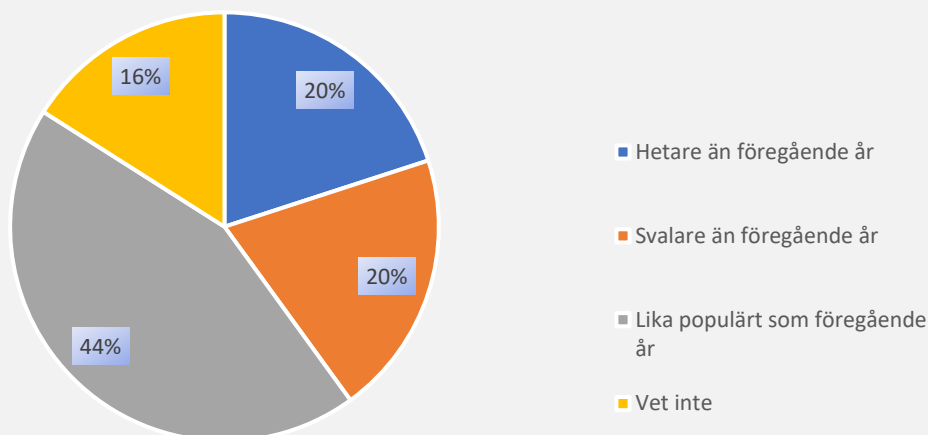
Är ni nöjda med supporten från Tillväxt Motala?



Möjlighet till kommentarer:

- Hög nivå på service. Ser bara möjligheter, inte problem.
- Vi fick besök av er i början av säsongen då vi fick en bra uppsättning av broschyrer och liknande. Det var bra!
- Vi har missat Motalamagasinet i år, vi kunde haft och delat ut till kunder.
- Bra information och det finns en vilja att arbeta för Motala och näringslivet så långt det är möjligt under knappa ekonomiska förhållanden.
- Tillväxt Motala? Seröst! Finns ni? Är ni nöjda med utvecklingen av centrum, handeln, nattlivet? Tittar ni överhuvudtaget på hur andra kommuner främjar företagande? Vad är eran roll egentligen?
- En bra kommunikation mellan Tillväxt och övriga aktörer.

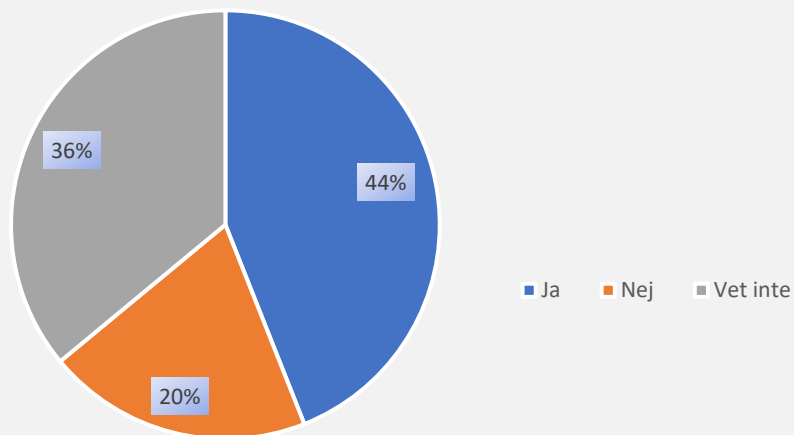
Hur attraktivt upplever ni att Motala kommun är som besöksmål?



Vad tror ni skulle öka Motalas attraktionskraft?

- Nog många saker om man tänker efter.
- Vi måste sammantaget och gemensamt jobba mer med "Visit Motala". Jobba hårdare för att nu ut till fler! Gemensam marknadsföring som visar "allt" som erbjuds i Motala.
- Sammansynkande museum. Fler events likt Vätternrundan, exempelvis med vatten som bas. Utbyggnad av gästhamn i Motala. Vinterfokus – fler besöksanledningar mellan september till april.
- En bra permanent sommarturistbyrå i Motala hamn med filial i Borensberg. En bättre motala.se samt en tydlig turismstrategi med ett mål inställt.
- Att vi lyfter mer kultur. Startar "konst i kvarteret" som i Askersund tex från Askersund får jag ofta mail om evenemang och händelser. Har jag så vitt jag minns aldrig fått från Motala. Det händer ju en hel del här men kommunen (Tillväxt Motala) är dåliga på att lyfta fram det som händer. Vi har musik på restauranger och Pubar, teater och bio. Det finns mer än Vätternrundan!
- Fler platser för båt-gäster i Motala hamn. Båtar och hamn lockar alltid besökare. Ett levande centrum istället för ett "spökcentrum".
- Ett öppnare centrum för biltrafik.
- Evenemang, utbildning och lättare restriktioner för näringsidkare.
- Fler museum. Hjälpa föreningar att skapa större evenemang för fler besökare. Exempelvis kanalsimmet har stor potential att bli ett event likt Vansbrosimmet då arenan är känd och lämpad samt att sträckan är central och publikvänlig. Då har vi ett event likt Vätternrundan som placerar Motala på kartan.
- Upprustning av Medevi. Lalandiaprojektet, konst och i synnerhet samtidskonst.
- Renare Varamon. Gå från att planera till att genomföra.
- Flytta på bakåtsträvande politiker och tjänstemän i kommunhuset och fyll på med folk med företagsanda innan det går käpprätt åt helvete.
- Lalandia och större festivaler och konserter. Förhoppningsvis med internationella artister.
- Bättre marknadsföring riktat mot storstäder och utländska reseföretag. Många är idag redo för att åka buss 3-4 timmar från tex Stockholm. En orsak är att man gärna vill se mer av "det riktiga Sverige". Ett citat från ett amerikanskt resemagasin.

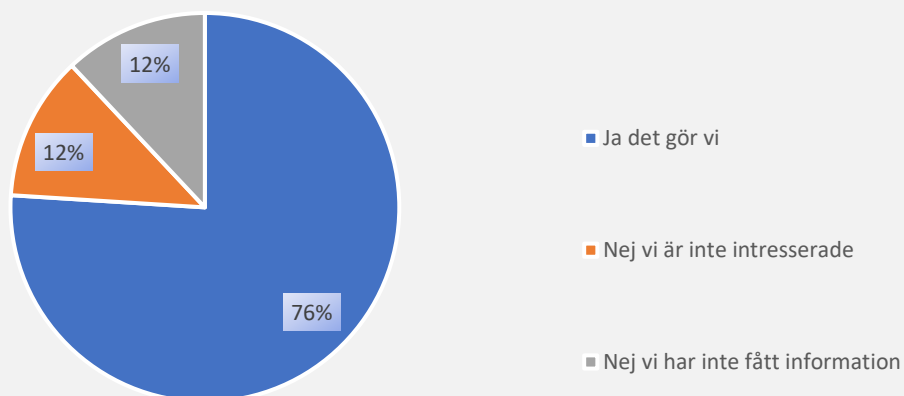
Har sommaren 2020 med en ökad hemester gett er nya målgrupper?



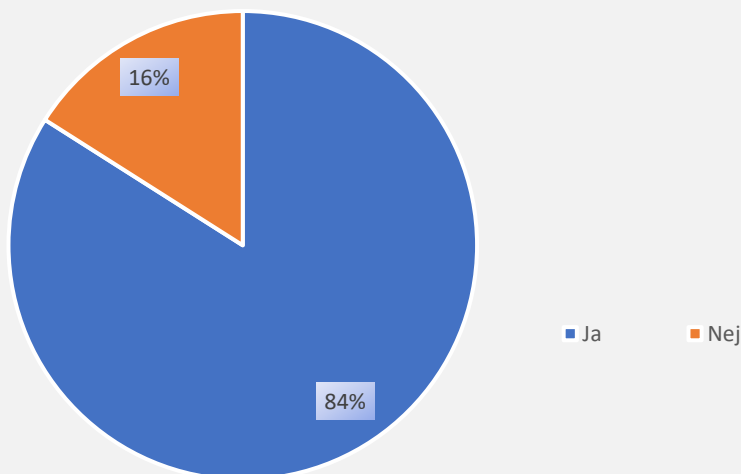
Om svaret är ja, specificera gärna

- Mer Svenskar och en yngre publik = mer barnfamiljer
- Många besökare från våra största städer.
- Fler svenska turister har funnit Motala.
- Samtliga boende som kom som privatpersoner har inte bevistat Medevi eller Motala förut.
- Färre gäster men högre snittcheck.
- Yngre samt barnfamiljer.
- Stor ökning av besökare från södra Sverige som inte har kunnat resa söderöver även besökare från våra storstäder som inte kunnat sätta sig på ett flygplan till varmare breddgrader.

Deltar ni i gemensamma nätverk, eventuella produktutvecklingsprojekt och /eller marknadsföringsinsatser som Tillväxt Motala håller i?



Är ni medlem i Tillväxt Motala?



Svarsalternativ som fått 0%: Nej, men kontakta mig gärna för mer information.

Vill du delge något från årets säsong?

- Jätte viktigt att ta med att den första delen av den normala säsongen maj och juni försvann på grund av Corona Pandemin och ett inställt Vätternrundan, tänker på fråga nr 2. Att vi hade en bättre sommar betyder tyvärr inte att det blev en längre säsong eller ett bättre år. Lätt att glömma eftersom det sedan blev en så bra högsäsong.
- Vi är inte medlemmar eftersom vi inte är ett registrerat företag. Jag tycker att det är en miss att man måste vara det. Det är inte vår huvudsakliga sysselsättning, men vi jobbar ändå med Motalas turism och hade gärna varit med. Mitt svar på fråga 10 är ju inte sann. Jag har fått information men är inte med just nu fast vi är intresserade. Men det alternativet fanns inte.
- Stort tapp pga inställt Vätternrundan.
- Centrum är i skrikande behov av utveckling. Desperat.
- Vi har haft fler kunder än tidigare år, från i våras när Coronan började. Det är boende i vårt närområde (som kan vara ganska stort). Under själva jordgubbs och semesterperioden har vi också haft fler kunder än vanligt, det kan säkert delvis vara turister från andra håll i landet. Svårt att veta.
- Är glad över att Tillväxt Motala har en önskan om samarbete och förlägger ibland sina möten på Medevi.
- Att vara flexibel och visa gott värdskap. Vi nådde nya målgrupper för att vi såg möjligheter istället för problem. Att det är värt att jobba lite extra för att besökare ska vara nöjda och komma tillbaka samt rekommendera till ett besök för andra.

Vilken information anser du vara av största vikt och intresse att läsa om i mail eller nyhetsbrev när du får nyheter rörande den lokala och regionala besöksnäringen?

- Varför besöksnäringen tappat beror ju bland annat på stora arrangemang.
- Nyheter, satsningar etc. Aktuell information om satsningar som är på G.
- Nya idéer nya etableringar. Möjligheter till nya satsningar, övertaganden.
- Mer praktisk information om evenemang och händelser som sker, så vi blir uppdaterade.
- Jag får aldrig såna. Tycker Motala skulle titta på hur Askersund lyfter fram sin kommun. De gör det mycket bättre. Särskilt när det gäller kulturen. Tittar man på broschyrer från Motala ter vi oss som en tråkig och händelselös kommun.
- Nya regler för branschen och utveckling lokalt och regionalt.
- Att få ta del av hur andra anpassade sin verksamhet efter rekommendationer och restriktioner.
- Allt annat än Lalandia, Lalandia ser vi ändå i media. Motala hamn har mer besökare än någon annan plats i Motala under ett år och uppmärksammas mindre än ett döende centrum. Beskriv gärna vilka åtgärder Tillväxt Motala gjort för att göra centrum attraktivare när det gäller ett levande centrum. Något som är superviktigt är att tala om hur många nya turist/besöksföretag som väljer Motala och varför. Tala gärna om vad Tillväxt Motala gjort för att inspirera dessa att komma till oss. Om Lalandia kommer, blir det en stor succé, blir det inte av blir det en lika stor katastrof. Därför är det viktigt att inte glömma av andra pärlor som finns i Motala.