



- A. Deze nota is in overleg met de volgende disciplines geconcipieerd:
- B. Er is wel overeenstemming
- C. Er hebben diverse overleggen plaatsgevonden met de portefeuillehouder

KORTE INHOUD (GELIJKDUIDEND AAN VOORBLAD)
Evaluatie Magisch Maastricht

1. **Aanleiding.**

In de raadsvergadering van 8 juli jl heeft wethouder Aarts toegezegd de evaluaties van de edities 2012 en 2013 aan te bieden aan de commissie ESZ. Met bijgaande brief met bijlagen wordt die toezegging ingevuld.

2. **Relatie met bestaand beleid.**

Raadsinformatiebrief van 1 april 2011, inhoudende het kader voor het evenement Magisch Maastricht.

3. **Gewenst beleid en mogelijke opties.**

Uit de samenvattende evaluatie en de bezoekersonderzoeken blijkt, dat Magisch Maastricht een sterk evenement is, dat nog altijd verbetert. De gemiddelde waardering bij bezoekers en inwoners is hoog, zij het dat die waardering per onderdeel wat uiteenloopt. De naamsbekendheid blijft groeien. Steeds meer organisaties weten Magisch Maastricht te vinden om hun event er aan te verbinden. Dat is goed voor het evenement, maar zeker ook en vooral voor de stad en de werkgelegenheid.

In het bezoekersonderzoek van 2013 zijn helaas nog geen bezoekcijfers opgenomen. Met ingang van deze editie is namelijk gekozen voor een andere meetmethode, die betere en meer betrouwbare cijfers zou opleveren. Werden er in de vorige edities nog passanten geteld, in 2013 is het aantal bezoekers gemeten via hun smartphone en de provider Vodafone. De voorlopige uitkomsten daarvan weken dusdanig af van de cijfers van de editie 2012 en van de indrukken, die bij de deelnemende ondernemers leven ten aanzien van het bezoek tijdens de editie 2013, dat een nadere analyse van de methode en de resultaten ervan noodzakelijk was. Het is op dit moment nog niet helder wanneer deze analyse gereed is.

Op dit moment is de organisatie van de editie 2014 door de stichting Vrijthof Mooi in volle gang, binnen de kaders als geschetst in de raadsinformatiebrief van 1 april 2011.

4. **Duurzaamheid en gezondheid.**

In de laatste twee jaren is Magisch Maastricht beduidend duurzamer geworden. Bij de sfeerverlichting worden nu uitsluitend guirlandes toegepast, die voorzien zijn van LED-lampjes. Dat bespaart ca 80% op de stroomkosten in vergelijking tot de oude verlichting met gloeilampjes. Daarnaast is voor de tentverwarming in deze periode overgeschakeld van diesel-headers naar elektrische verwarmingunits, die duurzamer verwarmen. Het zijn stappen op weg naar een steeds duurzamer karakter van het evenement.



5. Personeel & Organisatie.

N.v.t.

6. Informatie en automatisering.

N.v.t.

7. (Duurzame) aanbestedingen.

N.v.t.

8. Beheersparagraaf IBOR.

N.v.t.

9. Financiën

Het evenementsonderdeel op het Vrijthof is elke editie binnen de financiële afspraken met de raad gebleven. In 2012 betekende dat nog een beroep op beide garantstellingen, zowel voor de schaatsbaan als voor omzetriscico's, in totaal voor 135.000 euro. Voor de editie 2013 lijkt volgens mededeling van de stichting Vrijthof Mooi de garantstelling tot € 63.000 te worden aangesproken. Lijkt, omdat op dit moment de finale afrekening nog niet beschikbaar is. Zodra die afrekening er is en is geverifieerd, zal het college hierover nader worden geïnformeerd.

10. Voorstel

Door middel van bijgaande brief de evaluaties 2012 en 2013 van Magisch Maastricht, vergezeld van de bezoekersonderzoeken 2012 en 2013 aan te bieden aan de commissie ESZ.

11. Vervolg / Planning.

Op dit moment is de organisatie van de editie 2014 in volle gang, binnen de kaders als geschetst in de raadsinformatiebrief van 1 april 2011 en door de stichting Vrijthof Mooi. Het in de kaderbrief opgenomen voorstel van het college om gelden te reserveren voor het evenement Magisch Maastricht wordt bij de behandeling van de begroting 2015 aan de raad voorgelegd. Binnen die kaders zal de uitwerking en vormgeving van de edities 2015 en verder ter hand worden genomen.



Gemeente Maastricht

> RETOURADRES POSTBUS 1992, 6201 BZ MAASTRICHT

Leden van de commissie ESZ

BEZOEKADRES

Mosae Forum 10
6211 DW Maastricht

POSTADRES

Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

WWW.GEMEENTEMAASRICHT.NL

ONDERWERP	DATUM	BIJLAGEN
Evaluatie Magisch Maastricht tm 2013	18 augustus 2014	
BEHANDELD DOOR	DOORKIESNUMMER	ONZE REFERENTIE
W. (WimJan) Doelman	043 350 44 70	-
E-MAILADRES	FAXNUMMER	UW REFERENTIE
wimjan.doelman@maastricht.nl		

Geachte meneer, mevrouw,

Conform mijn toezegging in de raadsvergadering van 8 juli j.l. zend ik u bijgaand de samenvattende evaluatie van het evenement Magisch Maastricht toe. Als bijlagen treft u de evaluatierapporten aan van de edities 2012 en 2013, inclusief de bijbehorende bezoekersonderzoeken.

Daaruit blijkt dat Magisch Maastricht een sterk evenement is, dat nog altijd verbetert. De gemiddelde waardering bij bezoekers en inwoners is hoog. En de naamsbekendheid van het evenement blijft groeien. Steeds meer organisaties weten Magisch Maastricht te vinden om hun event aan te koppelen. Dat is goed voor het evenement, maar ook en vooral voor de stad en de werkgelegenheid.

In het bezoekersonderzoek van 2013 zult u helaas nog geen bezoekerscijfers aantreffen. Met ingang van deze editie is namelijk gekozen voor een andere meetmethode, die nog betere en meer betrouwbare cijfers zou moeten opleveren. Werden er in de vorige edities nog passanten geteld, in 2013 is het aantal bezoekers gemeten via hun smartphone en de provider Vodafone. De voorlopige uitkomsten daarvan weken dusdanig af van de cijfers van de editie 2012 en van de indrukken, die bij de deelnemende ondernemers leven ten aanzien van het bezoek tijdens de editie 2013, dat een nadere analyse van de methode en de resultaten ervan noodzakelijk is. Het is op dit moment nog niet helder wanneer deze analyse gereed is.

Het evenementsonderdeel op het Vrijthof is elke editie binnen de financiële afspraken met de raad gebleven. In 2012 betekende dat nog een beroep op beide garantstellingen, zowel voor de schaatsbaan als voor omzetrisico's, in totaal voor 135.000 euro. Voor de editie 2013 lijkt de garantstelling tot € 63000 te worden aangesproken. Lijkt, omdat op dit moment de finale afrekening nog niet beschikbaar is. Zodra die afrekening er is en is geverifieerd, zal ik u nader berichten.

Met vriendelijke groet,


John Aerts,
Wethouder Economie, Mobiliteit en Financiën.

PAGINA

1 van 1

Samenvattende evaluatie editie 2013

Voor u ligt de evaluatie van het evenement Magisch Maastricht tot en met de editie 2013. Als bijlagen zijn bijgevoegd de evaluatierapporten van de edities 2012 en 2013. De hoofdlijnen daaruit vindt u in deze bredere evaluatie terug. Deze brede evaluatie is opgebouwd langs de beantwoording van 5 vragen over het evenement Magisch Maastricht. Dat zijn:

1. Waarom wordt Magisch Maastricht georganiseerd?
2. Wat levert het evenement op?
3. Wat kost het?
4. Wie betaalt het evenement?
5. Wat betalen de ondernemers daarvan?
6. Resultaten

Waarom organiseren wij Magisch Maastricht?

Voorafgaand aan voorganger Winterland was winter in Maastricht een periode van donkere maanden en lege straten. Het in de zomer zo bruisende stadsleven kwam tot stilstand en de stad bleef leeg. Bewoners en bezoekers meden de kou en de regen. De pleinen waren donkere gaten in een beperkt verlichte stad. Medewerkers in de horeca werden in oktober/november ontslagen om voor de Vastelaovond weer te worden aangenomen. Dat moest en kon anders. Winterland heeft de verandering in gang gezet met een soort winterker(st)mis op het Vrijthof. Vanwege dat economisch belang heeft de gemeente in 2010 besloten om , nadat de organisatie van Winterland was gestopt, samen met partners te zorgen voor een aansprekend evenement in de belangrijke december maand . De naam werd veranderd in Magisch Maastricht en met Centrummanagement en de VVV werd samen met enkele ondernemers een stadsbreed kersevenement gestart, dat de basis gelegd heeft voor een succesvolle decembermaand. Niet alleen het Vrijthof werd feestelijk ingericht , maar ook werden en worden verbindingen gelegd met andere locaties als Kesselskade, Olv-plein, de Ruitery en het Jekerkwartier.

Dat dit een succes zou worden, was niet direct vanzelfsprekend. Gemiddeld kwamen tijdens de afgelopen edities ca 500.000 bezoekers naar de stad. Deze dragen gemiddeld ca 100-170 euro bij aan de stedelijke economie. Daarmee is dit evenement goed voor (horeca)ondernemers, detaillisten en hoteliers (10% van jaarovernachtingen in december) en daarmee goed voor de stad.

Het is ook leuk voor de bewoners, die een stad bewonen waar de kerstsfeer rondwaart en het goed verblijven is. Door de in opdracht van de stichting Centrummanagement Maastricht opgehangen sfeerverlichting heerst er een mooie gezellige sfeer in de stad, waarbij deze verlichting ook een veilig gevoel geeft. Het is een van de attractiepunten van de stad in december geworden. Het evenement wordt door de bewoners ook gewaardeerd, zij het dat er versschil in waardering tot uitdrukking komt bij bijvoorbeeld de sfeerverlichting, die onveranderd door veel mensen als positief wordt gewaardeerd. De kerstmarkt scoort aanmerkelijk lager in de waardering, maar moet er wel zijn, omdat de bezoekers dat willen en verwachten.

Daarnaast brengt het evenement cultuur naar de mensen, naar de straat. Er zijn in december vele optredens op straat, in cafe's, in tenten en op muziekpodia, met name van amateurgezelschappen,

zangkoren, orkesten, fanfares etc. Daar zitten veel Maastrichtse gezelschappen tussen. Men vindt dat prachtig en is mede reden waarom Maastricht kerststad van het jaar is geworden.

Dat komt ook, omdat de marketing en promotie van het evenement telkens weer goed verzorgd wordt. De VVV zorgt voor een aansprekende manier om het evenement onder de aandacht te brengen, zoals "Magisch Maastricht, een cadeautje!", dat op de voorkant van de evaluatie 2013 is weergegeven. Daarbij worden zowel 'oude' technieken als billboards ingezet, als wordt aangehaakt bij en ingezet op de reikwijdte van social media om de boodschap van Magisch Maastricht te verkopen. Gelet op het aantal bezoekers bereikt de VVV hiermee veel mensen.

Wat levert het op?

Het evenement is voor de stad van grote waarde. Onderstaande overzichten geven een beeld van die waarde, vertaald naar inkomsten in geld, werkgelegenheid, publiciteit en parkeren.

Kengetallen 2010-2013

Aantal bezoekers gemiddeld 500.000

Gemiddelde besteding € 173

Verblijfsduur dagbezoeker 6 uur

Verblijfsbezoeker 3 overnachtingen (regulier 1,5 overnachting)

Gemiddelde extra omzet € 21 mln.

December is beste hotelmaand 10% van aantal overnachtingen per jaar

Precario-opbrengst Vrijthof € 70.000 (plusminus, afhankelijk van indeling)

Opbrengsten toeristenbelasting

Totalen in aantallen overnachtingen					
		2010	2011	2012	2013
kwartalen	1	172.206	187.287	191.875	179.102
	2	218.100	225.833	236.010	225.602
	3	238.609	251.561	246.689	242.816
	4	221.375	224.022	223.324	228.736
					plus 2,4% groei 4de kwartaal
totaal		850.290	888.703	897.898	876.256
toename			4,51%	1,03%	-2,40%

Totalen in Euro					
		2010	2011	2012	2013
Kwartalen	1	507.842	563.355	584.450	555.173
	2	643.728	685.121	731.094	703.406
	3	716.704	766.626	767.525	757.961
	4	664.388	687.980	691.606	714.876
totaal		2.532.662	2.703.082	2.774.675	2.731.416
toename			6,70%	2,65%	-1,50%

Voorde maand december betekent dit een extra opbrengst van €90.000 toeristenbelasting.

Overzicht aantallen bezoekers per editie

2010	400.000
2011	600.000
2012	500.000
2013	Nog niet bekend

Voor de editie 2013 kunnen op dit moment nog geen betrouwbare uitspraken worden gedaan over het aantal bezoekers. Met ingang van deze editie is gekozen voor een andere meetmethode, die betere en meer betrouwbare cijfers zou opleveren. Werden er in de vorige edities nog passanten geteld, in 2013 is het aantal bezoekers gemeten via hun smartphone en de provider Vodafone. De voorlopige uitkomsten daarvan weken dusdanig af van de cijfers van de editie 2012 en van de indrukken, die bij de deelnemende ondernemers leven ten aanzien van het bezoek tijdens de editie 2013, dat een nadere analyse van de methode en de resultaten ervan noodzakelijk was. Het is op dit moment nog niet helder wanneer deze analyse gereed is.

Werkgelegenheid

Het evenement Magisch Maastricht betekent behoud van plusminus 150 directe arbeidsplaatsen. Het gaat om veelal parttimers, dus kan dit aantal met twee worden vermenigvuldigd. Dat betekent dat het om ca 300 personen gaat. Dit is exclusief werkgelegenheid bij toeleveranciers.

Free publicity

Radio, specials in bladen, filemeldingen, omroepen op stations etc
TV, Op grond van de aantrekkingskracht van stad en evenement komen meer mensen en organisaties naar ons toe om tijdens Magisch Maastricht in de stad een activiteit te organiseren. Door de publiciteit daarover komen op die evenementjes weer andere mensen op de stad en Magisch Maastricht af..

Parkeren

De parkeerinkomsten tijdens Magisch Maastricht kunnen in totaal worden becijferd (incl. Q park, Belvédère) €400.000. Het gemeentelijk aandeel wordt becijferd op tenminste €50.000, gerelateerd aan de parkeerterreinen Noorderbrug en Kennedybrug.

Wat kost het?

De kosten voor de gemeenten haar partners bedroegen voor de editie 2013 :

<i>Activiteit</i>	<i>Gemeente</i>	<i>Centrumman/ ondernemers</i>	<i>VVV/ ondernemers</i>	<i>Totaal</i>
Cultuurprogramma	50.000	50.000		100.000
PR en marketing	50.000		50.000	100.000
Verlichting		300.000		300.000
Onderzoek, sport en Vernieuwing	35.000			35.000
Schaatsbaan	85.000			85.000

De bedragen bij Centrummanagement en de VVV zijn bijdragen, die beide organisaties uit de markt halen, dus via externe sponsoring bij ondernemers en ondernemingen verkrijgen.

De gemeente krijgt echter ook inkomsten vanuit belastingen en heffingen, zoals toeristenbelasting en precario (zie voorgaande). Als de gemeentelijke bijdrage voor het evenement op het Vrijthof – de garantstelling -wordt verminderd met de precario draagt de gemeente aan dat onderdeel ca 15.000 bij (85.000- 70.000)

Garantstelling

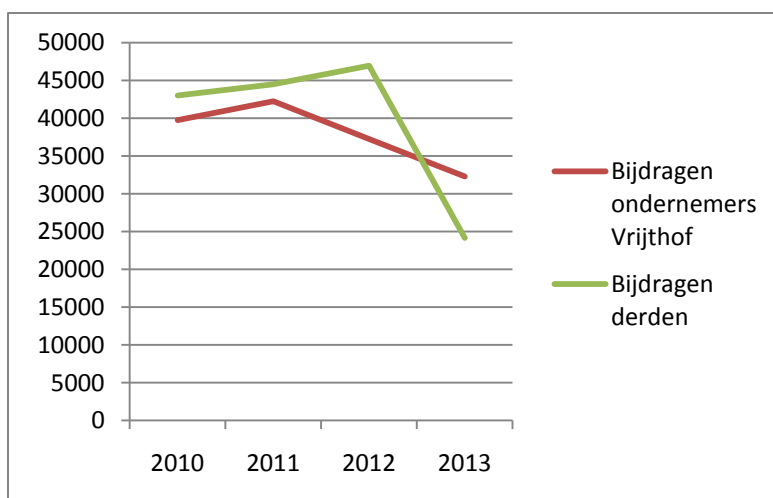
Het evenementsonderdeel op het Vrijthof is elke editie binnen de financiële afspraken met de raad gebleven. In 2012 betekende dat nog een beroep op beide garantstellingen, zowel voor de schaatsbaan als voor omzetriscico's, in totaal voor 135.000 euro. Voor de editie 2013 lijkt de garantstelling tot € 63000 te worden aangesproken. Lijkt, omdat op dit moment de finale afrekening nog niet beschikbaar is. Zodra die afrekening er is en is geverifieerd, zal deze worden opgenomen in deze evaluatie.

Wie betaalt het evenement Magisch Maastricht en wat betalen de ondernemers?

In 2011 was er nog sprake van een gemeentelijke bijdrage inzet van € 379.000, die is afgebouwd naar € 235.000 voor de editie 2014. Vanaf 2015 vraagt voortzetting van het evenement een gemeentelijke inzet van 200.000 per jaar (voor een periode van 5 jaar).

De stedelijke ondernemers binnen de singels dragen bij aan de stichting Centrummanagement. Deze stichting draagt ca 190.000 euro bij aan de sfeerverlichting uit eigen begroting en haalt uit de markt (van andere ondernemers dus) nog ca €100.000. Daarmee dragen de ondernemers zelf dus ca 290.000 euro bij aan de verlichting.

De stichting Vrijthof Mooi heeft ook eigen sponsors van het evenement op het Vrijthof. Een aantal collega-ondernemers van het Vrijthof 's draagt bij aan het evenement. Ook is de stichting Vrijthof Mooi er steeds in geslaagd bij elke editie bijdragen van derden te verwerven. Hieronder treft u daarvan een grafisch overzicht aan.



Opvallend is de sterke daling van de sponsorinkomsten voor de editie 2013, waar er daarvoor nog een lichte stijging was te zien. Oorzaak hiervan is de crisis, waardoor bedrijven en ondernemers minder financiële ruimte zien om een bijdrage te verstrekken.

Resultaten

De edities van het evenement Magisch Maastricht laten duidelijk zien dat er sprake is van bestendinging. Het evenement staat en de kwaliteit en omvang van het winterevenement wordt op onderdelen nog elk jaar beter. Bij de attracties zijn er in de afgelopen edities een glijbaan en een Oudhollandse rups bijgekomen en, in 2013, was er voor het eerst een grote carroussel aanwezig, beschilderd met Maastrichtse taferelen. De gok- en kranenspellen zijn gelukkig verdwenen. Dat wordt gewaardeerd, zo blijkt ook uit het bezoekersonderzoek. Veel bezoekers waardeerden het evenement zeer positief. Dat geldt ook voor veel Maastrichtenaren.

Op meer pleinen waren wederom meer activiteiten georganiseerd, waardoor er veel te doen was. De evaluatiegesprekken met organisatoren en ondernemers verliepen over het algemeen in een zeer constructieve sfeer. Alle betrokken organisatoren hebben toegezegd ook in 2014 weer mee te zullen doen.

De onderscheiden onderdelen fluctueerden enigszins in de waardering. De kerstmarkt wordt dit jaar minder positief gewaardeerd door bezoekers en Maastrichtenaren. Voor de toekomst zal worden onderzocht of sprake is van enige verzaaging of gewenning.

De aanbevelingen van de editie 2012 zijn ter harte genomen. Mede door de verlichting is de verbinding tussen de locaties verbeterd. Er waren meer activiteiten op meer locaties, soms georganiseerd door een nieuwe ondernemersvereniging. Met Valkenburg vindt nu regelmatig overleg plaats over meer gestructureerde samenwerking tussen beide kerstevenementen. Correcte en tijdige informatievoorziening blijft een punt van zorg. Verkenning van toekomstige (financiële) scenario's voor het evenement voor de editie 2015 en verder als in de evaluatie van 2012 aangekondigd met ondersteuning van een denktank, is niet gelukt, voornamelijk omdat het moeilijk bleek voldoende mensen bijeen te brengen binnen een bepaald tijdsbestek.

Ook de naamsbekendheid van het evenement blijft groeien, getuige het feit dat steeds meer organisatoren van andere evenementen Maastricht in december weten te vinden. De goede promotie en marketing dragen daaraan fors bij. De toekenning van het predicaat kerststad van het jaar natuurlijk ook.

Uit het bezoekersonderzoek bleek ook dit jaar weer een grote positieve waardering voor het evenement als geheel, evenals voor de onderscheiden onderdelen. De sfeerverlichting scoorde onveranderd hoog, evenals het cultuurprogramma (zie daarvoor de bijgevoegde evaluatierapporten en bezoekersonderzoeken 2012 en 2103)

Het evenement Magisch Maastricht valt daarmee niet meer weg te denken uit de decembermaand en heeft een vaste plaats veroverd bij bezoekers en bewoners.

De komende jaren

Uit de evaluatie betreffende de baten voor de stad blijkt dat Maastricht het evenement niet kan missen. De maand december is qua hotelovernachtingen de beste maand. De effecten op de directe werkgelegenheid zijn aanzienlijk, maar mogelijk groter omdat de horeca meer mensen in dienst houdt.

Uit de gesprekken met de organisaties en het bezoekersonderzoek komen ook na de editie 2013 verbeterpunten voor het evenement naar voren. Zo kan informatie over het cultureel programma (locaties en aanvangstijdstippen) sneller en ook juist bij het publiek en de organisatoren bekend worden gemaakt. Vaste tijden en programmering kunnen daarbij helpen. Een breder Wifi-netwerk in de stad wordt node gemist. De verwachte aantrekkingskracht van locaties moet vooraf zeer goed worden bekeken, in overleg met de organisatoren ter plaatse. Soms wordt veel energie in een activiteit gestopt terwijl de locatie niet aan de voorwaarden voor die activiteit voldoet. Er is dus werk aan de winkel.

Het is daarom verheugend dat het college in de kaderbrief aan de raad heeft voorgesteld voor meerdere jaren een gemeentelijke bijdrage aan het evenement te verbinden. Als de raad daartoe besluit, biedt dat kansen om Magisch Maastricht op niveau te houden en verder te schaven aan verbetering van het evenement. Dan zullen ook in de toekomst veel mensen veel plezier hebben in Maastricht in december.

Magisch Maastricht



Editie 2012
Evaluatie



Inhoudsopgave

0. Samenvatting
1. Inleiding
2. De pleinen
3. Sfeerverlichting
4. Cultuurprogramma
5. Marketing en promotie
6. Sponsoring
7. Diversen
8. Financiën
9. Organisatie

0. Samenvatting

De editie 2012 van het evenement Magisch Maastricht laat duidelijk zien dat er sprake is van een groeimodel. De kwaliteit en omvang van het winterevenement wordt elk jaar beter. Dat blijkt ook uit het bezoekersonderzoek. Bezoekers waardeerden het evenement hoger dan de editie 2011, 91% vond het positief. Ook steeds meer Maastrichtenaren waarderen het evenement positief. De evaluatiegesprekken met organisatoren en ondernemers verliepen over het algemeen in een zeer constructieve sfeer. Allen hebben toegezegd ook in 2013 weer mee te zullen doen.

Conclusie

Het evenement heeft zijn bestaansrecht wederom bewezen. Ondanks minder bezoekers – 500.000 -- en een lagere besteding in de stad dan tijdens de editie 2011 was de waardering hoog. Met andere woorden, het evenement verbetert, groeit en wint steeds meer aan draagvlak in de stad, zowel bij bewoners als bij ondernemers.



De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- Meer verbinding leggen tussen pleinen/locaties
- Bestaande locaties in stand houden
- Verder bevorderen van samenwerking tussen ondernemers
- Mogelijk maken van meerjarige afspraken, ook in financiële zin
- Concrete vormen van samenwerking met Valkenburg/regio verder uitwerken
- Meer aandacht m.b.t. verkeersafwikkeling op topdagen
- Versterking van de informatievoorziening bv over het cultuurprogramma of beschikbare parkeeraccommodatie

1. Inleiding

Met deze evaluatie willen wij via een korte gestructureerde terugblik op het evenement Magisch Maastricht komen tot aanbevelingen ter verbetering van de editie 2013. Daarom is evenals in 2011 gekozen voor een individuele benadering van de organisatoren van activiteiten en andere betrokkenen in de stad. Het idee hierachter is, dat individuele gesprekken in een goede sfeer kunnen worden gevoerd, waardoor de gesprekspartners zich vrij voelen om zaken te benoemen. Dat is gelukt, in die zin dat de gesprekken plezierig en duidelijk zijn verlopen en er een open houding bestond, waardoor veel informatie ook op tafel kwam.



2. De pleinen

Tijdens de editie 2012 is het aantal locaties, waar iets werd georganiseerd, gegroeid tot 14. Met alle ondernemers/organisatoren zijn gesprekken gevoerd. Over het algemeen is iedereen tevreden en is toegezegd in 2013 weer iets te gaan organiseren. Enkele locaties hebben zelfs al concrete plannen klaar. De belangrijkste en leerzame conclusies uit die gesprekken worden hieronder weergegeven.

Naast de bekende locaties van 2011 hebben in 2012 zich nieuwe ondernemers gemeld van het Amorsplein, De Vrijthofstraatjes, de Kleine Stokstraat (het pleintje rond de Mestreechter Geis) en de Graanmarkt. Deze ondernemers zijn zich steeds meer bewust, dat ook voor hun deur iets moet gebeuren en dat kijken naar anderen daarin geen verbetering brengt. Dat op deze locaties nog geen ervaring was opgedaan met activiteiten, bleek uit de onwennige aanpak en soms uitblijven van het gewenste resultaat. Belangrijker was echter, dat er op dergelijke locaties iets gebeurde, waardoor de editie 2012 van Magisch Maastricht breder van opzet werd.

Op de Markt had de kerstbraderie mede door weeromstandigheden en te weinig (kerst)aankleding weinig sfeer. Markt Noord was fragmentarisch en wat klein, maar zorgde wel voor reuring. De kinderboerderij was zeker een succes. Door de kleinschalige aanpak zijn de financiële risico's relatief beperkt gebleven.

Op het Onze Lieve Vrouweplein werd de levende kerststal voor de Basiliek Onze Lieve Vrouwe Sterre der Zee met succes ingevuld door het kinneke Jezus, Maria, Josef, herders en drie koningen en zelfs schaapjes en ezelen ontbraken niet. Een sfeer en setting passend bij de rustieke, maar vooral religieuze identiteit van dit plein.

Tijdens Magisch Maastricht werden op 3 zaterdagmiddagen in het Mosae Forum "Magische kerstballen" in de 14 mtr. hoge echte kerstboom gehangen door basisschoolkinderen. De kinderen hadden de kerstballen de week daarvoor zelf gemaakt. Dit gebeurde onder leiding van kunstenaressen Marijk Greweldinger.

Het samenspel van chalets, Hanomag worstwagen en de glazen box die op de Maaspromenade waren neergezet, beantwoordde nog niet aan de verwachtingen. Volgens de ondernemers zal de opzet in 2013 anders moeten worden. Hoewel de functionele invulling prima was, nodigde de locatie niet uit tot langer verblijf en ontbrak een goede sfeer. Constructief overleg met de organisatoren is gaande.

In het Jekerkwartier bestond enig misverstand over de daar gewenste aanleg van een schaatsbaan. Uiteindelijk is dat niet doorgegaan en heeft er een marktje van chalets gestaan voor het RHCL, rondom een model van de Eiffeltoren. Op de Grote Looierstraat was i.p.v. de schaatsbaan nu een kinderspeelplek opgebouwd.

In Wyck zorgde een authentieke kiosk, gluhweinbar aangevuld met verkoop van echte kerstbomen voor een sfeervol tafereel op de Ruitery. Hoewel niet druk bezocht, biedt het concept en de invulling zeker potentieel voor de toekomst en is de organisatie overtuigd van succes op lange termijn.

Op het Vrijthof is ook duidelijke groei van kwaliteit te zien. De wanden van het plein vormden door een aanpassing in de opstelling van de chalets en de attracties meer dan vorig jaar een prachtig decor voor de kwalitatief goede en positief gewaardeerde kerstmarkt, de ijsbaan met als centrum een feestelijk verlichte boom en een centraal gepositioneerde glühweinbar, tegen de achtergrond van het reuzenrad. De kerstchalets waren deze editie meer gevuld met allerlei bij kerst passende artikelen dan in voorgaande jaren het geval was. De waardering was dit jaar ook daarom hoger. De organiserende stichting was dan ook niet ontevreden, zeker niet gelet op de verregende weekeinden van deze editie. Men maakt zich wel zorgen over de toekomst; de sponsorinkomsten dalen nog altijd, na 2014 is er geen garantstelling meer vanuit de gemeente, kortom, er moet wat gebeuren.



Conclusie

Alles overziende zijn alle betrokkenen van mening dat het concept Magisch Maastricht werkt. Het evenement groeit nog altijd, zowel kwalitatief als kwantitatief. Ook in de onderlinge samenwerking met ondernemers is een groei te zien, men weet steeds beter elkaar te vinden. Overleg onder elkaar vindt echter nog te weinig plaats, men ziet elkaar nog teveel als concurrent in

plaats van als mede organisator. Dat blijft een aandachtspunt. Het probleem van de financiering blijft zorgelijk, zolang andere sectoren als bijv. de detailhandel zich niet actiever opstellen en op een of andere wijze deelnemen aan het evenement.

3. De sfeerverlichting

Ook in 2012 was de sfeerverlichting weer een van de drie pijlers, waarop het evenement Magisch Maastricht steunt. De guirlandes vormden samen met de extra elementen van "On Top of it" het fraaie dak van het evenement, dat vele bezoekers een zeer hoge waardering ontlokten. Toch is er in 2012 weer nieuwe verlichting op meer plaatsen aangebracht. Immers, zo zeggen Centrummanagement en ondernemers "Stilstand is achteruitgang".

Wat was er nieuw in 2012?

- Verlichting van de Servaosbrök via kroonluchters aan de lichtmasten
- De bomen op het Amorsplein waren voorzien van lichttakken
- De nieuwe ondernemersvereniging Stokstraatkwartier heeft bollen aan de guirlandes laten ophangen (pilot)
- De zgn. Wensboom bij café de Poort aan de Tweebergenpoort bevatte lichttakken
- In de Papenstraat zijn nu ook guirlandes opgehangen.

Deze uitbreiding was mogelijk doordat ondernemers in die straten zelf hebben bijgedragen maar ook omdat tegenwoordig gebruik wordt gemaakt van Led-verlichting. Door de led lampjes bestaat de mogelijkheid om veel meer verlichting op 1 groep samen te laten branden. Bovendien zijn er minder kabels nodig, waardoor die ook minder in het oog lopen.

Welke soorten verlichting worden er tijdens Magisch Maastricht gebruikt?

Dat zijn naast de guirlandes:

- Kroonluchters
- Boomwikkeling
- Lichttakken
- Bolvormige elementen
- Pand- en gevelondersteuning



Over de pandscheidende verlichting is enige discussie ontstaan, vooral gerelateerd aan het gebruik ervan (leidt tot een beeld van bordpapierene gevels) en kleur van de dragende snoeren.

Conclusie

De sfeerverlichting blijkt elk jaar weer een hit te zijn met een bijna maximale waardering. Dat stemt de projectgroep erg tevreden. Echter, achteroverleunen is er niet bij. Jaarlijks zal moeten worden bekeken of uitbreiding noodzakelijk is en dan ook gefinancierd kan worden. Tevens is er ook een grens aan wat verlicht kan en moet worden. Over de pandscheidende verlichting moet verder worden nagedacht.



4. Cultuurprogramma

Gedurende 4 weken van Magisch Maastricht vonden er tijdens de donderdagavond, zaterdag- en zondagmiddag in totaal 113 culturele optredens plaats op 18 verschillende binnen- en buitenlocaties binnen de singels van Maastricht. Deze optredens werden verzorgd door 45 gezelschappen (33 amateurgezelschappen & 12 professionals). Zij hebben een positieve en vruchtbare bijdrage geleverd aan de totaalbeleving van Magisch Maastricht van bezoeker én bewoner tegen de achtergrond van een fraaie sfeerverlichting.

Ondermeer traden op diverse lokale & euregionaie kinderkoren, fanfares & harmonieën, koper- & hoornblazers, jazz- & klassiek muzikanten, zigeunerbands, Flashmob (bestaande uit meer dan 200 mensen; zangers, blazers & ritmesectie), acapellagroepen, operettevereniging, koren, nachtwachtgezelschap, zaate hermeniekes en percussiegroepen. De intensievere verbinding met diverse cultuurinstellingen in Maastricht e.o. zorgde voor een vernieuwde kwaliteitsslag horende bij dit groeiende cultuurevent. Vruchtbare samenwerkingsverbanden met o.a. Opera Zuid, Dansopleiding Maastricht, Museum aan het Vrijthof, Theater aan het Vrijthof, LSO, Fashion Clash, Ap-Events, Conservatorium, Jazz Maastricht leidden tot bijzondere & unieke optredens tijdens het 4^e kwartaal van de Vierjaargetijdenkalender, Magisch Maastricht.



Conclusie

Kwalitatief gaf het cultuurprogramma blijk van een groei t.o.v. de edities van 2011 en 2012. De optredens waren verspreid door de stad op diverse locaties en voor het eerst geconcentreerd op de donderdag en de zaterdag en zondag. De voorspelbaarheid en daarmee de herkenbaarheid nam toe. Dat dit werd gewaardeerd, bleek wel uit de gestegen waardering van de bezoekers voor de het cultuurprogramma. Door op bovenstaande manier cultuurparticipatie in de meest brede zin des woords een actief podium te bieden tijdens Magisch Maastricht, wordt - binnen de door de raad aangegeven kaders- de ambitie Maastricht & Euregio Kandidaat Culturele Hoofdstad 2018 optimaal ondersteund.

6. Marketing en promotie

Ook in 2012 heeft VVV Maastricht enorm hard gewerkt om Magisch Maastricht weer op de kaart te zetten zowel in de (Eu)regio, landelijk alsook internationaal. Diverse campagne uitingen hebben ervoor gezorgd dat Magisch Maastricht ook in 2012 bij (nog) meer mensen onder de aandacht is gebracht. Voorbeelden van deze campagne-uitingen zijn ca. 300 billboards verspreid door het hele land, de Magisch-Maastricht-flyer met het beschikbare aanbod en programma's, printuitingen in diverse (internationale) dag- en weekbladen, een radio campagne met L1 en HITFM (België) in de vorm van commercials alsook live uitzendingen, een TV campagne op L1 & RTV Maastricht, een online campagne op het internet alsook social media en tot slot een gedegen PR campagne.



Een aantal opmerkelijke resultaten:

- PR publicaties: VVV Maastricht heeft een aantal publicaties over Magisch Maastricht geïnventariseerd waarbij een greep uit de publicaties (niet alle publicaties kunnen worden getraceerd) resulteerde in een bereik van meer dan 6.600.000 mensen met een mediawaarde van meer dan € 275.000,-. Het jaar rond wordt de media door VVV Maastricht bewerkt om PR voor de stad en ook Magisch Maastricht te genereren.
- VVV Maastricht realiseerde 35 betaalde printuitingen in diverse media in binnen- en buitenland, met een totale oplage van meer dan 4.400.000 exemplaren.
- Een radio en TV campagne met L1 bestaande uit 4 dagen live radio uitzending vanuit Magisch Maastricht, 100 commercials op L1 radio en 200 commercials op L1 TV.
- Het aantal bezoeken aan www.magischmaastricht.nl steeg met meer dan 50% t.o.v 2011 tot een hoogte van 374.147 bezoeken met 304.268 unieke bezoekers.
- Een Google Adwords campagne resulterende in meer dan 9 miljoen vertoningen.
- Via een facebook campagne werden meer dan 280.000 mensen bereikt met het aanbod van het Magisch Cultuur Festival (gemiddeld 8.000 personen per dag).

Er was een goede promotionele samenwerking met SVL, waarbij het kerstaanbod van heel Limburg werd meegenomen in advertenties. Ook samenwerking met VVV Zuid Limburg in het uitwisselen van informatie op elkaars website.

7. Sponsoring

Binnen de projectgroep is dit jaar uitgebreid stilgestaan bij stadsbrede sponsoring, Pogingen om daarbij grote bedrijven te benaderen liepen op niets uit, strandden op onderlinge rivaliteit tussen ondernemers of bleven hangen in de hectiek van het evenement. Pogingen om via een denktank meer zicht op deze problematiek te krijgen via de toekomstbeelden van MM zijn tot dusverre niet geslaagd. In overleg met de organiserende ondernemers zal een nieuwe poging op de agenda worden gezet.

Conclusie

Op deze manier zal hoofdsponsoring van het totale evenement nog lang op zich laten wachten. In 2013 zal verder worden nagedacht over andere organisatievormen, die een bredere en sterkere financiële basis van het evenement mogelijk moet maken.



8. Diversen

Bereikbaarheid

Tijdens de editie 2012 was er voor elke bezoeker een parkeerplek. In het bijzonder de parkeerplaatsen centrum en west waren al vroeg druk bezet. In het bezoekersonderzoek zijn een aantal vragen meegenomen t.a.v. de bereikbaarheid. De vragen over bereikbaarheid zijn door 256 bezoekers beantwoord. 90 bezoekers hiervan zijn woonachtig in Maastricht en komen vooral lopend of met de bus naar de binnenstad. De overige 166, die niet woonachtig zijn in Maastricht, komen vooral met de auto (43%) of per trein (31%). De meeste bezoekers (45%) gaan voor een parkeerplaats in Maastricht naar een vaste plek. 83% geeft aan in het algemeen makkelijk een parkeerplaats te vinden in Maastricht. Desondanks is het van belang, dat de bezoeker zich voor vertrek meer gaat focussen waar nog parkeerplekken vrij zijn, dit kan bijv. via de website/app van Maastricht Bereikbaar. Het thema bereikbaarheid blijft op de agenda staan van de projectgroep/VVV. I.s.m. Maastricht Bereikbaar blijft de aandacht uitgaan naar het gastvrij welkom heten van bezoekers. Een parkeerplaats is daarvan onderdeel. De actie van de NS -- de laatste 2 weekenden een treinkaartje voor € 2 -- is zeer positief gewaardeerd. Hierdoor zijn er meer bezoekers gekomen én de actie heeft ervoor gezorgd dat er minder bezoekers met de auto zijn gekomen.

Veiligheid

Gelukkig is het evenement ook in 2012 weer zonder wanklank verlopen. Dit is mede te danken aan vroegtijdig overleg met alle betrokken instanties, de zorg van de organisatoren op dit punt en een verbeterd ontwerp voor het Vrijthof. Een aandachtspunt voor de komende jaren is het goed vormgeven van de ingang van het evenement bij de Grote Staat, ook in relatie tot de aanrijroutes van hulpdiensten als ambulance en brandweer. Hierover is inmiddels contact opgenomen met de organisatoren.

Vergunningen/Kerstterrassen

Ten aanzien van de kerstterrassen is Magisch Maastricht in 2012 zonder problemen verlopen. Ook zijn er van de betreffende doelgroep (ondernemers, KHN) geen signalen ontvangen, dat het beleid in de praktijk heeft geleid tot problemen. Dat heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de vaststelling van de beleidsregel een formalisering was van de regels waarmee al enige jaren – met positief resultaat – werd gewerkt. Ook voor de editie 2013 wordt het beleid ten aanzien van kerstterrassen toereikend geacht. Gelet op het voorgaande is ons voorstel om het beleid ten aanzien van de kerstterrassen inhoudelijk ongewijzigd te laten. Dat geldt temeer nu het format van Magisch Maastricht in de komende editie niet substantieel zal wijzigen. Op dit moment wordt overigens het gehele terrassenbeleid geactualiseerd. Hierin zullen de beleidsregels ten aanzien van de kerstterrassen in zijn geheel worden opgenomen. Een voorstel daarvoor zal dit jaar ter besluitvorming worden voorgelegd. Buiten het feit dat de vergunningen vaak te laat werden aangevraagd is desondanks alles goed verlopen. Het projectteam zal er komende editie nog strenger op toezien dan de vergunningen op tijd worden aangevraagd.

9. Financiën

De editie 2012 heeft minder bezoekers getrokken dan in 2011. Dat betekende minder inkomsten voor het evenement op het Vrijthof en minder bestedingen in de stad. Toch is het evenement dit jaar net binnen de garantstelling gebleven.

Dat is ondermeer gelukt door sterk te letten op kosten en daarin besparingen door te voeren als bijvoorbeeld een kleinere tent, de verwarming en combinaties van taken door te voeren in de ondersteuning.

Dit betekent dat er aan Stg. Vrijthof Mooi garantstelling is verleend voor de schaatsbaan en het exploitatie verlies, in totaal € 135.000,-.

Met betrekking tot de bijdragen voor promotie en marketing (VVV Maastricht) en cultuurprogrammering (Centrummanagement Maastricht) zijn beide partners erin geslaagd de gemeentelijke bijdrage van € 50.000,- elk met behulp van de markt te verdubbelen. Daarmee hebben ook zij voldaan aan de eisen.

Conclusie

Voor de komende edities zal de financiële basis moeten worden versterkt, die door het verlagen van de garantstelling van de gemeente smaller wordt. Daarom wordt nu nagedacht over scenario's, hoe die basis te verbreden is. De eerste resultaten daarvan zullen na de zomer beschikbaar zijn.

10. De organisatie

De projectgroep voor de editie 2012 was als volgt samengesteld:

WimJan Doelman	Projectleider, gemeente Maastricht
Shirley Hupkens	Projectmedewerker, gemeente Maastricht
Jelle Ummels	Centrummanagement
Robert Hoogenboom	VVV Maastricht

De leden van de projectgroep hebben voor een ieder aandachtsvelden aangewezen om de krachten efficiënt te verdelen.

Gemeente Maastricht	Pleinen en in- externe begeleiding en processen
Centrummanagement	Sfeerverlichting en coördinatie cultureel programma
VVV	Marketing en promotie
VVV / Centrummanagement	Sponsorwerving

Bijlagen:

Bezoekersonderzoek Magisch Maastricht 2012

De locaties

Vrijthof

Markt

Maasboulevard

MosaeForum

Entre Deux

Wyck

Onze Lieve Vrouweplein

Jekerkwartier

Tongersestraat

Vrijthofstraatjes

Amorsplein

Stokstraatkwartier

Pleintje Mestreechter Geis

Graanmarkt

Magisch Maastricht



Editie 2013
Evaluatie

Inhoudsopgave

0. Samenvatting
1. Inleiding
2. De pleinen / locaties
3. Sfeerverlichting
4. Cultuurprogramma
5. Marketing en promotie
6. Sponsoring
7. Diversen ;
 - P + R Noord
 - Vergunningen/kerstterrassen
 - Project Gastvrij Maastricht
8. Financiën
9. Organisatie

0. Samenvatting

De editie 2013 van het evenement Magisch Maastricht laat duidelijk zien dat er sprake is van bestending. Het evenement staat en kwaliteit en omvang van het winterevenement wordt nog elk jaar beter. Dit jaar was voor het eerst de grote carroussel aanwezig met Maastrichtse tafereel beschilderd. Dat wordt gewaardeerd, zo blijkt ook uit het bezoekersonderzoek. Bezoekers waardeerden het evenement onveranderd zeer positief. Dat geldt ook voor het merendeel der Maastrichtenaren.

Op meer pleinen waren wederom meer activiteiten georganiseerd, waardoor er veel te doen was. De evaluatiegesprekken met organisatoren en ondernemers verliepen over het algemeen in een zeer constructieve sfeer. Alle betrokkenen hebben toegezegd ook in 2014 weer mee te zullen doen.

Ook de naamsbekendheid van het evenement blijft groeien, getuige het feit dat steeds meer organisatoren van andere evenementen Maastricht in december weten te vinden. De goede promotie en marketing dragen daaraan fors bij.

Conclusie

Het evenement heeft zijn bestaansrecht wederom bewezen. Het aantal bezoekers steeg t.o.v. de editie 2012 evenals de gemiddelde besteding. Met andere woorden, het evenement verbetert, groeit en heeft een groot en stabiel draagvlak in de stad, zowel bij bewoners als bij ondernemers.

Aanbevelingen 2012

De aanbevelingen van de vorige edities zijn ter harte genomen. Mede door de verlichting is de verbinding tussen de locaties verbeterd. Er waren meer activiteiten op meer locaties, soms georganiseerd door een nieuwe ondernemersvereniging. De gemeenteraad is bereid gebleken het evenement meerjarig perspectief te bieden door een garantstelling voor de exploitatie van de schaatsbaan en een structurele financiering van marketing en promotie en de bijdrage aan het Cultuurprogramma. Met Valkenburg vindt nu regelmatig overleg plaats over meer gestructureerde samenwerking tussen beide kersteventementen. Correcte en tijdige informatievoorziening blijft een punt van zorg.

Aanbevelingen 2013

Uit de gesprekken met de organisaties en het bezoekersonderzoek blijkt dat de editie 2013 op de goede weg is. Toch zijn er aanbevelingen te benoemen.

- Informatie over het cultureel programma (locaties en aanvangstijdstippen) moet sneller bij het publiek en de organisatoren terecht komen.
- Vaste tijden en programmering kunnen daarbij helpen.
- Een breder Wifi-netwerk in de stad wordt nodig gemist.
- De Ruitersrij als locatie is niet succesvol gebleken. De verwachte aantrekkingskracht van locaties moet vooraf zeer goed worden bekeken.

1. Inleiding

Na een succesvolle editie 2013 Magisch Maastricht, is wederom gebleken dat dit evenement ondenkbaar en onmisbaar is voor stad en middenstand. De naamsbekendheid en waardering blijft groeien.

Dit blijkt ook uit diverse initiatieven die spontaan vanuit het land naar de stad zijn gekomen in deze periode.

De groeiende bekendheid is mede te danken aan de goede promotie en marketing rondom het evenement. In hoofdstuk 5 wordt hier verder op ingegaan.

Uit het onderzoek blijkt ook dat Magisch Maastricht wordt ervaren als een gezellig (96%) en een sfeervol (95%) evenement. De waardering voor de attracties en kerstkraampjes is ongeveer hetzelfde gebleven. De buitenterrassen, schaatsbaan en sfeerverlichting worden in de loop der jaren steeds positiever gewaardeerd.

De gemiddelde besteding per persoon per bezoek tijdens Magisch Maastricht is in 2013 aanzienlijk gestegen tot boven het niveau van 2010. Ruim 2/3 van de bezoekers verwacht ook in 2014 een bezoek te zullen brengen aan Magisch Maastricht. In het bezoekersonderzoek is ook een paragraaf opgenomen waar uitleg wordt gegeven over de bezoekersstromen.



2. Pleinen/locaties

De spreiding in de stad is een belangrijk onderdeel van Magisch Maastricht. Naast het Vrijthof als stralend middelpunt zijn de andere pleinen & locaties minstens zo belangrijk geworden voor de totaalbeleving van Magisch Maastricht.

Het projectteam heeft wederom veel energie gestoken in het enthousiasmeren van ondernemers en organisatoren. Het doel om samenwerking tussen de ondernemers te creëren is op diverse locaties gelukt. Als voorbeeld hebben Ondernemersvereniging Stokstraatkwartier, Stichting PEM (Fondation Project Extraordinaire Maastricht) en ondernemers van OLV hun krachten gebundeld. De basis is gelegd en de intentie is om de samenwerking in de toekomst uit te breiden.

Een nieuwe plek dit jaar was Markt Zuid. Voor het eerst werd er voor café 't Haantje een activiteit georganiseerd in de vorm van een Glazen Hoes.



© VVV Maastricht / Petra Lenssen

Op het Onze Lieve Vrouweplein stond wederom de (levende) kerststal voor de Basiliek Onze Lieve Vrouwe Sterre der Zee. De legendenstoet met de Sterre der Zee, de herdersstoet met een Maria in gezegende toestand, kerstliederen met 1000 stemmen project en tenslotte de driekoningenstoet zijn ingetogen evenementen tijdens Magisch Maastricht, die uitstekend passen bij de sfeer van het mooie OLV plein. Nieuw dit jaar was de projectie van het concert van de Mastreechter Staar. Stichting PEM heeft deze activiteiten i.s.m. pastoor mgr. Kurris en dankzij hulp van vele vrijwilligers kunnen organiseren.



De ondernemersvereniging Stokstraatkwartier was pas opgericht, en de eerste indrukken waren prima. Samenwerking met OLV verliep goed en zal komende editie gecontinueerd worden. Het Stokstraatkwartier was weer bijzonder verlicht met de bollen. Voor volgende editie wordt nagedacht om het pleintje Mestreechter Geis anders in te richten door bijv. andere verlichting en wordt een ander alternatief gezocht voor de cadeaubox.

In het Jekerkwartier stonden dit jaar voor het eerst 2 mooie Mongoolse tenten, één op het pleintje voor het Rijksarchief en één op het Looiersplein. De uitstraling was zeer goed, veel nieuwsgierige bezoekers kwamen een kijkje nemen. Ook boden zij ruimte voor culturele optredens. Het OJK zal komende editie de arrangementen in de Mongoolse tenten gaan uitbreiden. Punt van discussie zijn de cadeauboxen; de hoezen zijn niet meer goed. Komende jaar zal er gekeken gaan worden wat hierr ee moet gebeuren en wie de logistiek op zich gaat nemen.



© VVV Maastricht / Petra Lenssen



Het "Glaze Benefiet Hoes" op Markt Zuid voor 't Haantje was een initiatief van uitbater i.s.m. Falcon Radio en vele vrijwilligers. Er was een positieve en gezellige sfeer, de opbrengst was 3x meer dan verwacht. Zo'n 250 armlastige gezinnen uit Maastricht hebben een volwaardige kerstmaaltijd ontvangen. Vanwege de hoge opbrengst is de organisatie in staat om gezinnen, die op de lijst staan van de voedselbank, te voorzien met een extra voedselpakket voor de Pasen. Komende editie komt het Glaze Benefiet Hoes weer terug, met nog meer kerstsfeer in en om "t Hoes".

Op de Markt Noord was dit jaar een kleine activiteit. Er stond een grote kerstboom en aantal ondernemers hebben in samenwerking met Stg. All4Sport mede gezorgd voor de start en finish van de Kerstmannenloop.

Mosae Forum mocht wederom bijzonder trots zijn op de aankleding van het plein met onder andere grote kerstboom van 12 meter en de stralende kroonluchters. In een leegstand pand (Mosae Forum 12) werd een expositie getoond van de grootste kerststal van Maastricht en andere bijzondere kerststallen. Leuk voor jong en oud en de entree was gratis.

De activiteiten op de Kesselskade zijn deze editie georganiseerd door een andere ondememer. Ondanks dat er diverse keren sprake is geweest van vandalisme bleef de organisatie optimistisch en waren zij zeer tevreden. De inrichting was beter dan vorig jaar, meer chalets en een mooie overkapping. De kinderattractie trok minder bezoekers.

Komende editie wordt het "kerstcafé dorp" uitgebreid en zal betreffende organisator nog meer samenwerking gaan zoeken met andere ondememers.



In Wyck op de Ruitery zorgde de authentieke kiosk, glühweinbar aangevuld met chalets en verkoop van echte kerstbomen voor een sfeervol tafereel. Deze editie was ook uitgebreid met een Glazen Huis i.s.m. Radio Maastricht, het goede doel was Serious Request. Helaas is dit mede door gebrek aan vrijwilligers, technische problemen en weinig bezoekers geen succes geworden. De poging om de Ruitery meer inhoud te geven is volgens het OIW niet gelukt. Op de Ruitery is een slechte doorloop en blijkbaar moeilijk goede sfeer te creëren.



Voor komende editie wordt gekeken of de activiteiten van de Ruitery verplaatst kunnen worden naar een andere plek. De activiteiten op het pleintje voor St. Martinuskerk en Cörversplein daarentegen was wel uit de vele reacties succesvol te noemen.



© VVV Maastricht / Petra Lenssen

Op het Vrijthof is duidelijk een stijgende lijn in groei van kwaliteit. De organisatie steekt veel tijd en energie in de kwaliteit van het evenement. Dit jaar was de "Grande Carrousel" met Maastrichtste afbeeldingen een mooie toevoeging. Ook de foto's op de hekken zorgde ervoor dat het plein in passende uitstraling en sfeer afgesloten werd. Ondanks diverse tegenslagen zoals het omwaaien van de verlichte boom op de schaatsbaan en de controle van de

arbeidsinspectie, spreekt de organisatie wel van het beste jaar tot nu toe. Zoals ook uit het bezoekersonderzoek is gebleken is de schaatsbaan niet meer weg te denken op het Vrijthof.

Het schoolschaatsen was wederom een succes. De gemeente i.s.m. Stg. Vrijthof Mooi hebben ervoor gezorgd zo'n 2500 basisschoolkinderen gratis konden schaatsen.



Met betrekking tot overige locaties zoals Amorsplein, Vrijthofstraatjes, Entre Deux hebben met name geïnvesteerd in sfeerverlichting en cultuurprogramma. Ook deze ondernemers waren zeer tevreden over editie 2013.



3. De sfeerverlichting



De sfeerverlichting blijft het meest gewaardeerde onderdeel van Magisch Maastricht. Ieder jaar weer opnieuw slaagt het Centrummanagement erin de verlichting i.s.m. ondernemers en Gemeente Maastricht te verbeteren en op diverse plekken uit te breiden zodat de stad op steeds meer locaties een warme, sfeervol verlichte ervaring biedt aan de bezoeker. Nieuwe plekken in 2013 waren de lichttakken kop Boschstraat/Vismarkt, kroonluchters Kesselskade (5 meter hoog), UM Tongersestraat en P&R Noord.

De stad was in totaal versierd met ongeveer 3,5 km guirlandes en 250.000 ledlampjes.

Dagblad De Limburger – Woensdag 27 november 2013

OOK KESSELSKADE 'MAGISCH'



Magisch Maastricht. Ervaren met van de vele opzettingen. De één heeft helemaal niets met het verlichtingsmaakt, de ander vindt het prachtig. Waar zo ongeveer iedereen plezier over is, is de sfeerverlichting in het Maastrichtse stadscentrum. Guirlandes, kroonluchters en lichtballen geven de stad een feestelijk aanzicht. Voor dit jaar zijn drie locaties toegevoegd aan het lichtplan voor de binnenstad. Zowel het Keizer Karelplein, als de Vismarkt aan de Boschstraat, als de Kesselskade struik nu feestelijk uit.

foto Harry Meesters

4. Cultuurprogramma

Op vrijdag 29 november vond om 17.00 uur de officiële opening van Magisch Maastricht plaats. Op de schaatsbaan werd door wethouder John Aarts een openingsspeech gehouden, gevolgd door openingsspektakel "De Ingele van Mestreech" een coproductie tussen Magisch Maastricht en Opera Zuid. Waarschijnlijk door het slechte weer was de opening minder druk bezocht dan voorgaande jaren.



Nieuw tijdens het cultuurfestival 2013 waren de Magisch Maastricht Moments. Vier weken lang werden in hotels in de binnenstad van Maastricht diverse optredens geprogrammeerd. Dit waren de pareltjes van het hele cultuurprogramma. De optredens bestonden uit een mix van jong & oud.

Totaal hebben er meer dan 200 optredens plaatsgevonden verdeelt over 65 gezelschappen, zowel amateurs en professionals. De hele planning was goed georganiseerd en er waren dan ook weinig problemen. Op sommige locaties heeft men de voorkeur de optredens op vaste dagen en tijdstippen te programmeren. Dit is ook makkelijker om te communiceren. Deze herkenbaarheid is een puntje van aandacht voor de volgende editie.



Overige activiteiten:

Naast de standaard cultuurprogrammering, zijn er ook initiatieven gekomen vanuit het land zoals;

- Programma opnames “Liefst uit ...” van de TROS met Yvonne Jaspers: (zie <http://www.uitzendinggemist.nl/afleveringen/1386472>)
- Postcodeloterij miljoenenjacht
- Coca Cola truck
- Serious Request/3 FM i.s.m. Rowwen Hèze
- Eigen huis en Tuin on tour

5. Marketing en promotie

Magisch Maastricht is ook in 2013 door VVV Maastricht landelijk, (Eu)regionaal en internationaal stevig in de markt gezet.

Via een scala aan gerichte media-uitingen hebben wij er samen met onze partners voor gezorgd dat het unieke stadsbrede karakter van Magisch Maastricht het afgelopen jaar bij (nog) meer mensen onder de aandacht is gebracht.



Out Of Home (OOH) is er gerichte aandacht gecreeërd dmv. meer dan 300 landelijke billboards.

De Magisch Maastricht flyer met het cultuur- en evenementenaanbod heeft zowel in de stad zelf als daarbuiten een breed publiek bereikt.



Print uitingen in diverse (internationale) dag- en weekbladen, een radio campagne in België met HITFM en een gecombineerde TV en radio campagne met commercials op L1 hebben ook in 2013 weer geleid tot een groot (Eu)regionaal bereik. Een nog sterkere online- en social media campagne met tot slot een gedegen PR campagne completeerden de gebruikte kanalen.

Een aantal opmerkelijke resultaten:

PR publicaties: VVV Maastricht heeft een aantal publicaties over Magisch Maastricht geïnventariseerd waarbij een greep uit de publicaties (niet alle publicaties kunnen worden getraceerd) resulteerde in een gecombineerde oplage van 1.750.000 mensen met een mediawaarde van meer dan € 110.000,-.

Het jaar rond wordt de media door ons bewerkt om PR voor de stad en Magisch Maastricht te genereren.



VVV Maastricht realiseerde 31 betaalde printuitingen in diverse media in binnen- en buitenland, met een totale oplage van meer dan 4.500.000 exemplaren.

Een radio en TV campagne met L1 bestaande uit een live radio uitzending vanuit Magisch Maastricht, 108 commercials op L1 radio en 168 commercials op L1 TV.

Het aantal bezoeken aan de website magischmaastricht.nl is t.o.v de 374.147 bezoeken van 2012 gestegen naar 381.135 bezoeken. Een doelgerichte Google Adwords campagne resulteerde in een hogere clickthrough rate (ctr): 0,70% in 2012 vs 0,75% in 2013.

Door de combinatie van goede content (vanuit o.a. het Magisch Cultuur Festival) en een focus op facebook als sterk kanaal om campagne te voeren (via facebook/visitmaastricht) werden in 2013 70% meer mensen bereikt dan in 2012: meer dan 486.000 mensen werden geraakt door de magische boodschappen op dit medium.

6. Sponsoring

Ook deze editie kon niet worden georganiseerd zonder bijdragen of inzet van onderstaande bedrijven en organisaties.

Magisch Maastricht wordt mede mogelijk gemaakt door;

- Centrummanagement Maastricht
- VVV Maastricht
- Gemeente Maastricht
- Stichting Vrijthof Mooi
- A&C Media
- Avontuur Thema
- Vormgevers Beaumont Hotel
- Bewoners van Maastricht
- Bijenkorf
- BV Limburg
- Coffeelovers
- Crown Plaza
- Hotel Derlon Hotel
- Diverse lokale & (Eu)regionale cultuurgezelschappen
- Entre Deux
- Fashion Clash
- Forza
- Asset Management
- Heineken - Brand
- HitFM
- ING Vrijthof
- IPAL
- Kruisherhotel
- L1 Radio & TV
- Maastricht Bereikbaar
- Maastrichts Uitburo
- Media Groep Limburg
- Mosae Forum
- Neptunus
- NS
- Ondernemers Centrum en ondernemersverenigingen
- Opera Zuid

- Provincie Limburg
- Q-Park
- Reflexion Evenemententechniek
- SAHOT
- Stichting Cellebroederskapel
- Theater aan het Vrijthof
- Townhouse Designhotel
- Veolia
- En anderen.

Bron: flyer

Dagblad De Limburger – Maandag 6 januari 2014

EVENEMENT Ondernemers oordelen positief

Tevredenheid over ‘Magisch’

door **Stefan Gybels**

MAASTRICHT - Ondernemers en organisatoren zijn tevreden over de recente editie van Magisch Maastricht. Volgens centrummanager Paul ten Haaf laten zowel winkeliers als horecaondernemers over het algemeen positieve geluiden horen. De verlichting, het cultureel programma en de *hospitality guides* - die bezoekers informatie over de stad gaven - werden bijzonder gewaardeerd, zegt Ten Haaf.

Ook over het evenement op het Vrijthof hoorde Ten Haaf goede commentaren. Dat gevoel deelt Berry Kuzelj van stichting Vrijthof Mool, die het wintervermaak op het plein organiseert. „Ik weet niet

waar de mensen allemaal vandaan kwamen, maar het was ongelooflijk druk op het plein in de stad.“ De gunstige weersomstandigheden worden gezien als voornaamste verklaring voor de grote drukte.

Desondanks tempert Kuzelj het enthousiasme voor zijn eigen inkomsten. „Onze begroting staat vooraf grotendeels vast. We hebben een maximum aantal bezoekers, hoe druk het ook is. Met de extra inkomsten kunnen we net het tekort aan sponsorinkomsten opvangen.“ Kuzelj blijft daarom hopen op structurele steun vanuit de gemeente. „Zeker voor de schaatsbaan. Met alleen al een precariotekening van 30.000 euro is die haan anders onbetaalbaar.“

7. Diversen

Park and Ride Noord

Op 30 november werd P&R Noord op feestelijke wijze geopend en was vanaf dag 1 meteen een succes. Met de slogan “Magisch Maastricht begint op het moment dat je de P+R Noord binnen rijdt” werd werkelijkheid; **Non stop naar hartje centrum voor € 1,- met hele gezin!**

Uit de resultaten van Maastricht bereikbaar/P&R Noord tijdens Magisch Maastricht is gebleken dat de gebruikers zeer enthousiast en tevreden waren. Door de effectieve campagne is de

naamsbekendheid gestegen en 78% van de klanten is zeer geneigd om P&R Noord aan te bevelen. Het aantal geparkeerde auto's was gemiddeld 260 per dag met in de weekenden tot bijna 500 per dag. Totaal hebben zo'n 35.000 mensen gebruik gemaakt van pendelbus of trein. De vertrektijden van de pendelbus is een punt van aandacht.

Vergunningen/Kerstterrassen

Over het algemeen zijn de vergunningen op tijd ingediend. Alleen de aanvragen van de terrasvergunningen waren laat omdat er enige onduidelijk was omtrent de einddatum. In verband met de kerstvakantie was de periode verlengd. De kerstterrassen werden door het bezoekersonderzoek 91% positief beoordeeld, dit is een stijgende lijn m.b.t. voorgaande jaren. Vanwege het zachte weer waren de terrassen meer dan vol, de sfeer was zeer goed waardoor ook de mensen langer in de stad bleven. Met het oog op de toekomst zal er met betrekking tot de kerstterrassen het beleid op diverse fronten aangescherpt gaan worden..

Project "Gastvrij Maastricht" Hospitality Guides

De Hospitality Guides van de stad zijn onderdeel van het project Gastvrij Maastricht. Dit is een initiatief van Centrummanagement Maastricht, Gemeente en VVV Maastricht. Deze mensen zijn speciaal geselecteerd en hebben een apart opleidingstraject gevolgd. Zij worden op piekmomenten in het jaar op de belangrijkste plekken in het centrum ingezet. Hierbij fungeren zij als gastheer/vrouw voor bezoekers van Maastricht bij aankomst, verblijf en vertrek. Zij voorzien bezoekers van praktische en inhoudelijke informatie (in meerdere talen) waarbij ze de beeldvorming positief beïnvloeden en een vertaalslag maken naar het totale aanbod dat de stad rijk is.

Het begrip 'gastvrijheid' is voor Maastricht een belangrijke kernwaarde binnen het citymarketing en -branding beleid. Gastvrijheid gaat erom mensen het gevoel te geven dat ze oprecht welkom zijn. Daarnaast is stadsgastvrijheid van economisch belang; een meer dan tevreden bezoeker blijft langer, besteedt meer en komt vaker terug. Daarnaast heeft een hoge gastvrijheidsbeleving een positieve invloed op de levenskwaliteit van bewoners en het vestigingsklimaat voor bedrijven en hun werknemers.

8. Financiën

Deze editie is financieel goed verlopen, in die zin dat het evenement op het Vrijthof met een klein positief saldo is afgesloten, uitgezonderd de schaatsbaan. Op de exploitatie daarvan is een verlies geleden van € 115.000,-. Een beroep op de garantstelling voor de schaatsbaan kan dan ook worden gehonoreerd op basis van een goedgekeurde accountantsverklaring. Daarmee blijft het evenement binnen de met de gemeenteraad afgesproken financiële kaders.

Met betrekking tot de bijdragen voor promotie en marketing (VVV Maastricht) en cultuurprogrammering (Centrummanagement Maastricht) zijn beide partners erin geslaagd de gemeentelijke bijdrage van € 50.000,- elk met behulp van de markt te verdubbelen. Daarmee hebben ook zij voldaan aan de eisen.

9. De organisatie

De projectgroep voor de editie 2013 was ongewijzigd t.o.v. 2012;

Wim Jan Doelman	Projectleider, gemeente Maastricht
Shirley Hupkens	Projectmedewerker, gemeente Maastricht
Jelle Ummels	Centrummanagement
Robert Hoogenboom	VVV Maastricht

De leden van de projectgroep hebben voor een ieder aandachtsvelden aangewezen om de krachten efficiënt te verdelen.

Gemeente Maastricht	Pleinen en in- externe begeleiding en processen
Centrummanagement	Sfeerverlichting en coördinatie cultureel programma
VVV	Marketing en promotie
VVV / Centrummanagement	Sponsorwerving

Overige organisatoren;

De locaties

Vrijthof
Markt Noord
Markt Zuid
Maasboulevard
MosaeForum
Entre Deux
Wyck
Onze Lieve Vrouweplein

Jekerkwartier/Tongersestraat
Vrijthofstraatjes
Amorsplein
Stokstraatkwartier

Contactpersoon

Stichting Vrijthof Mooi
Diverse ondernemers
Café 't Haantje
Wurst&Co
Ondernemersvereniging Mosae Forum
Ondernemersvereniging Entre Deux
OIW
Diverse ondernemers + Stg. Fondation Project Extraordinaire
Maastricht
OJK
Ondernemersvereniging Vrijthofstraatjes
Diverse ondernemers
Ondernemersvereniging

Bijlagen:

Bezoekersonderzoek Magisch Maastricht 2013

BEZOEKERSONDERZOEK
MAGISCH MAASTRICHT 2012

Rapportage	Gemeente Maastricht - Onderzoek & Statistiek Camiel De Bruijn Mosae Forum 10 Postbus 1992 6201 BZ Maastricht Telefoon : 043 - 3504815 E-mail : camiel.de.bruijn@maastricht.nl
Opdrachtgever:	Gemeente Maastricht Wim-Jan Doelman (projectleider Magisch Maastricht)
Druk:	DPC, gemeente Maastricht
Datum:	Januari 2013

1 INHOUD

2	Inleiding.....	9
2.1	Achtergrond.....	9
2.2	Onderzoeksvragen	9
3	Onderzoekopzet	11
3.1	Opzet conform evaluatie 2010	11
3.2	Onderzoekopzet.....	11
3.2.1	Enquete bezoekers.....	11
3.2.2	Passantentelling	12
4	Resultaten	13
4.1	Respons	13
4.2	Ervaring bezoekers	14
4.3	Herkomst bezoekers	16
4.4	Leeftijd bezoekers.....	17
4.5	Gezelschap.....	17
4.6	Reden bezoek Maastricht.....	18
4.7	Bekendheid Magisch Maastricht.....	20
4.8	Duur bezoek.....	21

4.9	Vervoersmiddel	22
4.10	Cultuurprogramma	23
4.11	Kerstkraampjes, attracties en lichtroute	23
4.12	Woonachtig in Maastricht of niet.....	24
4.13	Bestedingen	25
4.14	Overnachtingen	26
4.15	Leuk en minder leuk aan Magisch Maastricht.....	27
4.16	Omschrijving Magisch Maastricht	29
4.17	Bezoek Magisch Maastricht 2013.....	32
4.18	Verbetersuggesties	32
4.19	Passantentellingen	34
5	Conclusie	37
5.1	Positief geluid	37
5.2	Meer inwoners Maastricht	37
5.3	Bekendheid Magisch Maastricht	37
5.4	Cultuurprogramma	37
5.5	Kerstkraampjes en attracties.....	38
5.6	Minder	38

5.7	Samengevat	38
6	Bijlagen	39
6.1	Vragenlijst	39
6.2	Ervaring bezoekers met onderdelen Magisch Maastricht	44
6.3	Herkomst bezoekers	45
6.4	Categorie anders bij reden bezoek	47
6.5	Vervoermiddel	48
6.6	Woonachtig in Maastricht of niet	49
6.7	Leuk en niet leuk aan Magisch Maastricht	50
6.8	Verbetersuggesties	59

2 INLEIDING

2.1 ACHTERGROND

In 2010 heeft voor de eerste maal het centrumbrede winterevenement Magisch Maastricht plaatsgevonden. Tijdens het evenement heeft Onderzoek en Statistiek (O&S) een uitgebreide evaluatie uitgevoerd onder bezoekers, bewoners, bedrijven en organisatie. De evaluatie is verwerkt in een rapport over de beleving van en de ervaring met Magisch Maastricht. In 2011 heeft eveneens een evaluatie plaatsgevonden onder de bezoekers van het winterevenement.

Als vervolg op de vorige evaluaties heeft de organisatie van Magisch Maastricht O&S benaderd om de evaluatie van de editie 2012 van Magisch Maastricht uit te voeren conform de evaluatie van 2011.

2.2 ONDERZOEKSVRAGEN

Magisch Maastricht 2012 zal zich evenals de vorige edities op verschillende locaties van de Maastrichtse binnenstad afspelen. De evaluatie richt zich op de beantwoording van de volgende onderzoeksvragen:

- Welke verwachtingen, ervaringen en wensen hebben de bezoekers van Maastricht ten aanzien van Magisch Maastricht als geheel en ten aanzien van specifieke onderdelen?
- Hoe verhouden de bezoekersaantallen zich tot de vorige edities van Magisch Maastricht?
- Vergelijking met de uitkomsten van 2010 en 2011.

3 ONDERZOEKSOPZET

3.1 OPZET CONFORM EVALUATIE 2010

De evaluatie van Magisch Maastricht 2010 is dusdanig opgezet dat volgende versies van het evenement op een gelijksoortige manier geëvalueerd kunnen worden. Voor de evaluatie van deze editie zal daarom gebruik worden gemaakt van de opzet die in 2010 is bepaald. Waar tijdens de editie van 2010 ook een evaluatie onder bewoners, ondernemers en organisatie heeft plaatsgevonden, is dit voor de edities 2011 en 2012 niet het geval geweest.

3.2 ONDERZOEKSOPZET

Om de onderzoeksvragen zoals die zijn beschreven in paragraaf 2.2 te beantwoorden, is de volgende onderzoeksopzet gevolgd:

- Enquête bezoekers op straat via digitale vragenlijst
- Passantentellingen op verschillende dagen en locaties

3.2.1 ENQUETE BEZOEKERS

Om een betrouwbare uitspraak te doen over de verwachtingen, ervaringen en wensen van de bezoekers van Magisch Maastricht 2012, dienen 383 bezoekers een digitale vragenlijst (zie bijlage 6.1) in te vullen. De interviews zijn verspreid over de looptijd van het evenement afgenomen. Evenals vorig jaar krijgen de deelnemers aan de enquête een versnapering aangeboden tijdens het invullen.

De enquêtes zijn afgenomen met tabletcomputers met internetverbinding. De tabletcomputers zijn voorzien van een link naar een online vragenlijst. De ingevulde enquêtes zijn direct beschikbaar voor verwerking. Door het online afnemen van de vragenlijst is ook dagelijks het aantal respondenten bekend.

Uitgangspunt van de vragenlijst is de vragenlijst van de editie 2011. In de vragenlijst zijn de volgende onderwerpen opgenomen:

- Achtergrondkenmerken bezoekers
- Soort bezoeker
- Bezoekkarakteristieken
- Verwachtingen
- Ervaringen
- Wensen
- Marketing
- Uitgaven
- Verkeer
- Rapportcijfer

3.2.2 PASSANTENTELLING

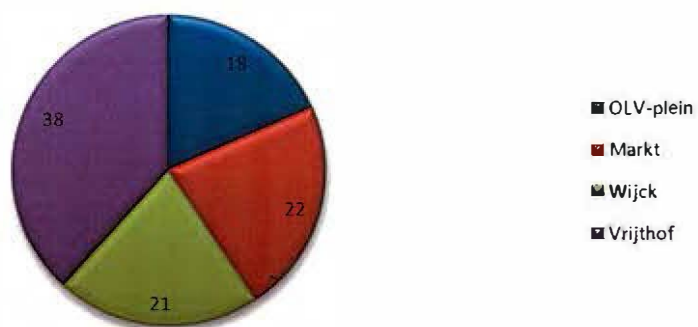
Voor de editie 2012 zijn op 11 locaties tellingen uitgevoerd. Vergelijking van het aantal passanten op deze locaties maakt het mogelijk een inschatting te maken van de drukte tijdens Magisch Maastricht 2012 in vergelijking met 2010 en 2011.

4 RESULTATEN

4.1 RESPONS

Tijdens Magisch Maastricht 2012 zijn 483 enquêtes uitgevoerd (Figuur 1).

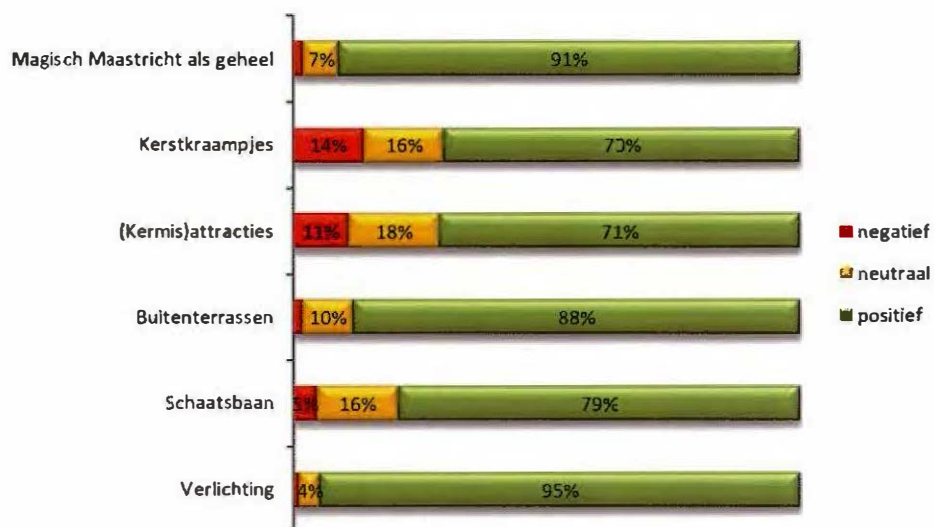
Figuur 1: Aantal afgenomen enquêtes per locatie



4.2 ERVARING BEZOEKERS

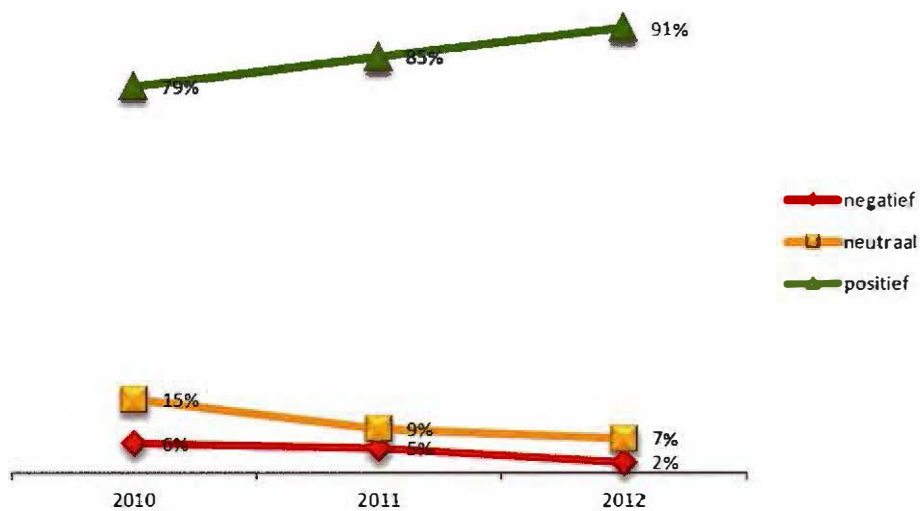
Figuur 2 laat zien dat 91 procent van de bezoekers positief is over Magisch Maastricht als geheel. Over de kerstkraampjes is het percentage bezoekers met een positief oordeel het laagst: 70%. De verlichting wordt met 95% het meest positief beoordeelt.

Figuur 2: Ervaring bezoekers met Magisch Maastricht als geheel en op onderdelen (%)



De vergelijking met 2010 en 2011 laat zien dat de bezoekers Magisch Maastricht sinds de eerste editie steeds positiever beoordelen (Figuur 3). In de bijlage is een figuur opgenomen waarop de onderdelen worden vergeleken met de edities 2010 en 2011 van Magisch Maastricht (Bijlage 6.2). Hieruit blijkt dat de ervaring in 2012 voor bijna alle onderdelen is toegenomen.

Figuur 3: Ervaring bezoekers met Magisch Maastricht als geheel in 2012, 2011 en 2010 (%)



4.3 HERKOMST BEZOEKERS

De meeste bezoekers zijn afkomstig uit Nederland (82% van de geënquêteerde bezoekers) (Figuur 4). Opvallend verschil met 2011 is dat meer bezoekers woonachtig zijn in Maastricht (2012: 35,4%; 2011: 24,4%). Deze stijging bij de Maastrichtse bezoeker gaat vooral ten koste van Nederlandse bezoekers die woonachtig zijn buiten Limburg. In bijlage 6.3 is een figuur en een tabel opgenomen om de verschuiving in herkomst van de bezoekers te illustreren.

Figuur 4: Herkomst bezoekers



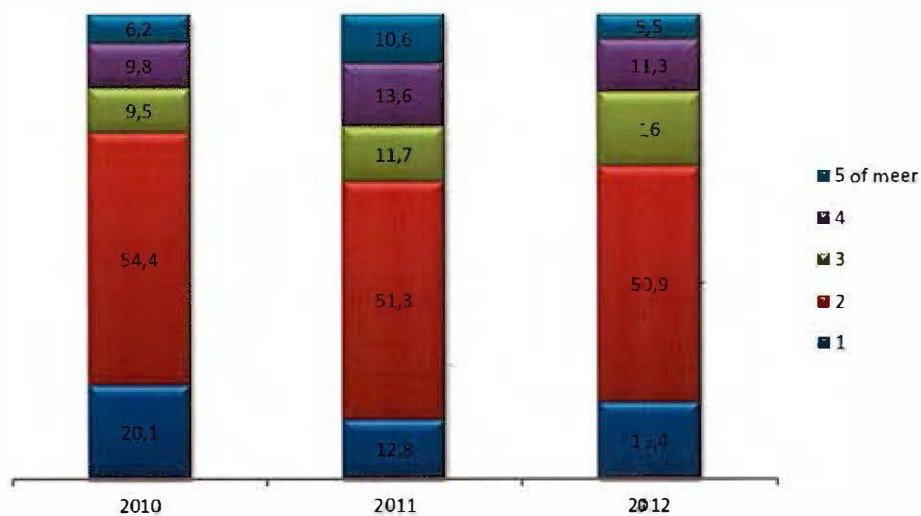
4.4 LEEFTIJD BEZOEKERS

De gemiddelde leeftijd van de geënquêteerde bezoeker van Magisch Maastricht 2012 is 41,7 jaar (2011: 42,8; 2010: 45,7 jaar).

4.5 GEZELSCHAP

Iets meer dan de helft van de bezoekers (50,9%) komt met z'n tweeën naar Magisch Maastricht (Figuur 5). Figuur 5 laat zien dat bezoekers die met z'n tweeën naar Magisch Maastricht komen sinds de eerste editie van het evenement de meerderheid van de gezelschappen vormen.

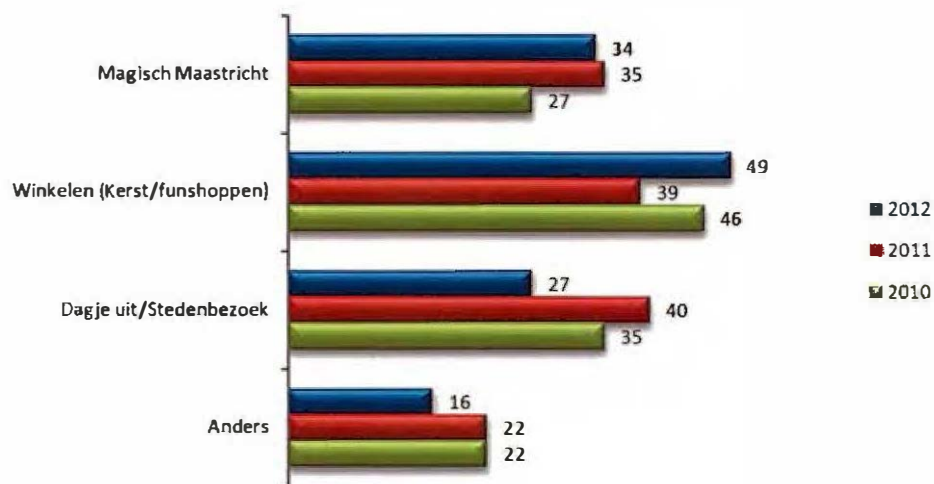
Figuur 5: Aantal personen (inclusief de bezoeker zelf) in gezelschap waarmee de bezoeker Magisch Maastricht bezoekt (%)



4.6 REDEN BEZOEK MAASTRICHT

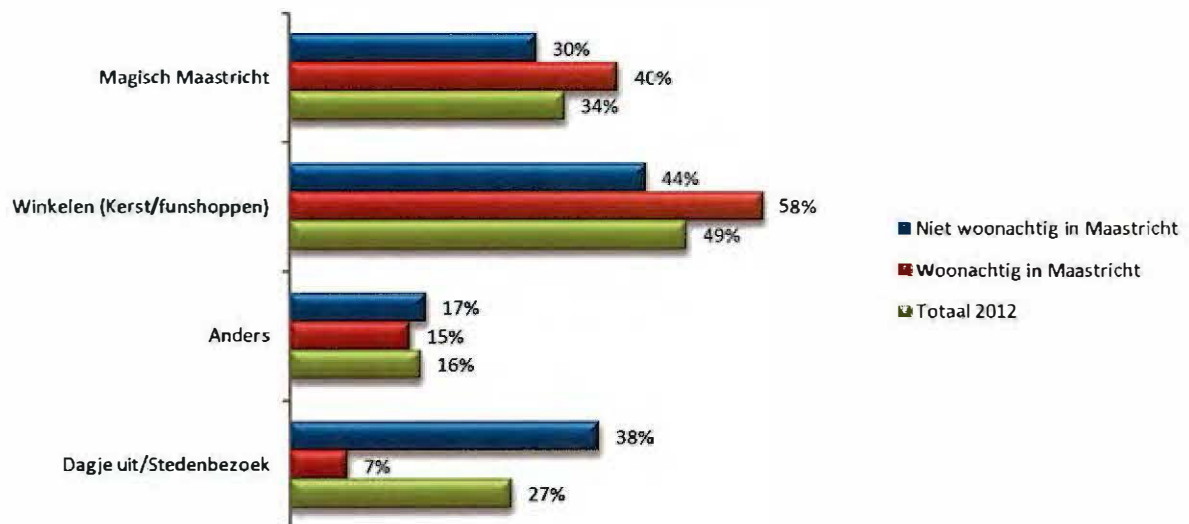
De meest genoemde reden om Maastricht te bezoeken, is ook in 2012 het winkelen. Het percentage bezoekers dat deze reden noemt, is flink gestegen ten opzichte van 2011. Het percentage bezoekers dat Magisch Maastricht als belangrijkste reden voor het bezoek aan Maastricht noemt, is nagenoeg gelijk aan het percentage van 2011. Het dagje uit/stedenbezoek laat ten opzichte van 2011 een duidelijke daling zien. In de bijlage is een overzicht opgenomen van de antwoorden bij de categorie anders (6.4).

Figuur 6: Belangrijkste redenen bezoek Maastricht in 2012, 2011 en 2010 (% - meerdere antwoorden mogelijk per bezoeker)



Figuur 7 laat zien dat winkelen in 2012 voor zowel inwoners als niet-inwoners van Maastricht de belangrijkste reden is voor het bezoek aan Magisch Maastricht.

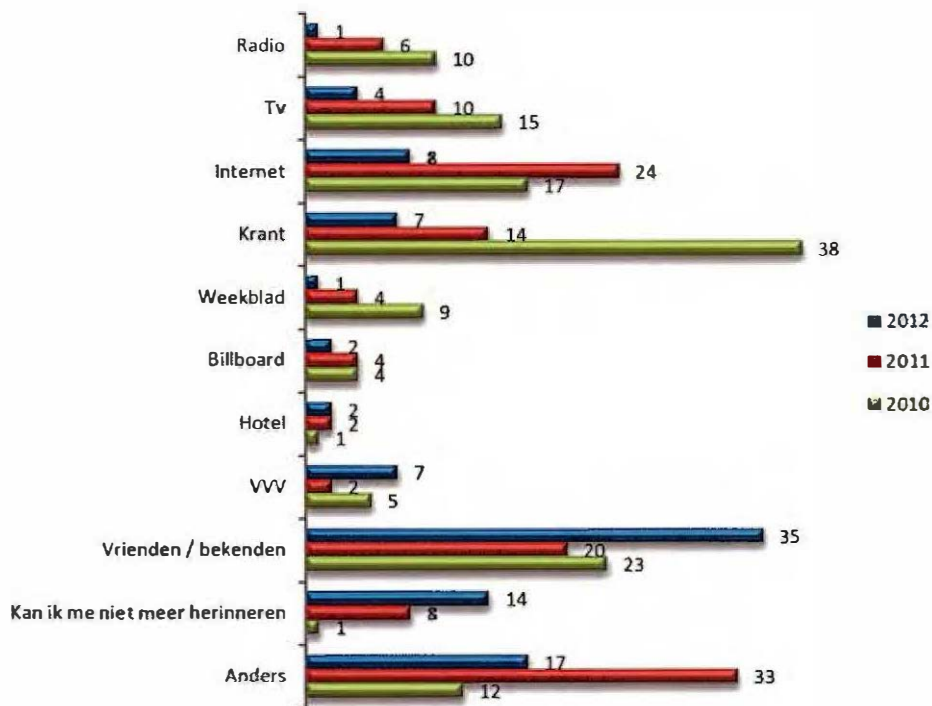
Figuur 7: Belangrijkste reden bezoek Magisch Maastricht 2012 volgens bezoekers woonachtig en niet-woonachtig in Maastricht (% - meerdere antwoorden mogelijk per bezoekers)



4.7 BEKENDHEID MAGISCH MAASTRICHT

84,1% van de bezoekers is in 2012 bekend met Magisch Maastricht. De manier waarop zij hebben gehoord van Magisch Maastricht 2012 laat enkele verschuivingen zien ten opzichte van de eerste editie (Figuur 8). Waar in 2010 de krant een belangrijke bron was van informatie over Magisch Maastricht is dit in 2012 verschoven naar vrienden en bekenden. Radio, tv, krant en weekblad laten vanaf 2010 een dalende lijn zien. Opvallend is dat ook internet na een stijging in 2011, een sterke daling laat zien in 2012.

Figuur 8: Manier waarop de bezoeker heeft gehoord van Magisch Maastricht¹ in 2012, 2011 en 2010 (% - meerdere antwoorden mogelijk per bezoeker)

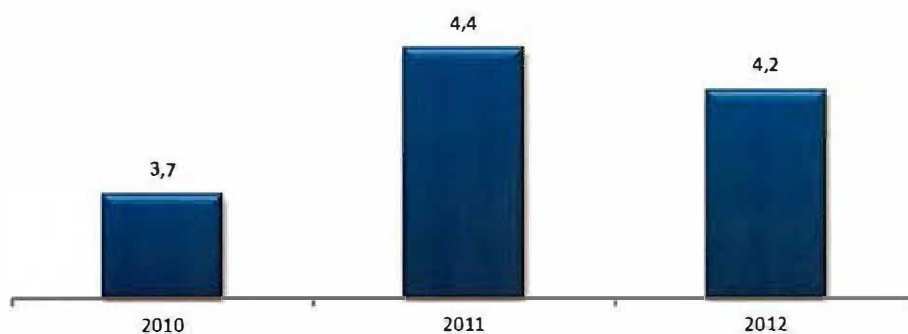


¹ Hierbij zijn alleen de bezoekers meegenomen die aangaven al eens van Magisch Maastricht gehoord te hebben.

4.8 DUUR BEZOEK

Gemiddeld duurt een bezoek aan Magisch Maastricht 4,2 uur (Figuur 9). Hierbij is wel een duidelijk verschil te zien tussen inwoners van Maastricht die gemiddeld 3 uur Magisch Maastricht bezoeken en bezoekers die niet woonachtig zijn in Maastricht; van deze laatste groep is de gemiddelde bezoekduur 5 uur.

Figuur 9: Bezoekduur Magisch Maastricht (uur)

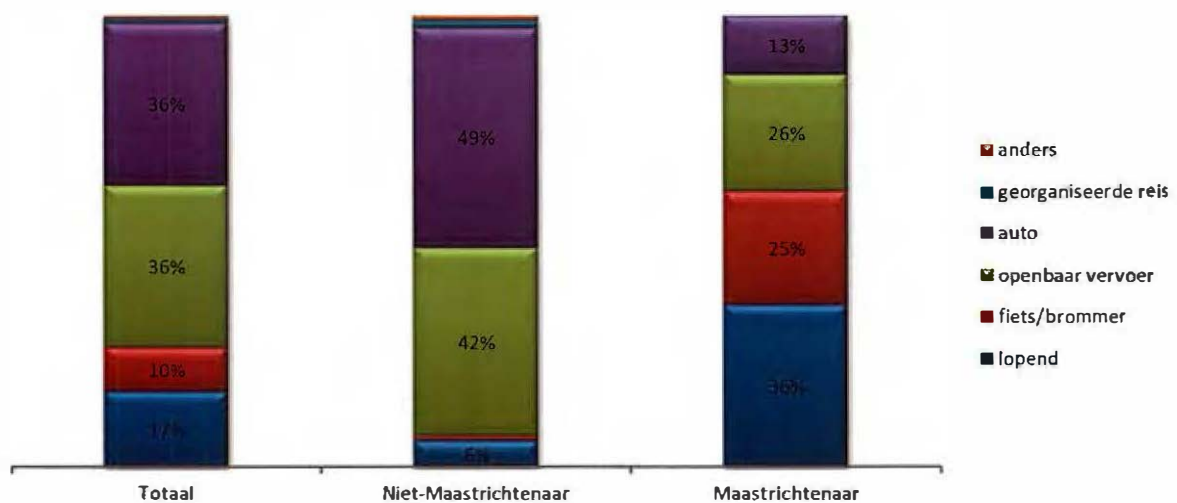


4.9 VERVOERSMIDDEL

De meerderheid van de bezoekers komt per auto (36%) of met het openbaar vervoer (36%) (Figuur 10). Bezoekers uit Maastricht komen vaker lopend naar het evenement dan bezoekers woonachtig buiten Maastricht. Door inwoners van Maastricht wordt tevens in een kwart van de gevallen de fiets en/of de brommer gebruikt als vervoersmiddel.

Figuur 26 in de bijlage laat zien dat het openbaar vervoer sinds 2010 in populariteit is toegenomen ten koste van de auto als vervoersmiddel.

Figuur 10: Vervoermiddel om naar Maastricht te komen (%)



4.10 CULTUURPROGRAMMA

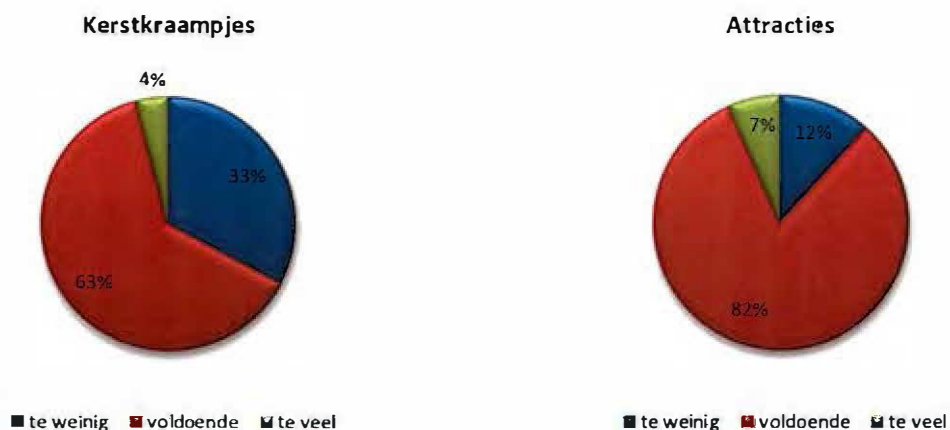
De meerderheid van de bezoekers (95,6%) vindt optredens op straat horen bij een kersteventement waarbij één op de vijf bezoekers vindt dat een optreden bovendien bijdraagt aan de sfeer op straat. Van de ondervraagde bezoekers heeft in 2012 43,5 procent al een optreden gezien. In 2011 had 31% van de bezoekers op het moment van ondervragen al een optreden gezien.

4.11 KERSTKRAAMPJES, ATTRACTIES EN LICHTROUTE

63% van de bezoekers vindt dat er voldoende kerstkraampjes staan; één derde van de bezoekers vindt dat er te weinig kerstkraampjes staan (Figuur 11). Ten aanzien van de verkrijgbare artikelen vindt 5,8% van de bezoekers dat er voldoende variatie in artikelen is.

De meerderheid van de bezoekers vindt dat er voldoende attracties zijn (Figuur 11).

Figuur 11: Mening over aantal kerstkraampjes en attracties (%)

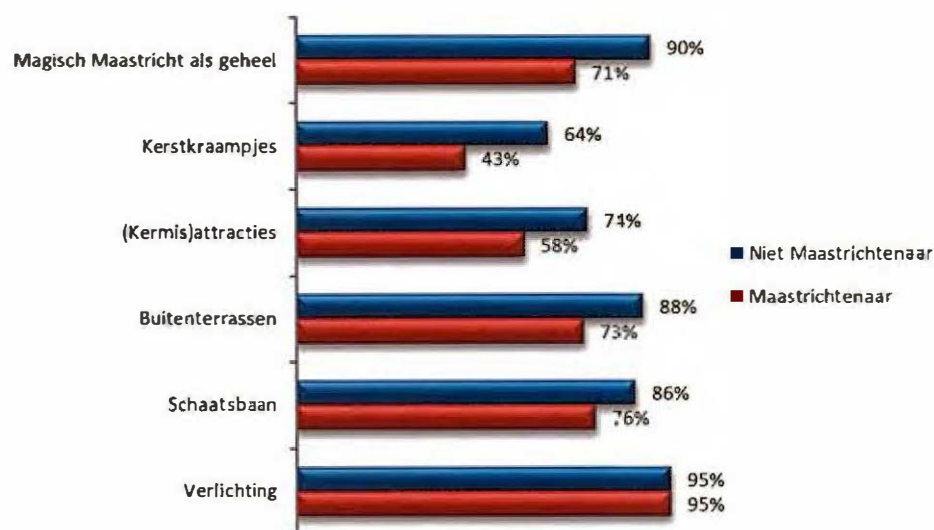


Meer dan de helft (55,5%) van de bezoekers is niet bekend met de lichtroute. 17,3% van de bezoekers gaat deze niet volgen en 11% van de bezoekers gaat de lichtroute geheel of gedeeltelijk volgen. De overige 16,2% weet nog niet of ze de lichtroute gaat volgen.

4.12 WOONACHTIG IN MAASTRICHT OF NIET

Figuur 12 laat zien dat inwoners van Maastricht, Magisch Maastricht en haar onderdelen minder vaak als goed tot zeer goed waarderen dan bezoekers die niet in Maastricht wonen. In de bijlage is een figuur opgenomen waarin de waardering in 2011 en 2012 wordt vergeleken (Figuur 27).

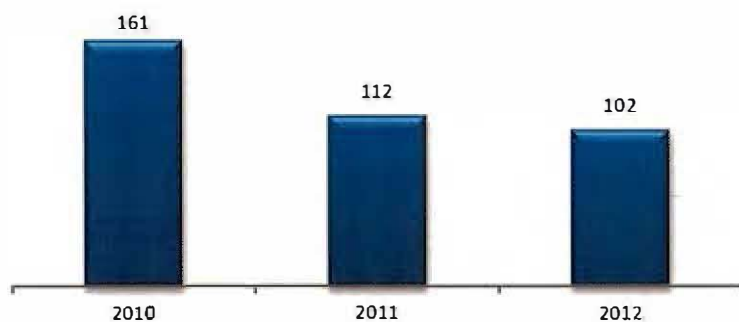
Figuur 12: Percentage bezoekers die Magisch Maastricht of een onderdeel als goed tot zeer goed waarderen



4.13 BESTEDINGEN

De gemiddelde besteding per persoon per bezoek tijdens Magisch Maastricht laat sinds 2010 een daling zien (Figuur 13). De bezoeker die in Maastricht woont geeft minder uit tijdens zijn of haar bezoek (€50 per bezoek) dan de bezoeker afkomstig van buiten Maastricht (€133 per bezoek).

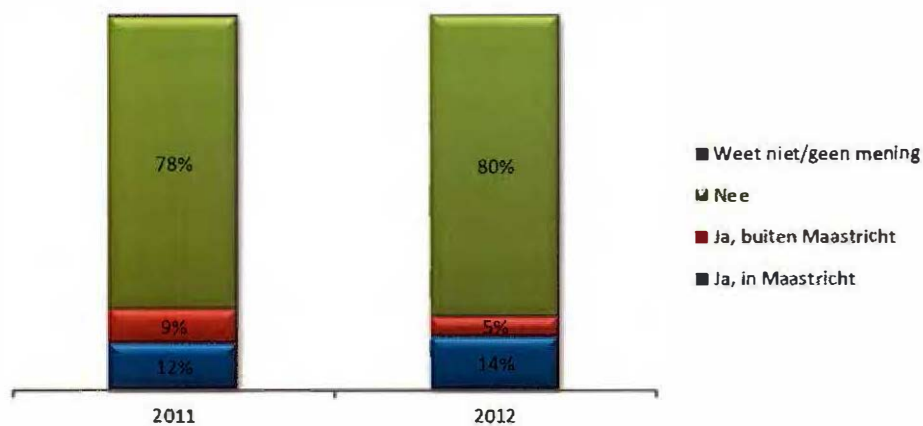
Figuur 13: Gemiddelde besteding (€) per bezoeker sinds 2010



4.14 OVERNACHTINGEN

14% van de ondervraagde bezoekers blijft overnachten in een hotel, logies of pension in Maastricht. Nog eens 5 procent blijft buiten Maastricht overnachten. Gemiddeld blijven de bezoekers 2 nachten overnachten; dat is een nacht minder in vergelijking met 2011.

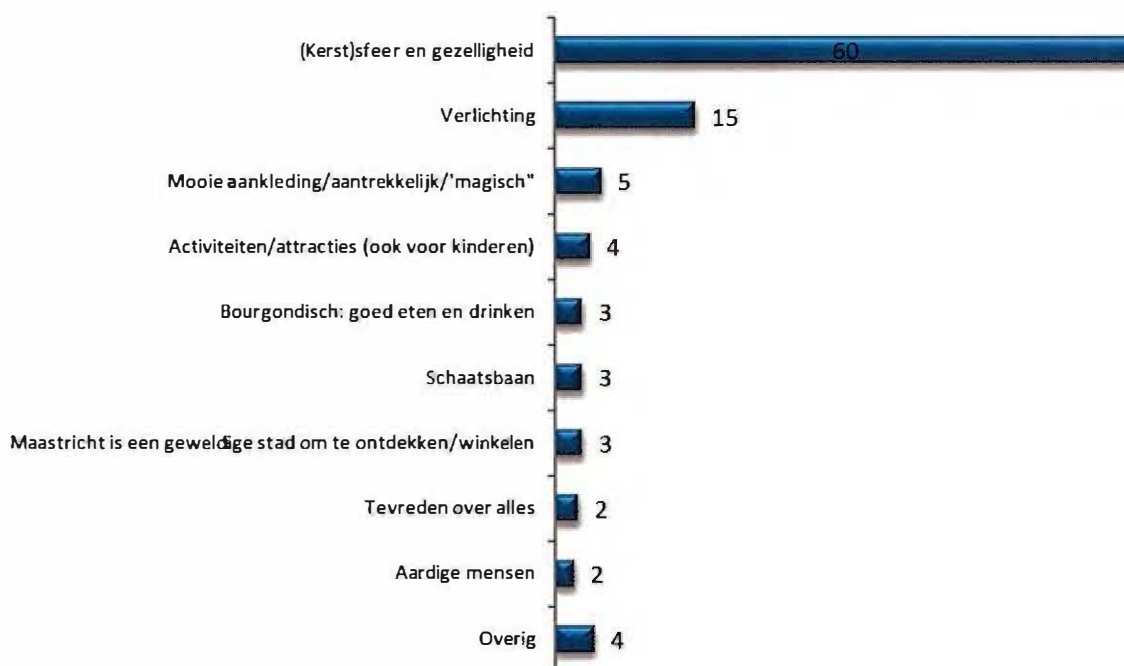
Figuur 14: Overnachten in hotel, logies of pension tijdens Magisch Maastricht (%)



4.15 LEUK EN MINDER LEUK AAN MAGISCH MAASTRICHT

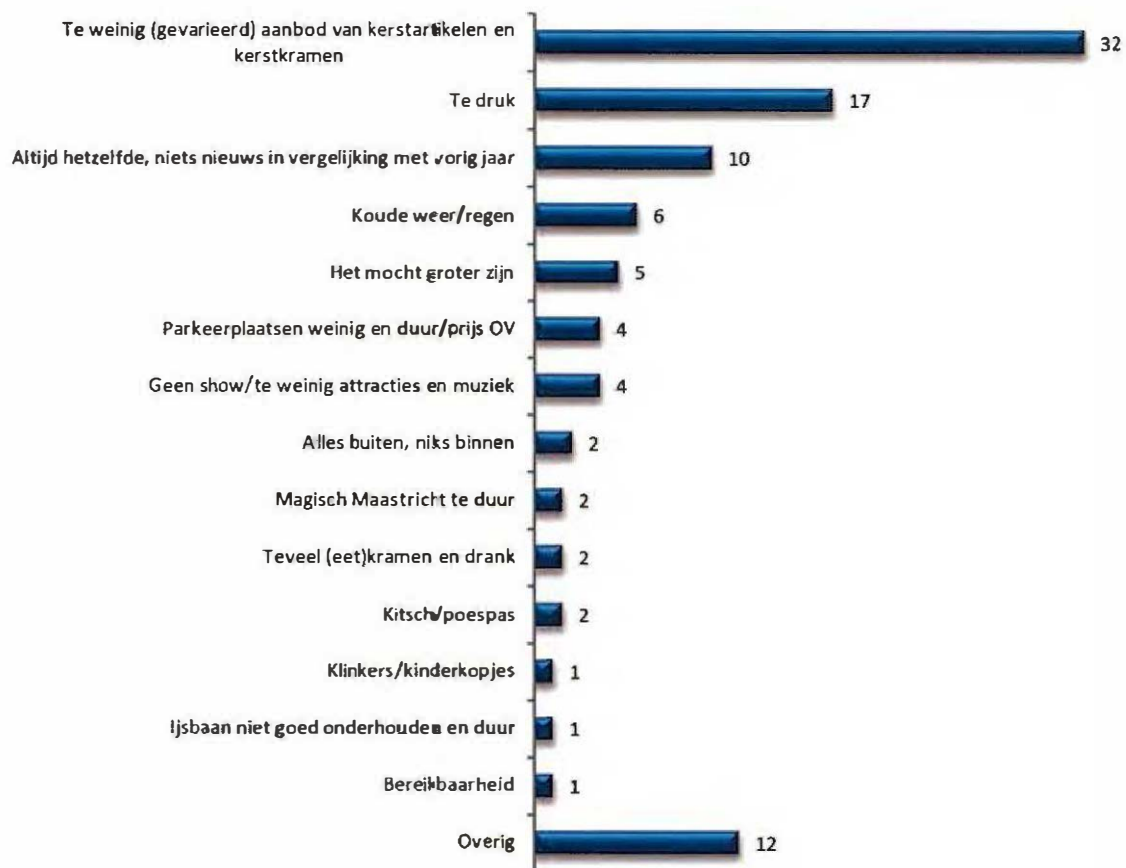
De bezoekers konden in de enquête aangeven wat ze leuk (248 reacties) en minder leuk (185 reacties) vonden aan Magisch Maastricht. De antwoorden op deze vragen zijn integraal overgenomen in de bijlage (6.7). Figuur 15 laat zien dat bij de spontane reacties de sfeer en gezelligheid het meest (60%) leuk wordt gevonden aan Magisch Maastricht.

Figuur 15: Leuk aan Magisch Maastricht (%)



Figuur 16 laat zien dat bij de spontane reacties het te weinig gevarieerde aanbod van kerstartikelen en kerstkramen het minst leuk wordt gevonden aan Magisch Maastricht.

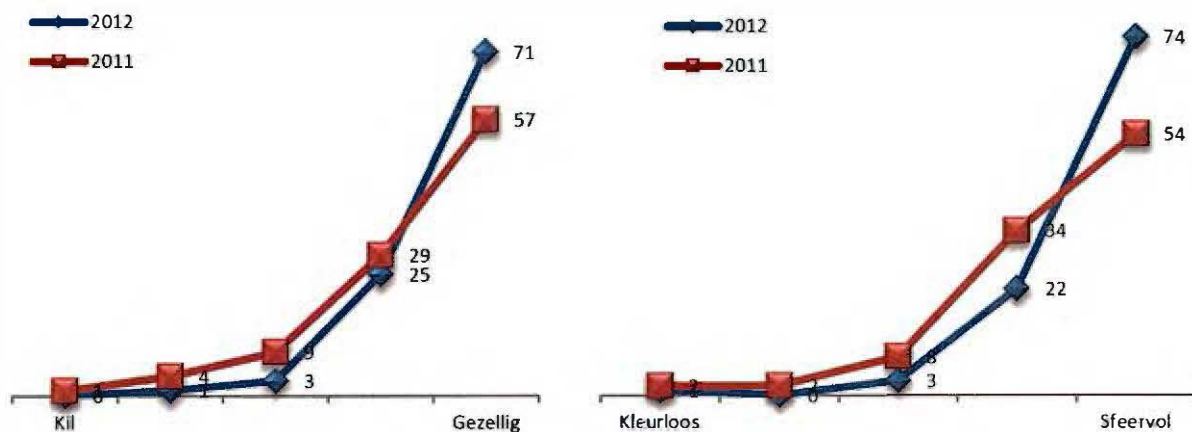
Figuur 16: Minder leuk aan Magisch Maastricht (%)



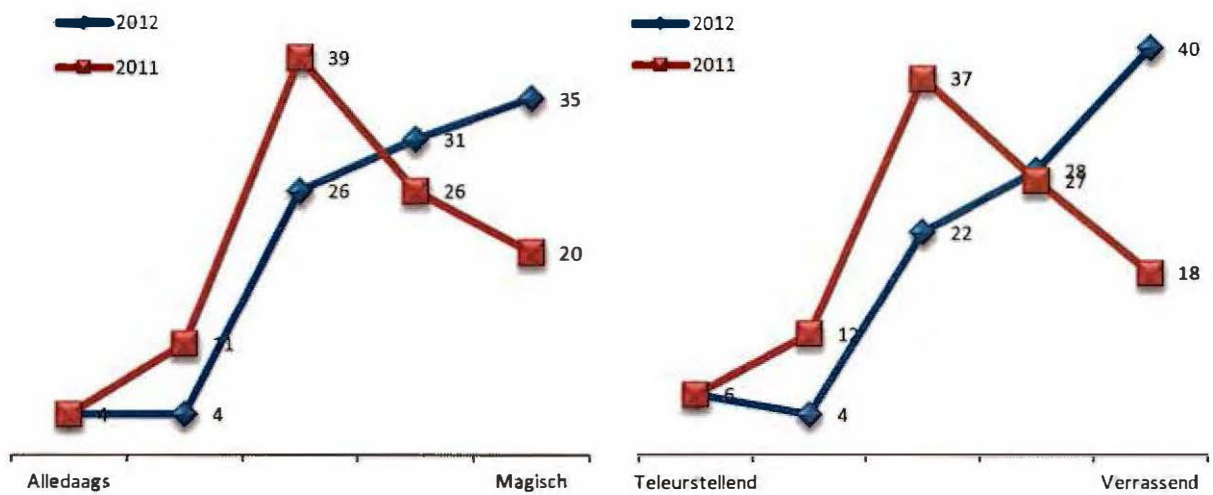
4.16 OMSCHRIJVING MAGISCH MAASTRICHT

De bezoekers van Magisch Maastricht is gevraagd welke omschrijving het best past bij Magisch Maastricht 2012. Figuur 17 tot en met Figuur 19 laat zien dat de bezoekers Magisch Maastricht 'gezellig' en 'sfeervol' vinden. Ook de 'authenticiteit' wordt door de bezoekers duidelijk herkend.

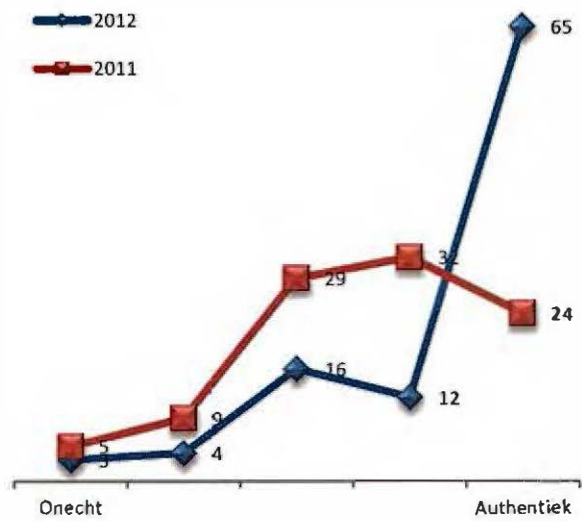
Figuur 17: Omschrijving Magisch Maastricht 2011 en 2012 (%)



Figuur 18: Omschrijving Magisch Maastricht 2011 en 2012 (%)



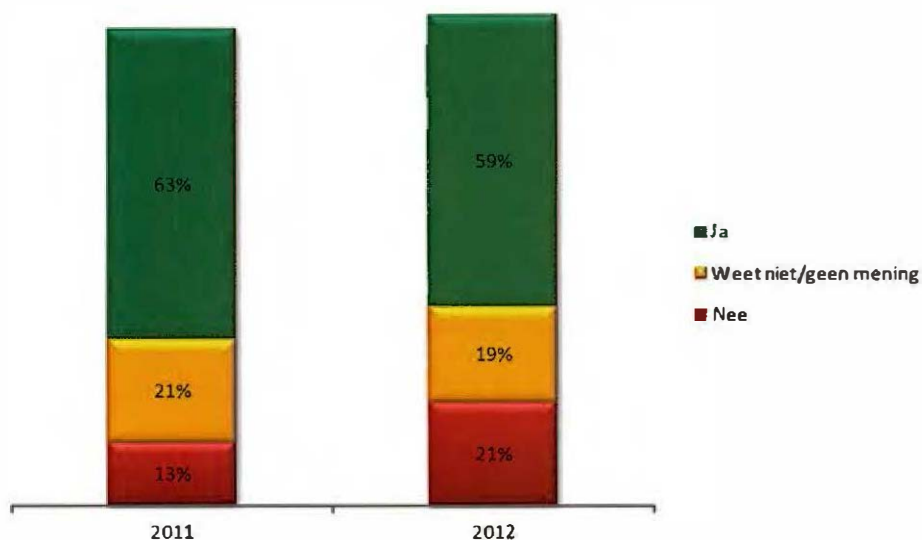
Figuur 19: Omschrijving Magisch Maastricht 2011 en 2012 (%)



4.17 BEZOEK MAGISCH MAASTRICHT 2013

59% van de bezoekers van Magisch Maastricht 2012 verwacht ook in 2013 weer een bezoek te brengen aan Magisch Maastricht (Figuur 20). Een minderheid van de bezoekers (21%) geeft aan in 2013 Magisch Maastricht niet meer te gaan bezoeken.

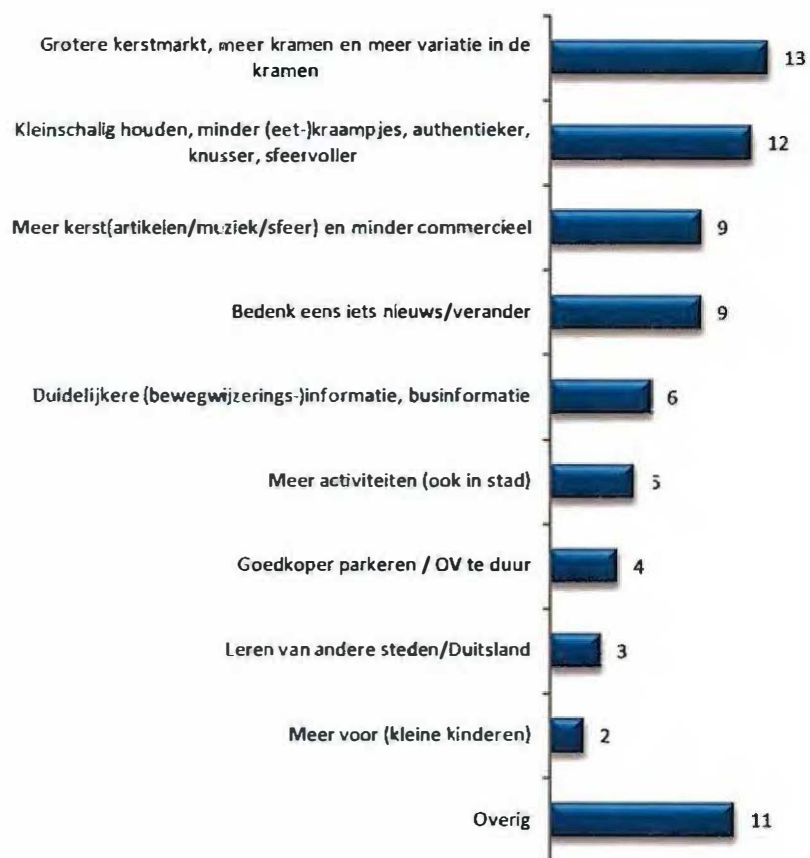
Figuur 20: Verwacht volgend jaar weer Magisch Maastricht te bezoeken (%)



4.18 VERBETERSUGGESTIES

De antwoorden op de vraag wat verbeterd kan worden aan Magisch Maastricht zijn integraal opgenomen in de bijlage (6.8). Figuur 21 laat de antwoorden in hoofdcategorieën zien. Hieruit blijkt dat een grotere en meer gevarieerde kerstmarkt het vaakst als verbetersuggestie wordt genoemd.

Figuur 21: Verbetersuggesties (aantal)



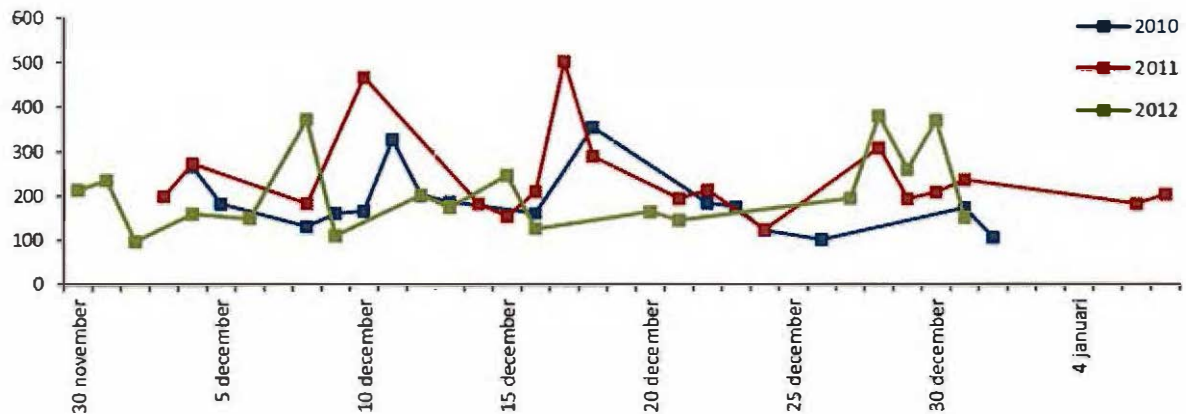
4.19 PASSANTENTELLINGEN

Tijdens Magisch Maastricht zijn passanten geteld op 18 dagen tijdens de looptijd van het evenement. Op elke dag is het aantal passanten gedurende 10 minuten geteld op de volgende 11 locaties:

- Boschstraat
- Brusselsestraat
- Kommel
- Tongersestraat
- Pieterstraat
- Pieterskade
- OLV
- GroteStaat
- Servaasbrug
- Stationstraat
- Wilhelminabrug

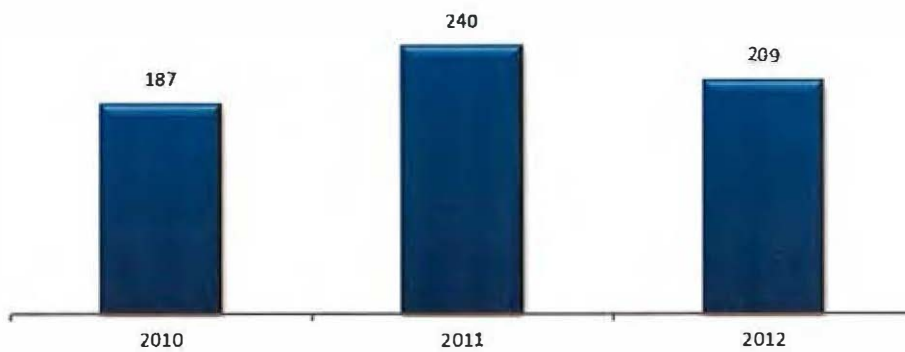
Figuur 1 toont het gemiddeld aantal passanten per 10 minuten (op basis van twee metingen per dag) gedurende de looptijd van het evenement voor de jaren 2012, 2011 en 2010.

Figuur 22: Gemiddeld aantal passanten per 10 minuten op basis van 11 locaties



Het overall gemiddelde van het aantal passanten laat zien dat Magisch Maastricht 2012 drukker was dan 2010 maar minder druk dan de editie van 2011 (Figuur 23).

Figuur 23: Overall gemiddelde aantal passanten in 2012, 2011 en 2010



5 CONCLUSIE

5.1 POSITIEF GELUID

Bezoekers zijn tevreden over de 2012 editie van Magisch Maastricht; 91% van hen is positief. Dit beeld is ook terug te vinden bij de onderdelen van Magisch Maastricht zoals de kerstkraampjes, de (kermis)attracties, de buitenterrassen en de schaatsbaan. Sinds de eerste editie van Magisch Maastricht in 2010 laat de tevredenheid een stijgende lijn zien.

5.2 MEER INWONERS MAASTRICHT

Ten opzichte van de vorige edities is het aandeel van inwoners van Maastricht onder de bezoekers opvallend gestegen. Waar in 2011 nog ongeveer een kwart (24%) van de bezoekers woonachtig was in Maastricht, is in 2012 meer dan één derde (35%) van alle bezoekers woonachtig in Maastricht.

5.3 BEKENDHEID MAGISCH MAASTRICHT

De voornaamste bron waarvan de bezoekers van Magisch Maastricht 2012 hebben gehoord over Magisch Maastricht zijn vrienden en bekenden. De oude en nieuwe media laten sinds de eerste editie een afname zien. Een mogelijke verklaring voor deze afname is dat Magisch Maastricht langzaam ingeburgerd raakt in Maastricht. Het is dan niet meer terug te herleiden waar de eerste kennismaking met het evenement heeft plaatsgevonden. Een andere verklaring is de afname van bezoekers uit overige provincies; deze bezoekers zullen vaker gebruik maken van de media om informatie in te winnen over Magisch Maastricht. Een afname van deze bezoekers zal resulteren in een afname van het gerapporteerde gebruik van de media.

5.4 CULTUURPROGRAMMA

In 2012 geven meer bezoekers dan in 2011 aan een optreder op straat gezien te hebben. Mogelijk dat de cultuurprogrammering van invloed is op deze stijging waardoor bezoekers meer kans hebben een optreden tegen te komen.

5.5 KERSTKRAAMPJES EN ATTRACTIES

63% van de bezoekers vindt dat er voldoende kerstkraampjes zijn tijdens Magisch Maastricht. Bij de attracties is dit percentage nog hoger; 82% van de bezoekers vindt dat er voldoende attracties zijn. Bij de kerstkraampjes is de variatie in artikelen wel een aandachtspunt. Slechts 6% van de bezoekers vindt dat de variatie hierin voldoende is en bij de spontane reacties op de vraag wat minder leuk is aan Magisch Maastricht wordt dit ook het vaakst genoemd.

5.6 MINDER

De bezoekers waarderen Magisch Maastricht; toch zijn er ook een aantal aandachtspunten. De gemiddelde besteding per bezoeker tijdens Magisch Maastricht vertoont een dalende trend. Behalve de huidige schuldencrisis kan dit ook veroorzaakt worden door een proportionele toename van bezoekers uit Maastricht. Maastrichtse bezoekers geven gemiddeld minder uit dan bezoekers die niet afkomstig zijn uit Maastricht.

Dat ook de bezoekers van buiten Maastricht minder te besteden hebben is terug te zien in de overnachtingen die een afname laten zien. Waar in 2011 nog gemiddeld 3 overnachtingen werden gerapporteerd door bezoekers is dit in 2012 gedaald tot 2 nachten.

5.7 SAMENGEVAT

Samengevat kan gesteld worden dat de waardering van Magisch Maastricht een stijgende lijn volgt maar dat dit niet automatisch heeft geresulteerd in een toename van bezoekers en bestedingen.

6 BIJLAGEN

6.1 VRAGENLIJST

Vraag	Antwoorden
Op welke locatie bevindt u zich nu?	<ul style="list-style-type: none">• OLV-plein• Wijck• Vrijthof
In welk land woont u?	<ul style="list-style-type: none">• Nederland• Duitsland• België• Anders, namelijk:
Wat is uw postcode?	
Uit hoeveel personen bestaat het gezelschap waarmee u op dit moment Magisch Maastricht bezoekt? (uzelf meegerekend)	<ul style="list-style-type: none">• 1• 2• 3• 4• 5 of meer
Hoeveel personen in het gezelschap waarmee u op dit moment Magisch Maastricht bezoekt is jonger dan 18 jaar? (uzelf meegerekend)	<ul style="list-style-type: none">• 0• 1• 2• 3• 4• 5 of meer
Wat is uw leeftijd?	
Wat zijn de belangrijkste redenen voor uw bezoek aan Maastricht? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none">• Magisch Maastricht (aankleding, sfeer en activiteiten tijdens de decembermaand in de Maastrichtse binnenstad)

Vraag	Antwoorden
	<ul style="list-style-type: none"> • Winkelen (Kerst/funshoppen) • Dagje uit • Stedenbezoek • Anders, namelijk:
Hoe heeft u gehoord over Magisch Maastricht? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none"> • Radio • Tv • Internet • Newspaper • Magazine • Billboard • Hotel • VVV • Vrienden / bekenden • Kan ik me niet meer herinneren • Ik heb nog nooit eerder over Magisch Maastricht gehoord • Anders, namelijk:
Kunt u aangeven hoe goed of slecht u Magisch Maastricht(aankleding, sfeer en activiteiten tijdens de decembermaand in de Maastrichtse binnenstad) als geheel vindt.	<ul style="list-style-type: none"> • Zeer slecht • Slecht • Niet goed en niet slecht • Goed • Zeer goed • Weet niet/geen mening
Kunt u aangeven hoe goed of slecht u de volgende onderdelen van Magisch Maastricht als geheel vindt.	<ul style="list-style-type: none"> • Zeer slecht • Slecht • Niet goed en niet slecht • Goed • Zeer goed
<ul style="list-style-type: none"> • Kerstkraampjes • (Kermis)Attracties • Buitenterrassen 	<ul style="list-style-type: none"> • Niet goed en niet slecht • Goed • Zeer goed

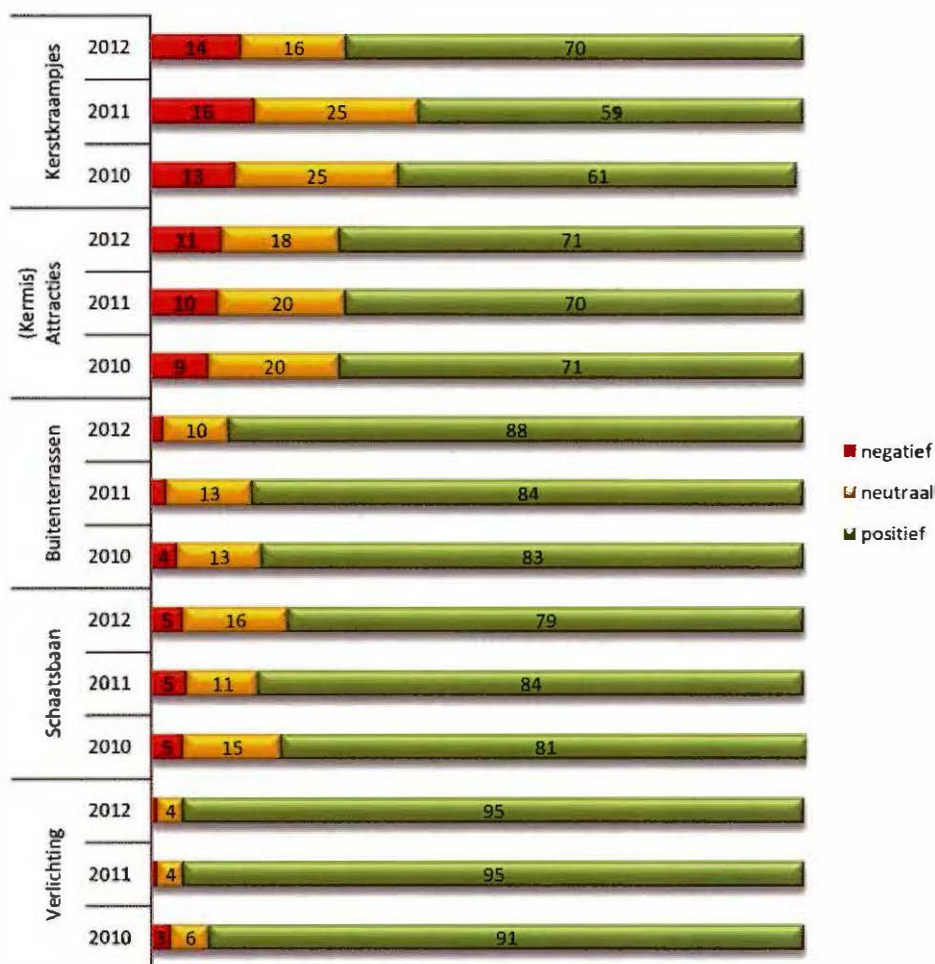
Vraag	Antwoorden
<ul style="list-style-type: none"> Schaatsbaan 	<ul style="list-style-type: none"> Weet niet/geen mening
<p>Heeft of gaat u de lichtroute volgen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ja, helemaal Ja, gedeeltelijk Nee, ik ken de lichtroute wel maar ga deze niet volgen Ik weet niet of ik de lichtroute ga volgen Nee, ik weet niet wat de lichtroute inhoud
<p>Wat vindt u van de uitstraling van de verlichting in Magisch Maastricht?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zeer slecht Slecht Niet goed en niet slecht Goed Zeer goed Weet niet/geen mening
<p>Wat vindt u van de optredens (muziek, dans, toneel) op straat tijdens Magisch Maastricht? (meerdere antwoorden mogelijk)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ik heb nog geen optredens gezien De optredens dragen bij aan de sfeer De optredens zijn aan mij niet besteed Weet niet/geen mening Anders, namelijk
<p>Wat vindt u van de kerstkraampjes? (meerdere antwoorden mogelijk)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ik heb nog geen kerstkraampjes gezien Er staan genoeg kerstkraampjes Er staan te veel kerstkraampjes Er staan te weinig kerstkraampjes Er is voldoende afwisseling in het aanbod van artikelen Weet niet/geen mening Anders, namelijk

Vraag	Antwoorden
Wat vindt u van de attracties? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none"> Ik heb nog geen attracties gezien Er zijn genoeg attracties Er zijn te veel attracties Er zijn te weinig attracties Er is voldoende afwisseling in het aanbod van attracties Attracties horen niet bij Magisch Maastricht Attracties horen wel bij Magisch Maastricht Weet niet/geen mening
Kunt u aangeven welke omschrijving volgens u het meest past bij Magisch Maastricht? LET OP: noem altijd de tweemaal omschrijvingen en vraag welke omschrijving het meest van toepassing is dus in het eerste geval: gezellig én kil noemen.	<ul style="list-style-type: none"> Gezellig vs Kil Sfeervol vs Kleurloos Magisch vs Alledaags Verrassend vs Teleurstellend Authentiek vs Onecht
Bent u bekend met de locaties in de binnenstad?	<ul style="list-style-type: none"> Ja Nee → sla de volgende vraag over
Heeft of gaat u de volgende locaties bezoeken? <ul style="list-style-type: none"> OLV-plein Markt Vrijthof Wijck 	<ul style="list-style-type: none"> Ja, heb of ga ik bezoeken Nee, ga ik niet bezoeken Weet niet/geen mening
Hoeveel uur denkt u dat uw bezoek aan Magisch Maastricht vandaag in totaal in beslag zal nemen? (tijd inclusief van en naar vervoersmiddel lopen) Afronden op half uur.	
Hoeveel euro besteedt u of verwacht u te besteden in de binnenstad tijdens dit bezoek aan Maastricht? Alleen heel getal invullen zonder eurotekens.	

Vraag	Antwoorden
Heeft u dit jaar al eerder een winterevenement bezocht buiten Magisch Maastricht? Zo ja, waar?	<ul style="list-style-type: none"> • Nee • Ja, namelijk in:
Hoe bent u naar Magisch Maastricht gekomen?	<ul style="list-style-type: none"> • Lopend • Met de fiets/brommer • Openbaar vervoer • Auto • Georganiseerde (bus)reis • Anders, namelijk:
Welk rapportcijfer geeft u voor de bereikbaarheid van Magisch Maastricht?	
Blijft u overnachten in een hotel/pension/logies?	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, in Maastricht • Ja, buiten Maastricht • Nee • Weet niet/geen mening
Hoeveel nachten blijft u overnachten?	
Kunt u aangeven wat u als bezoeker leuk vindt/waardeert aan Magisch Maastricht?	
Kunt u aangeven wat u als bezoeker minder leuk vindt of niet waardeert aan Magisch Maastricht?	
Heeft u suggesties voor verbetering van Magisch Maastricht?	
Verwacht u volgend jaar weer Magisch Maastricht te bezoeken?	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nee • Weet niet/geen mening

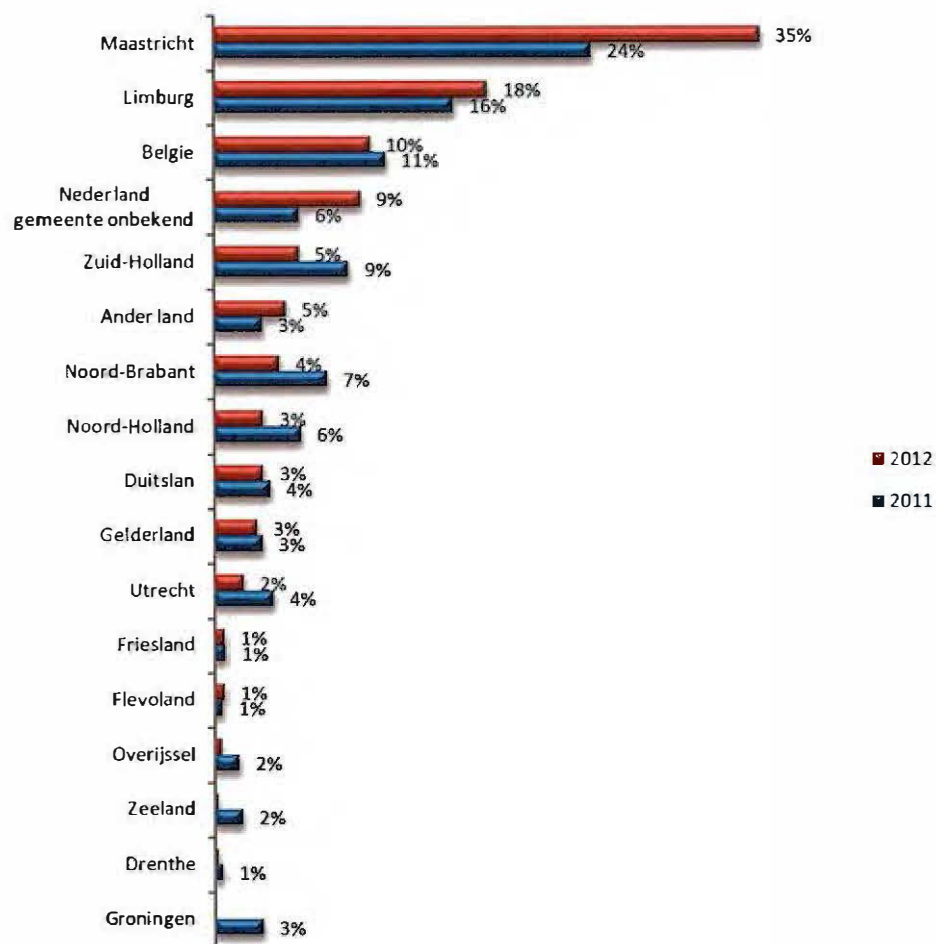
6.2 ERVARING BEZOEKERS MET ONDERDELEN MAGISCH MAASTRICHT

Figuur 24: Ervaring bezoekers met onderdelen van Magisch Maastricht in 2012, 2011 en 2010 (%)



6.3 HERKOMST BEZOEKERS

Figuur 25: Herkomst bezoeker in 2012 en 2011 (%)



Tabel 1: Verschil in herkomstpercentage tussen 2012 en 2011

Herkomst	Verschil
Maastricht	11%
Nederland gemeente onbekend	4%
Limburg	2%
Ander land	2%
Flevoland	0%
Friesland	0%
Drenthe	0%
Gelderland	0%
Duitsland	0%
België	-1%
Overijssel	-1%
Zeeland	-2%
Utrecht	-2%
Noord- Holland	-2%
Noord- Brabant	-3%
Groningen	-3%
Zuid-Holland	-3%

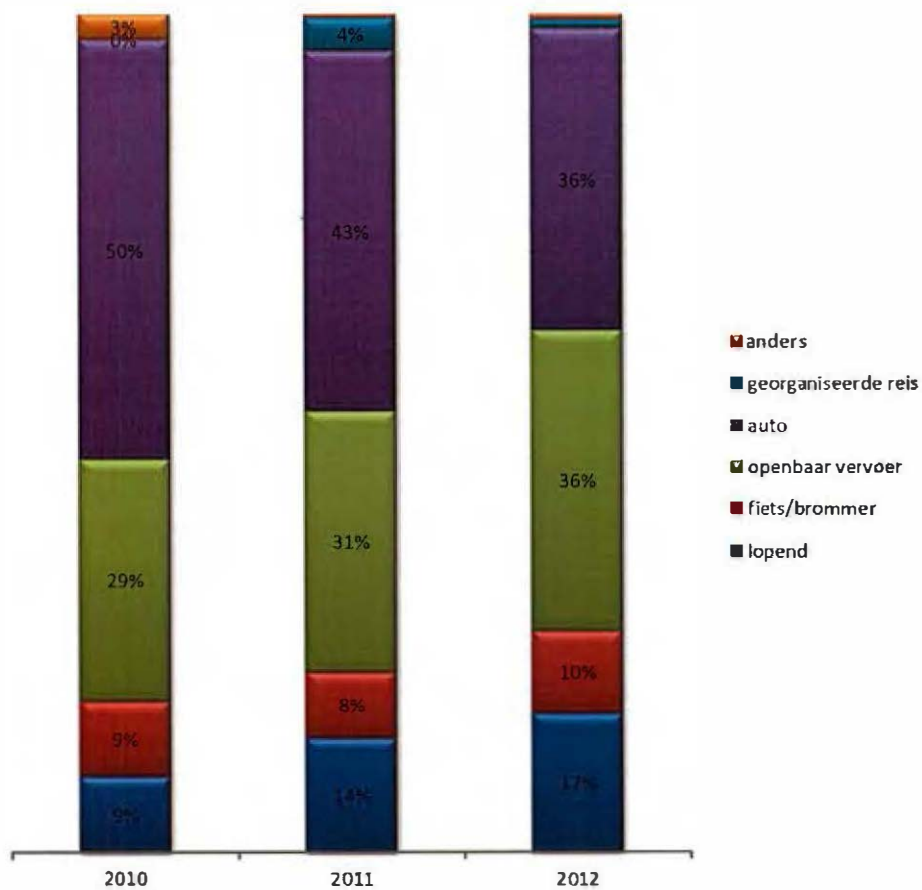
6.4 CATEGORIE ANDERS BIJ REDEN BEZOEK

Tabel 2: Reden bezoek geroemd bij categorie anders

Omschrijving	Aantal
Bewoner	13
Bezoek familie/vrienden	10
Eten/drinken	3
Film/museum	3
Gezelligheid	5
Ontspanning	2
Overig	23
Vakantie	10
Werk	9
Totaal	78

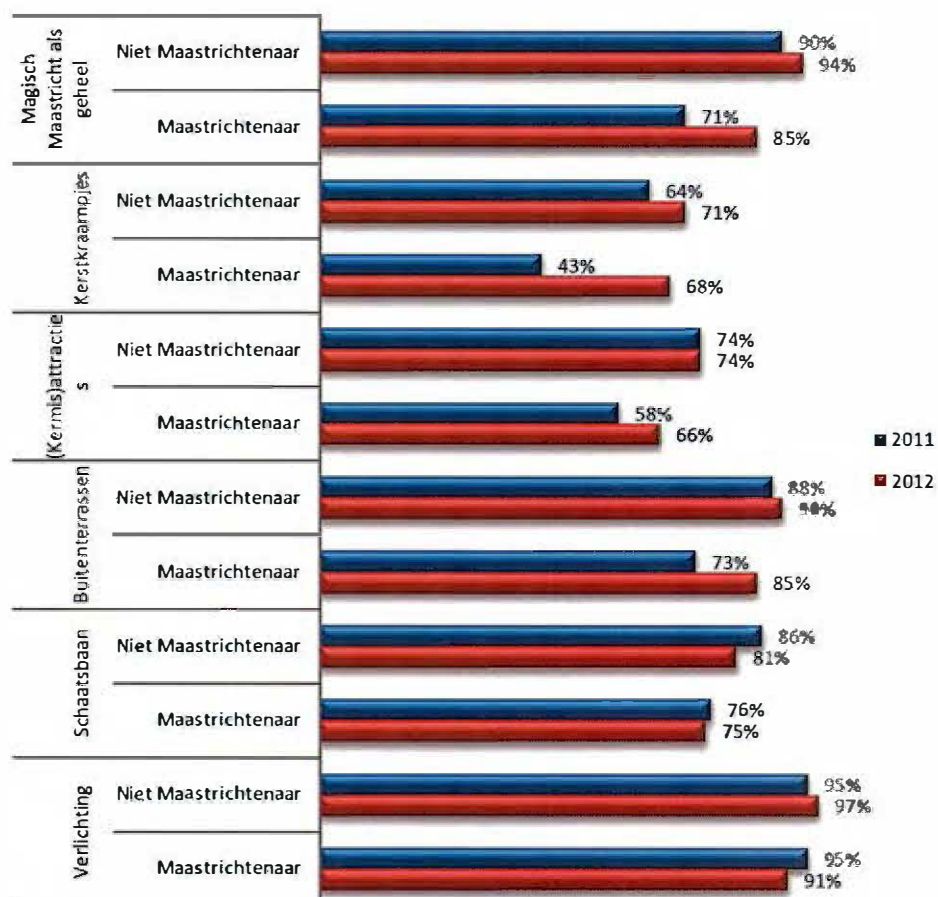
6.5 VERVOERMIDDEL

Figuur 26: Vervoermiddel om naar Maastricht te komen in 2010, 2011 en 2012 (%)



6.6 WOONACHTIG IN MAASTRICHT OF NIET

Figuur 27: Waardering van een onderdeel als goed tot zeer goed - verschil tussen bezoekers woonachtig in Maastricht en woonachtig elders (%)



6.7 LEUK EN NIET LEUK AAN MAGISCH MAASTRICHT

Tabel 3: Antwoorden wat bezoekers leuk vinden aan Magisch Maastricht

Reactie	Aantal
Aankleding nostalgie	1
Aantrekkelijk, evenementen	1
Activiteiten	1
Activiteiten voor kinds	1
Alles	1
Alles, druk	1
Alles, spontaniteit	1
Atmosphere, lightning, friendly people, Nice shops	1
Attractions	1
Bourgondisch	3
Bourgondisch Kerstsfeer	1
Bourgondische, winkelaanbod, terrassen	1
Concerentie	1
Cozy and winter	1
Dat er toch nog een beetje een kerstsfeer in Maastricht hangt	1
De ambiance van de kerstsfeer	1
De gezellige sfeer	1
De gezelligheid , sfeer, hoe aardig de mensen zijn	1
De gezelligheid en kerst sfeer	1
De kerstgezelligheid en sfeer	1
De kerstster zit er goed in, is heel gezellig	1
De schaatsbaan	1
De sfeer	1
De verlichting	1
De warme sfeer	1
Erg gezellig en sfeervol	1
Erg leuk	1
Gemoedelijk	1

Reactie	Aantal
Geweldige sfeer	1
Geweldige stad	1
Gezellig	14
Gezellig Bourgondisch mestreechs thuis	1
Gezellig druk en goed verwarmde terrassen	1
Gezellig mool	2
Gezellig sfeer	1
Gezellig Sfeer	1
Gezellig sfeer mooi gemaakt	1
Gezellig, mooi verlicht, sfeervol	1
Gezellig, sfeer, verlichting	1
Gezelligheid	23
Gezelligheid amusement	1
Gezelligheid en uitstraling	1
Gezelligheid sfeer lichtjes muziek	1
Gezelligheid, variatie	1
Gezelligheid, winkels	1
Goede sfeer	2
Goele sfeer	1
Good city, lost of choice and mant Brands	1
Het hoort erbij	1
Het is altijd helemaal in de kerstsfeer	1
Het is altijd sfeervol en gezellig	1
Het is eens iets anders dan de normale markt	1
Het is gezellig	1
Het is leuk voor jongeren	1
Het is simpelweg magisch en sfeervol.	1
Het ziet er gezellig uit Reuzenstad/ijsbaan zijn leuk	1
I like THE ambiance, The atmosphere.	1
I like THE decorations and The Christmas feeling you get here	1
Idee slatting lichts	1
Ijsbaan	1

Reactie	Aantal
Ik denk de verlichting, maar nog niet donker genoeg	1
Internationale karakter	1
Intriguing! Invites us to explore the shops and sur-ounds.	1
Is gezellig voor de kinderen en de activiteiten zijn leuk	1
It's Cosy	1
It's cosy and enjoyable	1
It's Cosy!t and the people are Nice and friendly	1
Joyful	1
Kerstsfeer	1
Kerst verlichting	1
Kerstgevoel	1
Kerstmarkt	1
Kerstsfeer	2
Kerstverlichting	1
Kleur en sfeer	1
Lampjes	2
Leuk voor de kinderen	1
Leuk voor jeugd	1
Lichter	1
Lichting	1
Lichtjes	3
Lichtjes en eettentjes	1
Lichtjes en kerstsfeer	1
Lichtjes sfeer	1
Magasins	1
Magisch	1
Meer kerstspul in de kraampjes,de lichtjes	1
Mooi	3
Mooi verlicht	3
Mooi verlicht gezellig kerst sfeer	1
Mooi verlicht gezelligheid	1
Mooi versierd	1

Reactie	Aantal
Mooi, vriendelijke mensen	1
Mooie aankleding	1
Mooie stad	1
Niet te groot	1
nostalgie ouderwetse krtidsfeer	1
Oudheid, sfeer	1
Overzichtelijkheid	1
Proberen modern en authentiek te combineren	1
Restaurants, winkels	1
Schaatsbaan	2
Schaatsbaan en verlichting	1
Schaatsen	1
Schoonheid sfeer	1
Sfeer	49
Sfeer aardige mensen	1
Sfeer ambiance gezellig	1
Sfeer en gezelligheid	2
Sfeer gezelligheid lichtjes activiteiten	1
Sfeer lampjes	2
Sfeer lichtjes gezelligheid	1
Sfeer lichtjes kerstdecoratie	1
Sfeer uitstraling mooie verlichting hele stad doet mee een geheel	1
Sfeer verlichting	2
Sfeer, versiering! Publiek	1
Sfeer, winkels	1
Sfeer,gezelligheid,netheid	1
Sfeerv gezelligheid	1
Sfeervol	3
Sfeervol activiteiten	1
Sfeervol en bekendheid van de stad	1
Sfeervol en eraan blijven doen	1
Sfeervol en gezellig	1

Reactie	Aantal
Sfeervol guirlandes mooi lichtmis mooi	1
Sfeervol, leuke lempskes.	1
Stad is mooi	1
Super versierd	1
The atmosphere is Nice	1
The Christmas joy and atmosphere	1
The people are very kind, joyful and friendster	1
Totaalplaatje	1
Veel moeite voor gedaan winkels ook mooi	1
Verlichting	2
Verlichting en reuzenstad	1
Verlichting en sfeer	1
Verlichting en sfeer in de stad	1
Verlichting OLV is mooi	1
Verlichting op ohv plein	1
Versiering compact schoon	1
Vriendelijkere mensen	1
Vriendelijkheid, gezelligheid,	1
Vrijthof, winterlandschap	1
Winterse sfeer	1
Wordt elk jaar beter	1
Zeer Bourgondisch	1

Tabel 4: Antwoorden wat bezoekers niet leuk vinden/waarderen aan Magisch Maastricht

Reactie	Aantal
Al die kraampjes. Grote terrassen op het vrijthof staan er nog	1
Al het eten	1
Alles buiten	1
Altijd hetzelfde	4
Altijd hetzelfde niets nieuws	1
Amper kerst artikelen	1
Arrogantie van sommige kraamhouders	1

Reactie	Aantal
Autoverkeer door straat	1
Bedenkt iets nieuws of iets wat echt magisch is, dit kun je niet magisch noemen	1
Bereikbaarheid	1
Bereikbaarheid verkeersregelaars	1
Dat de ijsbaan niet goed onderhouden wordt	1
Dat het erg weinig is, als je een kwartiertje over de kerstmarkt hebt gelopen, heb je alles gezien	1
De drukte maar doe je niets aan	1
De hollander	1
De kerstmarkt valt tegen teleurstellend	1
De kou, eerst was veel binnen	1
De kraampjes verkopen bijna allemaal hetzelfde	1
De meeste pleinen zijn wat kaal	1
De weinig variatie	1
Diefstal	1
Diversiteit	1
Druk	2
Drukke	23
Drukke, vooral weekend	1
Duitsland heeft ze veel groter en meer richting kerstmis qua verkoop kerstaccessoires	1
Duur	2
Duur parkeren	1
Elk jaar hetzelfde	1
Er wordt te veel snoep en prul verkocht op vrijthof	1
Er wordt weinig gevarieerd, als je vanuit Maastricht komt heb je al veel gezien en dan is het niet meer apart	1
Erg klein en weinig bijzonders	1
Expensive	1
Geen handwerk of ouderwetse kerstspullen te koop	1
Geen leuke kraampjes op vrijthof	1
Heel veel mutsen te koop	1
Het huisje van kerstman moet terug, spiegelhuis met muziek (live)	1
Het is enkel een keer per jaar kerst.	1
Het is niet echt speciaal of anders	1
Het koude weer	1
Het verandert elk jaar amper	1

Reactie	Aantal
Het veranderd ieder jaar weinig	1
Hetzelfde	3
Hondenpoep	1
Iets te commercieel. Teveel boetelanders.	1
In America it's all a lot bigger	1
In wijk de ledstrips zijn leuk	1
It could be better, more Christmas markets and less normal things	1
It could be bigger	1
Kermis	1
Kerstkraampjes andere verkoopartikelen	1
Kerstmarkt is niet verrassend/tegewoontjes	1
Kerstmarkt wordt kapot gemaakt door aanbod en route	1
Kerstmarkt, te weinig voor een lange reis niet zinvol om zo ver te reizen	1
Kinderkopjes	1
Kitsch	1
Kitsch op de kraampjes	1
Klein	1
Klinkers	1
Kosten parkeren	1
Kou	7
Kraampjes	1
Kraampjes moet meer met kerst te maken hebben	1
Kraampjes stellen niets voor	1
Kraampjes zijn niet verrassend	1
Lijkt meer een mutsenmarkt	1
Meer kerstartikelen	1
Meer kerstartikelen verwacht	1
Meer kerstartikelen voor in de boom en cadeautjes	1
Mutsenmarkt	1
Niet af	1
Niks overdekt	1
No show	1
Nog geen kerstspullen gevonden	1
Not enough Christmas shops	1
Over THE top	1

Reactie	Aantal
Overdagheid op vrijthof grote pakken zijn lelijk	1
Parkeerprijs	1
Parkeren te duur	1
Politie	1
Prijsvo	1
Regen	1
Regen, weinig binnen	1
Schaats baan duur	1
Sfeer	2
Shops	1
Sinterklaas and Christmas not in THE Same time	1
Steeds Hetzelfde	1
Studenten die rotzooi maken	1
Superdrukte	1
Te druk	1
Te gewoon	1
Te klein	1
Te vaak hetzelfde	1
Te veel geënt op lichtjes	1
Te veel mutsen, sieraden en dat soort dingen id kraampjes	1
Te veel poespas	1
Te veel toeristen	1
Te vroeg begonnen	1
Te weinig attracties	1
Te weinig kerstmarkt en kerstmarkt tegenover bljv duitsland	1
Te weinig muziek	1
Te weinig te doen	1
Te weinig variatie	2
Teveel buitenlanders	1
Teveel drank	1
The weather	1
Too Many people	1
Treinstations	1
Vandalisme	1
Variatie	2

Reactie	Aantal
Variatie artikelen	1
Veel bezoeken te veel	1
Veel dingen van vorig jaar	1
Veel hetzelfde als vorig jaar	1
Veel mensen	1
Veel van hetzelfde	1
Verkoop	1
Vind het minder spectaculair als dat het zou moeten zijn	1
Vrijthof is vreselijk	1
We have a lot of Christmas markets in Engeland and i guess they're bigger. It should be bigger and more like in Hermans	1
Weer	2
Weinig aanbod kerstartikelen	1
Weinig attracties	1
Weinig echte kerst artikelen	1
Weinig kerstartikelen	1
Weinig kerstkraampjes	1
Weinig kerstkraampjes, sfeer kon beter	1
Weinig kerstspullen	1
Weinig kerstwinkels	1
Weinig kraampjes	1
Weinig muziek	1
Weinig parkeerplaatsen in het centrum	1
Weinig variatie	5
Weinig variatie in kerstkraampjes	1
Weinig verandering	1
Weinig verandering elk jaar	1
Weinig verschil	1
Weinig verschil in de kerstkraampjes	1
Weinig verschillend	1
Winter wonderland was groter en beter	1
You Cannot buyten Any Christmas decorations	1

6.8 VERBETERSUGGESTIES

Tabel 5: Verbetersuggesties van bezoekers

Reactie	Aantal
Aangeven waar het ligt	1
Alleen ijsbaan	1
Alle zondagen open geen goed idee	1
Auto's	1
Bedenk eens iets nieuws	1
Enorme plus de bling bling	1
Extra bussen, informatie op het station	1
Goedkoper parkeren	1
Goedkopere parking	1
Groei niet noodzakelijk	1
Groter	1
Grotere schaatsbaan en meer variatie kraampje	1
Iets anders bedenken	1
Iets anders, nieuws, niet elk jaar ongeveer hetzelfde	1
Iets nieuws	1
In folder is informatie onduidelijk	1
Just make it more Christmas and less "commercieel"	1
Kan op sommige plaatsen meer kraampjes	1
Kerstboom, Sinterklaas niet vergeten!	1
Kerstmuziek, variatie kerstartikelen	1
Kleiner houden	1
Kraampjes meer op elkaar knusser	1
Kraampjes op markt daar is te kaal	1
Leren van andere steden	1
Mag authentieker	1
Meer activiteiten	1
Meer assortiment	1
Meer authentieke kerstkraampjes	1

Reactie	Aantal
Meer bezigheden	1
Meer bij elkaar	1
Meer binnen	1
Meer Duits kopieerden kerstartikelen gulheid warme chocomelk appelbollen kerststallen	1
Meer info op straat	1
Meer kerstartikelen	3
Meer kerstdingen	1
Meer kerstkraampjes! Meer afwisseling in plaats van hetzelfde	1
Meer kraampjes en meer attracties	1
Meer kraampjes en meer variatie inde kraampjes	1
Meer traditionele kraampjes	1
Meer variatie	1
Meer variatie, meer attracties	1
Meer variëren	2
Meer verwarmde terrassen	1
Meer voor kleinere kinderen, sfeervoller	1
Meer zoals aachen	1
Minder goedkope vreetkramen	1
Mis het spiegelpaleis, sfeer kan beter, uitstraling kan beter, beetje kaal	1
More Christmas markets	1
More christmas shops	1
More Christmas stalls	1
Niet druk Kesselskade	1
Niet te commercieel worden	1
Nog duidelijkere route beschrijving voor mensen die niet bekend zijn. Verkeer regelaars vreselijk!	1
Openbaar vervoer te duur	1
Parkeerbeleid	1
Pendelbusje tussen station en vrijthof	1
Politie meer	1
Publiekstrekker	1
Sfeer en muziek kan beter	1
Sfeer kan beter	1
Sprookjesachtiger	1

Reactie	Aantal
Variatie	1
Variatie en aan kinderen denken	1
Verandering	3
Vertelwandering mogen meer	1
VVV parkeergarages en winkels die boekjes uitdelen over magisch maastricht. Voor mensen die uit een andere stad komen	1
Wat meer activiteiten op straat.	1
Wees creatief en bedenk iets nieuws	1
Zonnetje	1

BEZOEKERSONDERZOEK
MAGISCH MAASTRICHT 2013

Rapportage	Gemeente Maastricht - Onderzoek & Statistiek Paul Hinssen Mosae Forum 10 Postbus 1992 6201 BZ Maastricht Telefoon : 043 - 3504800 E-mail : paul.hinssen@maastricht.nl
Opdrachtgever:	Gemeente Maastricht Wim-Jan Doelman (projectleider Magisch Maastricht)
Druk:	DPC, gemeente Maastricht
Datum:	Januari 2014

1 INHOUD

2	Inleiding.....	9
2.1	Achtergrond.....	9
2.2	Onderzoeksvragen	9
3	Onderzoeksopzet	11
3.1	Opzet conform evaluatie 2012	11
3.2	Onderzoeksopzet.....	11
3.2.1	Enquete bezoekers	11
3.2.2	Bezoekersaantal	12
4	Resultaten	14
4.1	Respons	14
4.2	waardering door bezoekers.....	15
4.3	Herkomst bezoekers.....	17
4.4	Leeftijd bezoekers.....	18
4.5	Gezelschap	18
4.6	Reden bezoek Maastricht	19
4.7	Bekendheid Magisch Maastricht	21
4.8	Duur bezoek.....	22

4.9	Vervoersmiddel	23
4.10	Cultuurprogramma	24
4.11	Kerstkraampjes, attracties en lichteroute	24
4.12	Woonachtig in Maastricht of niet.....	25
4.13	Bestedingen	26
4.14	Overnachtingen	27
4.15	Leuk en minder leuk aan Magisch Maastricht.....	28
4.16	Omschrijving Magisch Maastricht	30
4.17	Bezoek Magisch Maastricht 2014.....	34
4.18	Verbetersuggesties	35
5	Conclusie	37
5.1	Positief geluid	37
5.2	Meer bezoekers van buiten maastricht.....	37
5.3	Verschuivend Bezoekmotief	37
5.4	Bekendheid Magisch Maastricht	37
5.5	Cultuurprogramma	38
5.6	Kerstkraampjes en attracties.....	38
5.7	Te druk ?	38

5.8	Samengevat	38
6	Bijlagen	39
6.1	Waardering van onderdelen van MAGISCH Maastricht	39
6.2	Herkomst bezoekers	40
6.3	Categorie anders bij reden bezoek	43
6.4	Vervoermiddel	44
6.5	Woonachtig in Maastricht of niet	45
6.6	Leuk en niet leuk aan Magisch Maastricht	46
6.7	Verbetersuggesties	58
6.8	Vragenlijst	63

2 INLEIDING

2.1 ACHTERGROND

In 2010 heeft voor de eerste maal het centrumbrede winterevenement Magisch Maastricht, als opvolger van Winterland, plaatsgevonden. Tijdens het evenement heeft Onderzoek en Statistiek (O&S) een uitgebreide evaluatie uitgevoerd onder bezoekers, bewoners, bedrijven en organisatie. De evaluatie is verwerkt in een rapport over de beleving van en de ervaring met Magisch Maastricht. In 2011 en 2012 heeft eveneens een evaluatie plaatsgevonden onder de bezoekers van het winterevenement.

Als vervolg op de vorige evaluaties heeft de organisatie van Magisch Maastricht O&S benaderd om de evaluatie van de editie 2013 van Magisch Maastricht uit te voeren conform de evaluatie van 2012.

2.2 ONDERZOEKSVRAGEN

Magisch Maastricht 2013 zal zich evenals de vorige edities op verschillende locaties van de Maastrichtse binnenstad afspelen. De evaluatie richt zich op de beantwoording van de volgende onderzoeksvragen:

- Welke verwachtingen, ervaringen en wensen hebben de bezoekers van Maastricht ten aanzien van Magisch Maastricht als geheel en ten aanzien van specifieke onderdelen?
- Hoe verhouden de bezoekersaantallen zich tot de vorige editie van Magisch Maastricht?
- Vergelijking met de uitkomsten van 2013 met die van voorgaande jaren.

3 ONDERZOEKSOPZET

3.1 OPZET CONFORM EVALUATIE 2012

De evaluatie van Magisch Maastricht 2010 is dusdanig opgezet dat volgende versies van het evenement op een gelijksoortige manier geëvalueerd kunnen worden. Voor de evaluatie van deze editie zal daarom gebruik worden gemaakt van de opzet die in 2010 is bepaald. Waar tijdens de editie van 2010 ook een evaluatie onder bewoners, ondernemers en organisatie heeft plaatsgevonden, is dit voor de edities 2011, 2012 en 2013 niet het geval geweest.

3.2 ONDERZOEKSOPZET

Om de onderzoeksvragen zoals die zijn beschreven in paragraaf 2.2 te beantwoorden, is de volgende onderzoeksopzet gevolgd:

- Enquête bezoekers op straat via digitale vragenlijst
- In plaats van de passantentellingen die de afgelopen jaren zijn uitgevoerd is dit jaar gebruik gemaakt van viewdat informatie (Goudappel/Mezuro). Deze toepassing maakt gebruik van Vodafone gegevens over de aantallen mobiele telefoons die in Maastricht geregistreerd worden. Deze gegevens worden medio februari bekend gemaakt.

3.2.1 ENQUETE BEZOEKERS

Om een betrouwbare uitspraak te doen over de verwachtingen, ervaringen en wensen van de bezoekers van Magisch Maastricht 2013, is aan 364 bezoekers een digitale vragenlijst (zie bijlage 6.8) in te vullen. De interviews zijn verspreid over de looptijd van het evenement afgenomen. Evenals vorig jaar krijgen de deelnemers aan de enquête een versnapering aangeboden tijdens het invullen.

De enquêtes zijn afgenomen met tabletcomputers met internetverbinding. De tabletcomputers zijn voorzien van een link naar een online vragenlijst. De ingevulde enquêtes zijn direct beschikbaar voor verwerking. Door het online afnemen van de vragenlijst is ook dagelijks het aantal respondenten bekend.

Uitgangspunt van de vragenlijst is de vragenlijst van de editie 2011. In de vragenlijst zijn de volgende onderwerpen opgenomen:

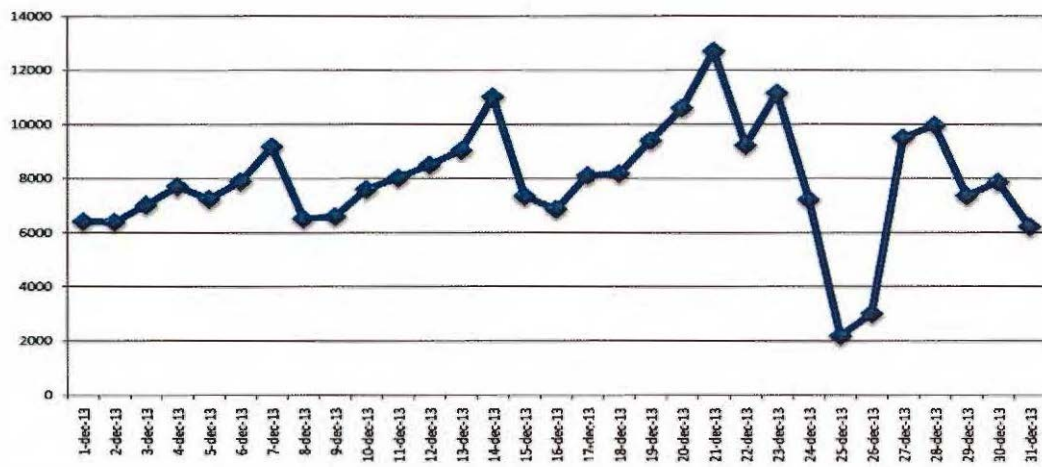
- Achtergrondkenmerken bezoekers
- Soort bezoeker
- Bezoekkarakteristieken
- Verwachtingen
- Ervaringen
- Wensen
- Marketing
- Uitgaven
- Verkeer
- Rapportcijfer

3.2.2 BEZOEKERSAANTAL

In voorgaande jaren is een schatting van het aantal bezoekers aan Magisch Maastricht gemaakt op basis van passantentellingen die op een aantal locaties in het centrum van de stad werden uitgevoerd. In de aanloop naar de editie 2013 van Magisch Maastricht is besloten deze (arbeidsintensieve en dus kostbare) telmethode te vervangen door Vodafone gegevens. De opzet was om de bezoekersstroom in 2013 te bepalen met behulp van deze gegevens, die geanalyseerd worden door Goudappel Coffeng / Mezero.

Deze opzet is vooralsnog niet geslaagd. De stabiliteit van deze nieuwe meetmethode is nog te weinig ontwikkeld om meetgegevens van 2012 te kunnen vergelijken met 2013. Wel kan met de verzamelde gegevens een indicatie worden gegeven van het verloop van de bezoekersstroom in de maand december (figuur 1).

Figuur 1: Gemiddeld aantal Vodafonebellers per uur in december tussen 9.00 en 18.00 uur

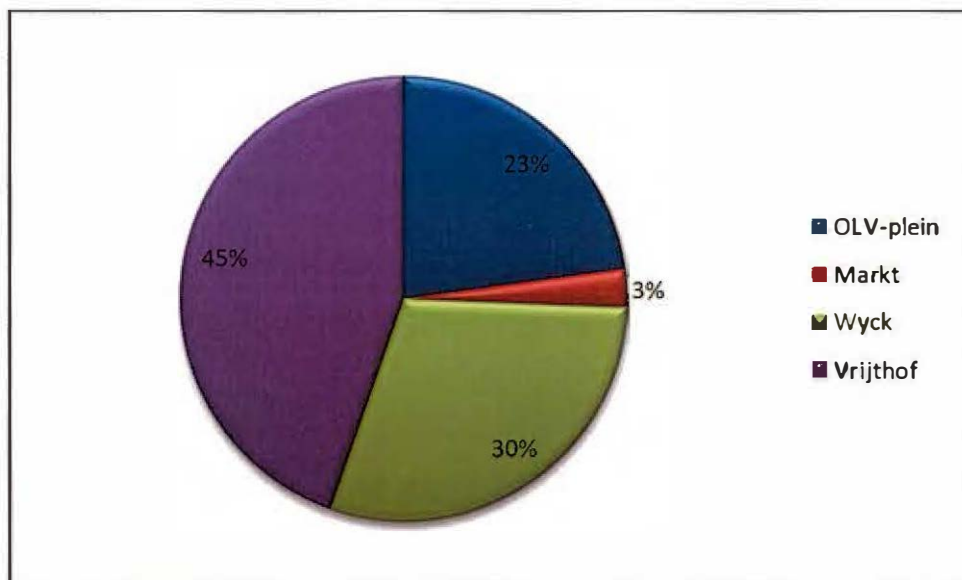


4 RESULTATEN

4.1 RESPONS

Tijdens Magisch Maastricht 2013 zijn 364 enquêtes uitgevoerd (Figuur 2). Dit is voldoende om met een statistische betrouwbaarheid van 94% uitspraken te kunnen doen over alle bezoekers aan Magisch Maastricht 2013.

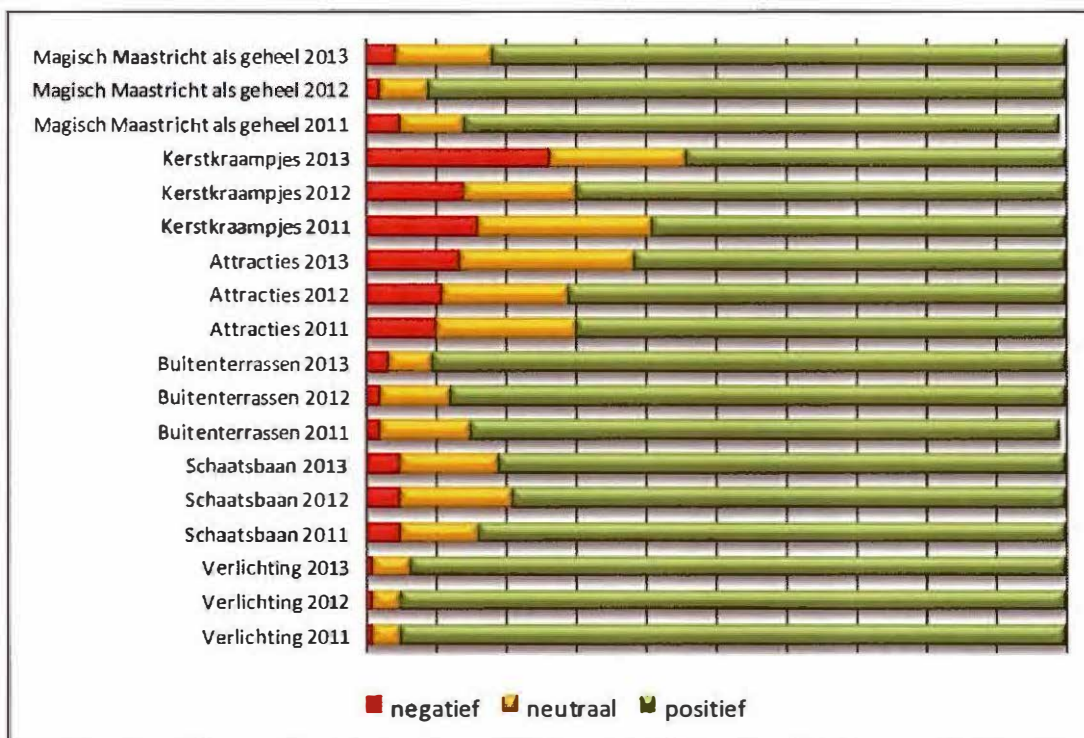
Figuur 2: Aantal afgenomen enquêtes per locatie



4.2 WAARDERING DOOR BEZOEKERS

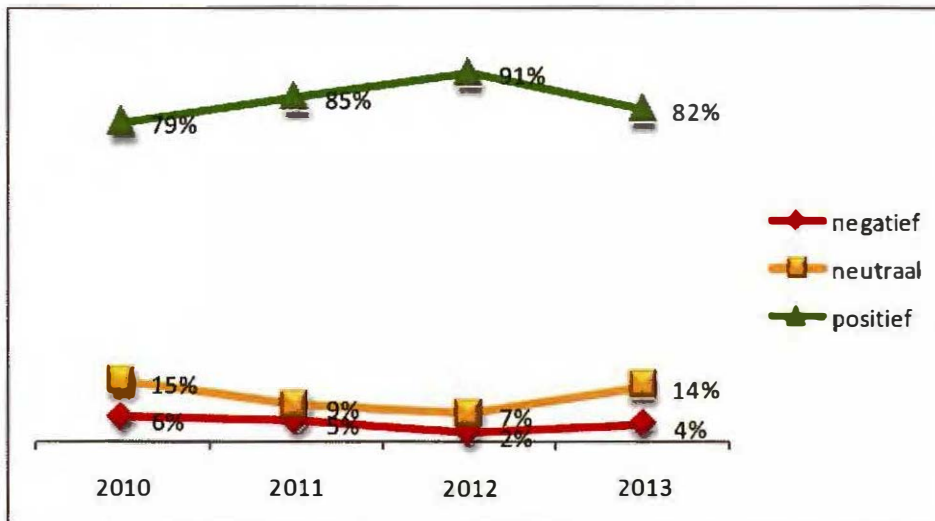
Figuur 3 laat zien dat 82 procent van de bezoekers positief is over Magisch Maastricht als geheel. Over de kerstkraampjes is het percentage bezoekers met een positief oordeel het laagst: 54%. De verlichting wordt met 94% het meest positief beoordeeld.

Figuur 3: Waardering bezoekers van Magisch Maastricht als geheel en op onderdelen (%) in 2011, 2012 en 2013



De vergelijking met 2010, 2011 en 2012 laat zien dat de waardering door bezoekers van Magisch Maastricht sinds de eerste editie steeds positief is (4). In de bijlage is een figuur opgenomen waarop de onderdelen worden vergeleken met de edities 2010, 2011 en 2012 van Magisch Maastricht (Bijlage 6.1). Hieruit blijkt dat de waardering in 2013 voor de kerstkraampjes en in mindere mate de (kermis)attracties licht is teruggelopen. De buitenterrassen worden in de loop der jaren steeds positiever gewaardeerd (zie figuur 23).

Figuur 4: Waardering bezoekers van Magisch Maastricht als geheel in 2013, 2012, 2011 en 2010 (%)



4.3 HERKOMST BEZOEKERS

De meeste bezoekers zijn afkomstig uit Nederland (81% van de geënquêteerde bezoekers) (Figuur 55). In bijlage 6.2 is een figuur en een tabel opgenomen om de verschuiving in herkomst van de bezoekers te illustreren. Het aandeel van bezoekers uit eigen provincie is licht gedaald van 53% naar 50%. Het aandeel van de bezoekers uit Noord-Brabant en Zuid-Holland is daarentegen verdubbeld van 9 naar 18%.

Figuur 5: Herkomst bezoekers



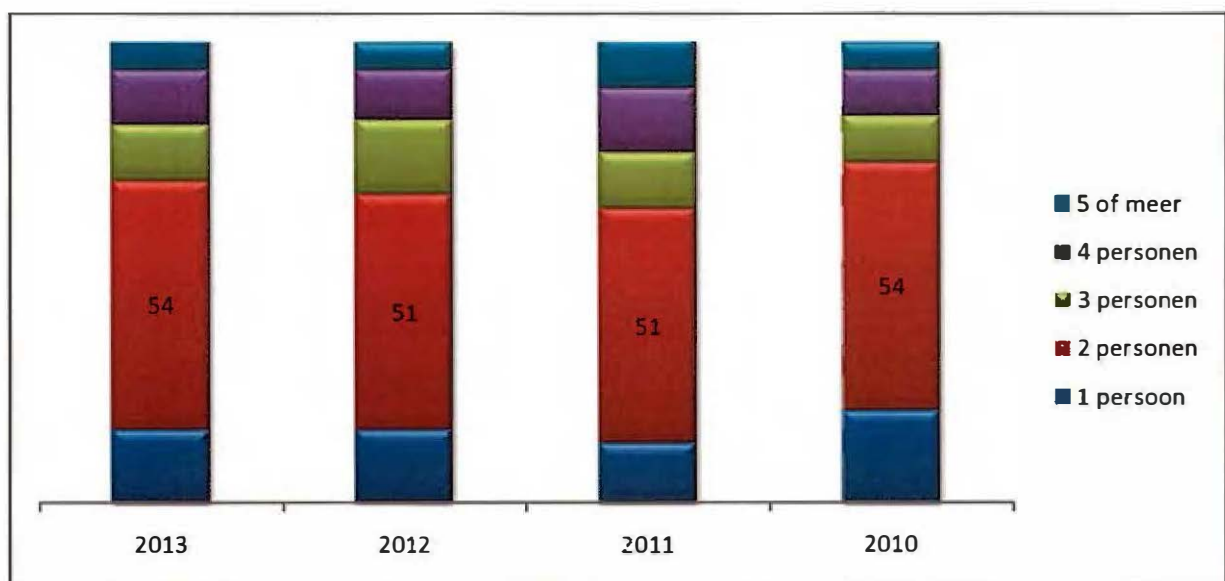
4.4 LEEFTIJD BEZOEKERS

De gemiddelde leeftijd van de geënquêteerde bezoeker van Magisch Maastricht 2013 is 45,7 jaar (2012: 41,7; 2011: 42,8; 2010: 45,7 jaar).

4.5 GEZELSCHAP

Iets meer dan de helft van de bezoekers (50,9%) komt met z'n tweeën naar Magisch Maastricht (Figuur 6). Figuur 6 laat zien dat bezoekers die met z'n tweeën naar Magisch Maastricht komen sinds de eerste editie van het evenement de meerderheid van de gezelschappen vormen.

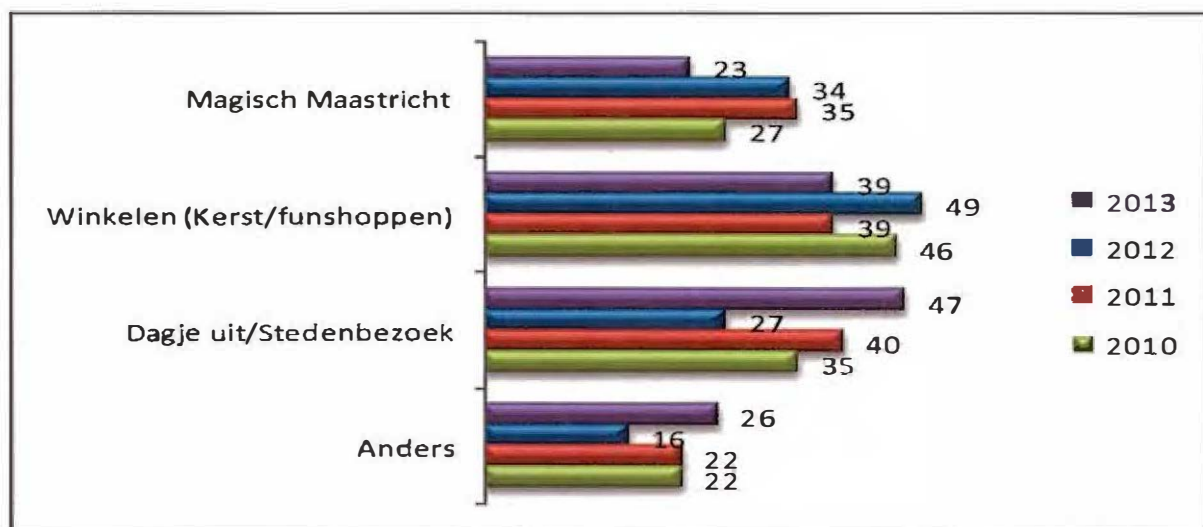
Figuur 6: Aantal personen (inclusief de bezoeker zelf) in gezelschap waarmee de bezoeker Magisch Maastricht bezoekt (%)



4.6 REDEN BEZOEK MAASTRICHT

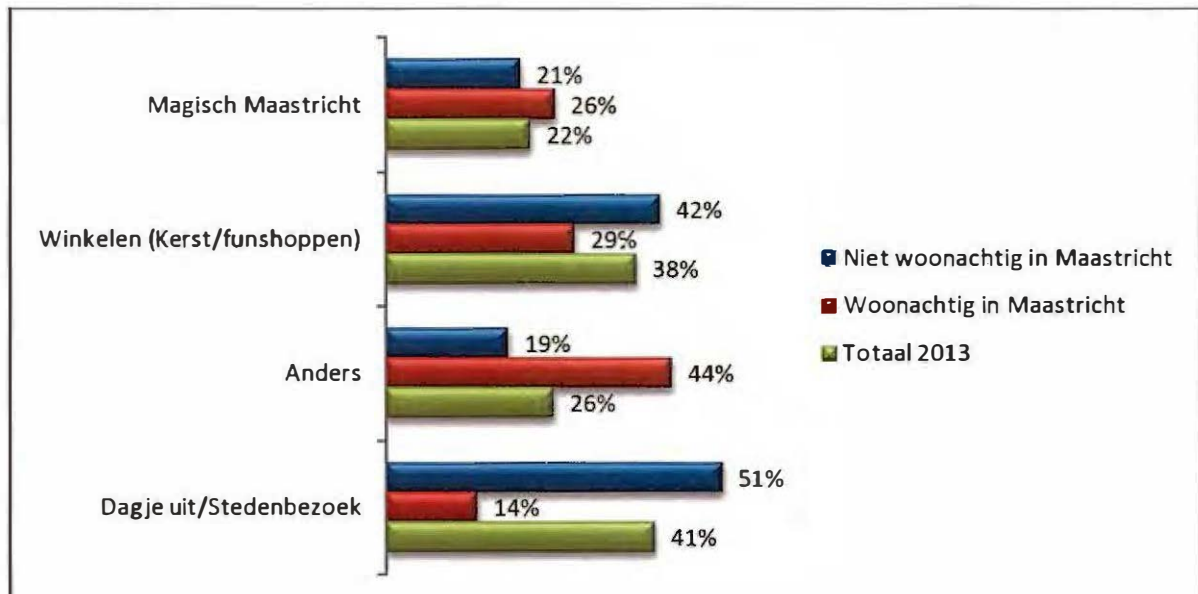
De meest genoemde reden om Maastricht te bezoeken, is in 2013 een “dagje uit of stedenbezoek” (47%). Het percentage bezoekers dat deze reden noemt, is flink gestegen ten opzichte van 2012. Daarna is “winkelen” de meest genoemde reden voor een bezoek aan Maastricht (39%). Het percentage bezoekers dat Magisch Maastricht als belangrijkste reden voor het bezoek aan Maastricht noemt, is gedaald naar 23%. In de bijlage is een overzicht opgenomen van de antwoorden bij de categorie anders (6.3).

Figuur 7: Belangrijkste redenen bezoek Maastricht in 2013, 2012, 2011 en 2010 (% - meerdere antwoorden mogelijk per bezoeker)



Figuur 8 laat zien een Dagje uit / Stedenbezoek in 2013 voor niet-inwoners van Maastricht de belangrijkste reden is voor het bezoek aan Magisch Maastricht. Voor bewoners van de stad worden het vaakst andere dan de genoemde redenen aangevoerd.

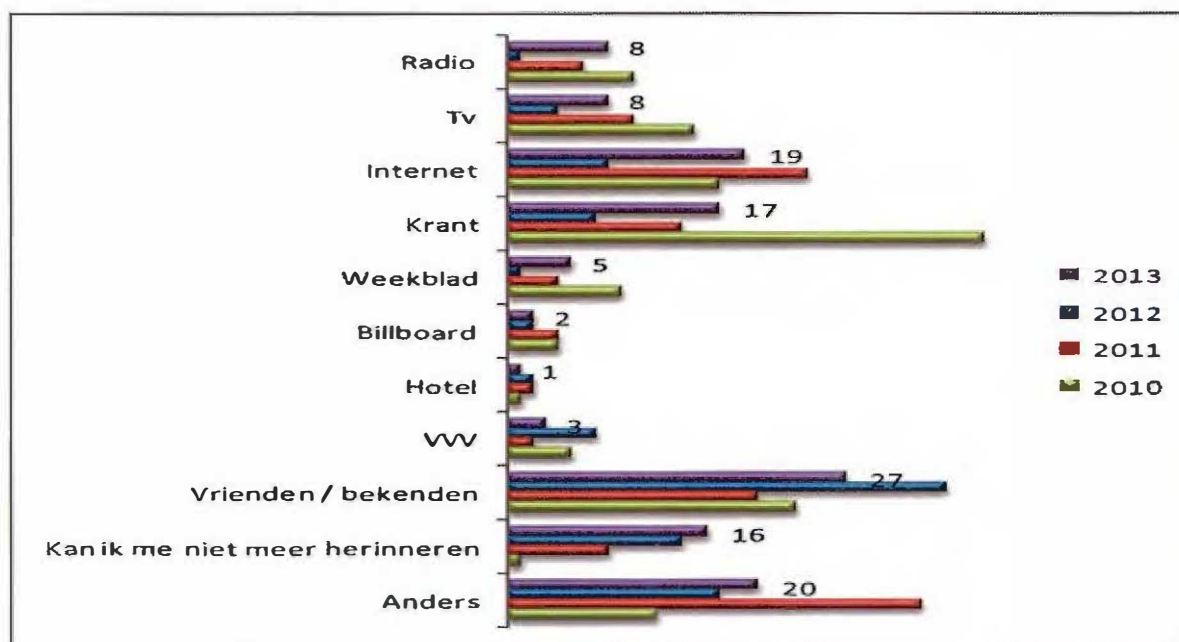
Figuur 8: Belangrijkste reden bezoek Magisch Maastricht 2013 volgens bezoekers woonachtig en niet-woonachtig in Maastricht (% - meerdere antwoorden mogelijk per bezoekers)



4.7 BEKENDHEID MAGISCH MAASTRICHT

83,5% van de bezoekers in 2013 is bekend met Magisch Maastricht. De manier waarop zij hebben gehoord van Magisch Maastricht 2013 laat enkele verschuivingen zien ten opzichte van de eerste editie (Figuur 9). Waar in 2010 de krant een belangrijke bron was van informatie over Magisch Maastricht is dit in 2013 (evenals in 2012) verschoven naar vrienden en bekenden. Radio, tv, krant en weekblad laten vanaf 2010 een dalende lijn zien. In de categorie “Anders” is vaak sprake van “Ik woon in Maastricht” of “Ik weet het van voorgaande jaren”. Het lijkt erop dat Magisch Maastricht in de belevingswereld van de bezoeker een vaste plek heeft gekregen.

Figuur 9: Manier waarop de bezoeker heeft gehoord van Magisch Maastricht¹ in 2013, 2012, 2011 en 2010 (% - meerdere antwoorden mogelijk per bezoeker)

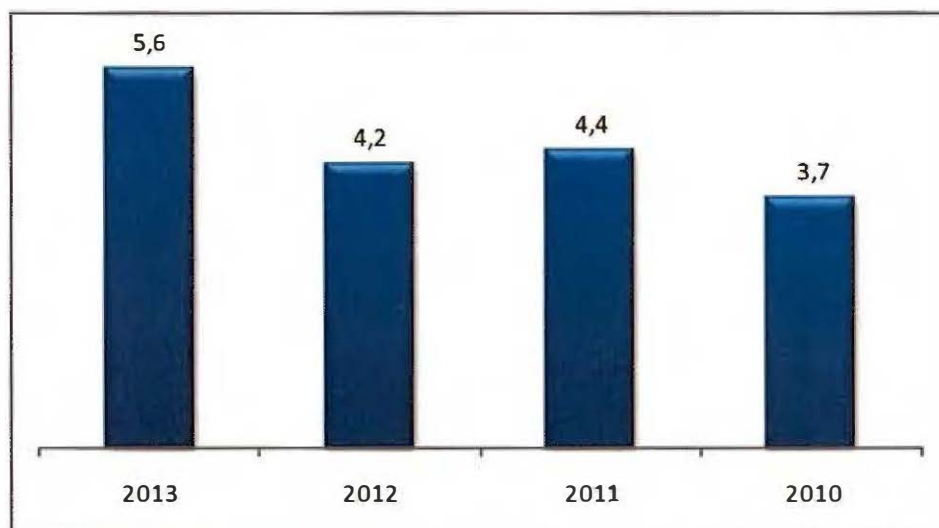


¹ Hierbij zijn alleen de bezoekers meegenomen die aangaven al eens van Magisch Maastricht gehoord te hebben.

4.8 DUUR BEZOEK

Gemiddeld duurt een bezoek aan Magisch Maastricht in 2013 5,6 uur (Figuur 10). Sinds de eerste editie is de duur van het bezoek aan dit evenement aanzienlijk gestegen. Hierbij is wel een duidelijk verschil te zien tussen inwoners van Maastricht die gemiddeld 3,3 uur Magisch Maastricht bezoeken en bezoekers die niet woonachtig zijn in Maastricht; van deze laatste groep is de gemiddelde bezoekduur 6,5 uur.

Figuur 10: Bezoekduur Magisch Maastricht (uur)

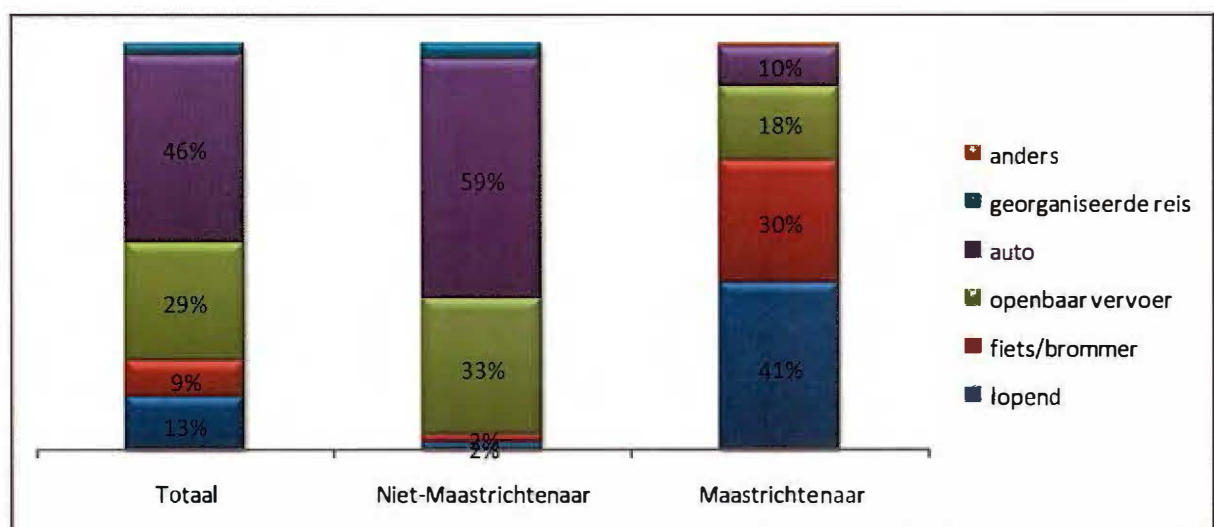


4.9 VERVOERSMIDDEL

De meerderheid van de bezoekers komt per auto (46%) of met het openbaar vervoer (29%) (Figuur 2). Bezoekers uit Maastricht komen vaker lopend naar het evenement dan bezoekers woonachtig buiten Maastricht. Door inwoners van Maastricht wordt tevens in 30% van de gevallen de fiets en/of de brommer gebruikt als vervoersmiddel.

Figuur 15 in de bijlage laat zien dat het openbaar vervoer tussen 2010 en 2012 in populariteit is toegenomen ten koste van de auto als vervoermiddel en dat in 2013 weer meer bezoekers per auto naar Maastricht zijn gereisd.

Figuur 2: Vervoermiddel om naar Maastricht te komen (%)



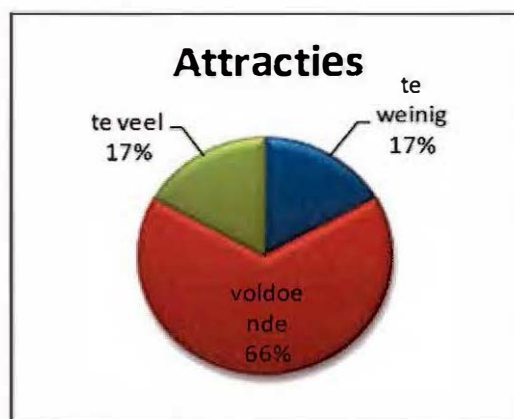
4.10 CULTUURPROGRAMMA

Van de ondervraagde bezoekers heeft in 2013 34 procent al een optreden gezien. In 2012 had 43,5 van de bezoekers op het moment van ondervragen al een optreden gezien. Bijna één op de vijf bezoekers (17%) vindt dat een optreden bovendien bijdraagt aan de sfeer op straat.

4.11 KERSTKRAAMPJES, ATTRACTIES EN LICHTROUTE

49% van de bezoekers vindt dat er voldoende kerstkraampjes staan; één derde van de bezoekers vindt dat er te weinig kerstkraampjes staan (Figuur 3). Ten aanzien van de verkrijgbare artikelen vindt 5,5% van de bezoekers dat er voldoende variatie in artikelen is. Twee derde van de bezoekers is van mening dat er voldoende attracties zijn. De groep die vindt dat er te veel attracties zijn is even groot (17%) als de groep die vindt dat er te weinig attracties zijn tijdens Magisch Maastricht 2013.

Figuur 3: Mening over aantal kerstkraampjes en attracties (%)

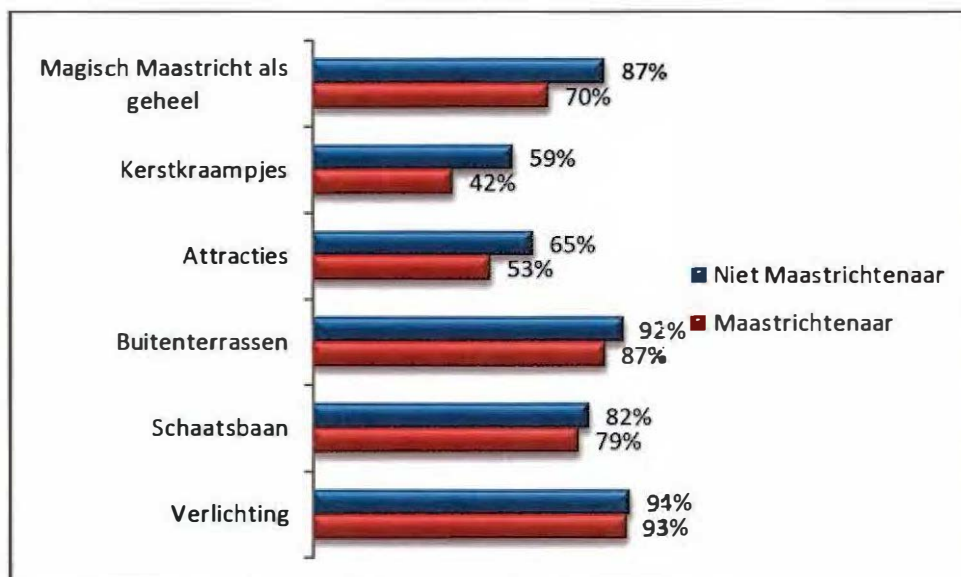


Meer dan een kwart (27,8%) van de bezoekers is niet bekend met de lichtroute. 32,8% van de bezoekers gaat deze niet volgen en 25,9% van de bezoekers gaat de lichtroute geheel of gedeeltelijk volgen. De overige 13,5% weet nog niet of ze de lichtroute gaat volgen.

4.12 WOONACHTIG IN MAASTRICHT OF NIET

Figuur 4 laat zien dat inwoners van Maastricht, Magisch Maastricht en haar onderdelen minder vaak als goed tot zeer goed waarderen dan bezoekers die niet in Maastricht wonen. In de bijlage is een figuur opgenomen waarin de waardering in de afgelopen 3 jaar wordt vergeleken (Figuur 16).

Figuur 4: Percentage bezoekers die Magisch Maastricht of een onderdeel als goed tot zeer goed waarderen



4.13 BESTEDINGEN

De gemiddelde besteding per persoon per bezoek tijdens Magisch Maastricht, die sinds 2010 een daling liet zien, is in 2013 aanzienlijk gestegen tot boven het niveau van 2010 (Figuur 5). Gemiddeld heeft een bezoeker in 2013 € 173 euro uitgegeven aan winkelen, horeca, verblijf en overige zaken. De bezoeker die in Maastricht woont geeft minder uit tijdens zijn of haar bezoek (€87 per bezoek) dan de bezoeker afkomstig van buiten Maastricht (€207 per bezoek).

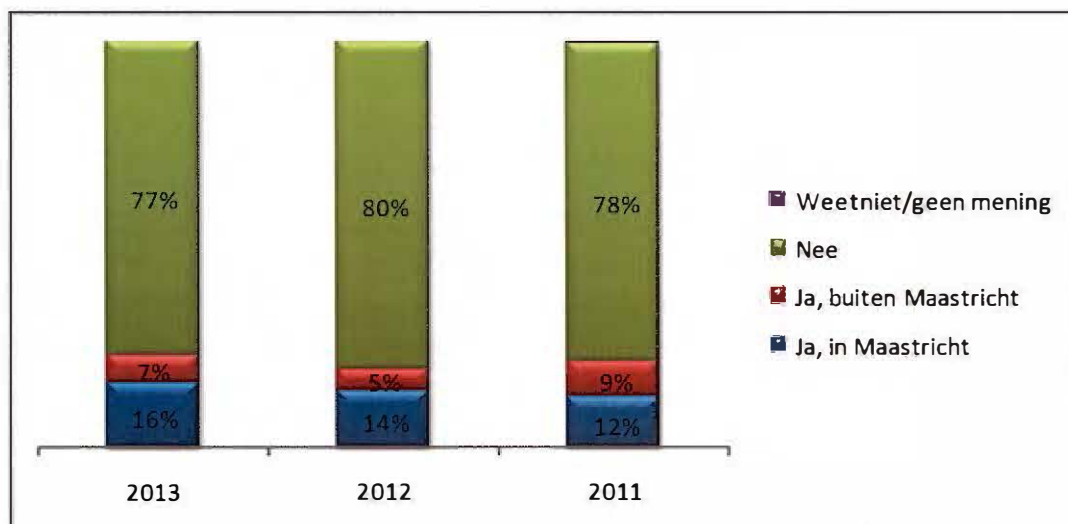
Figuur 5: Gemiddelde besteding (€) per bezoeker sinds 2010



4.14 OVERNACHTINGEN

16% van de ondervraagde bezoekers blijft overnachten in een hotel, logies of pension in Maastricht. Nog eens 7 procent blijft buiten Maastricht overnachten. Gemiddeld blijven de bezoekers 3 nachten overnachten; dat is een nacht meer dan in 2012 en evenveel als in 2011.

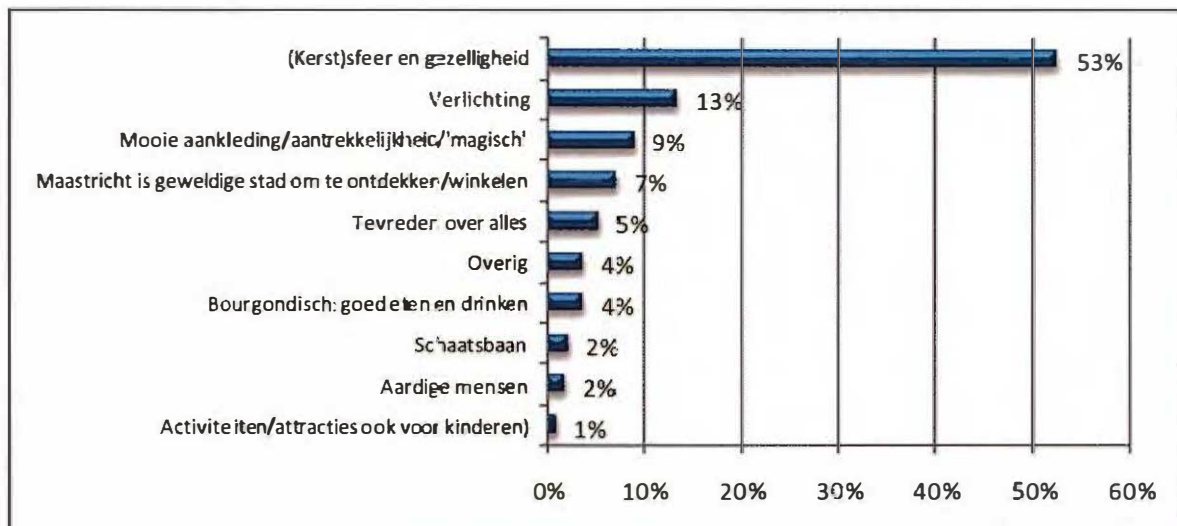
Figuur 6: Overnachten in hotel, logies of pension tijdens Magisch Maastricht (%)



4.15 LEUK EN MINDER LEUK AAN MAGISCH MAASTRICHT

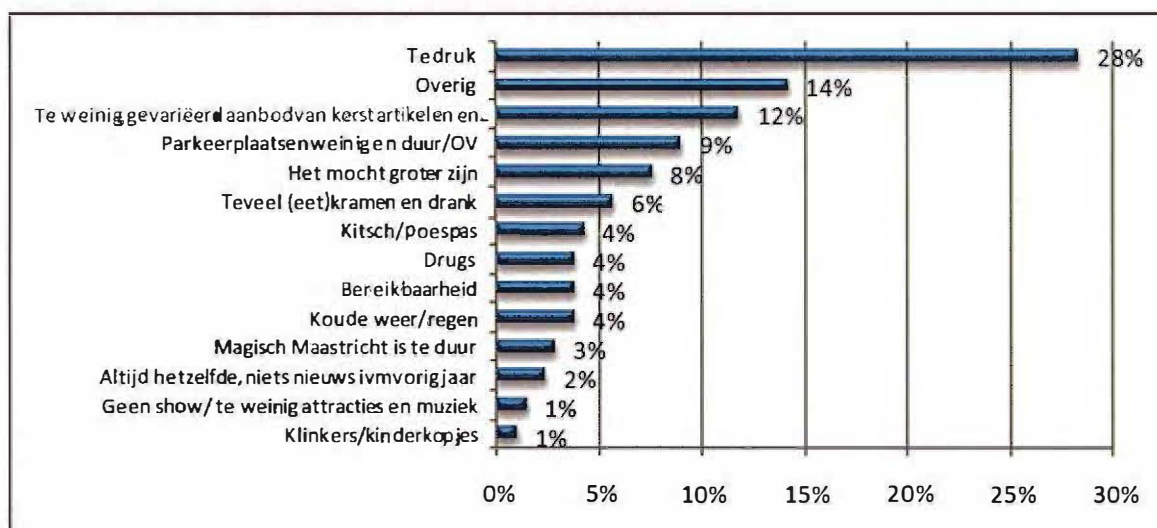
De bezoekers konden in de enquête aangeven wat ze leuk (320 reacties) en minder leuk (212 reacties) vonden aan Magisch Maastricht. De antwoorden op deze vragen zijn integraal overgenomen in de bijlage (6.6). Figuur 7 laat zien dat bij de spontane reacties de sfeer en gezelligheid het meest (53%) leuk wordt gevonden aan Magisch Maastricht.

Figuur 7: Leuk aan Magisch Maastricht (%)



Figuur 8 laat zien dat bij de spontane reacties de ervaren drukte tijdens Magisch Maastricht 2013 het minst leuk wordt gevonden aan dit evenement.

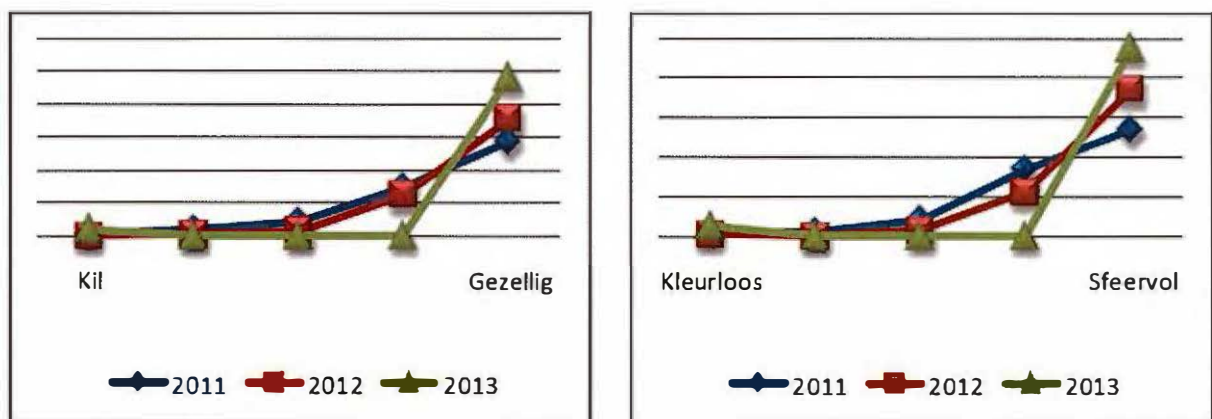
Figuur8: Minder leuk aan Magisch Maastricht (%)



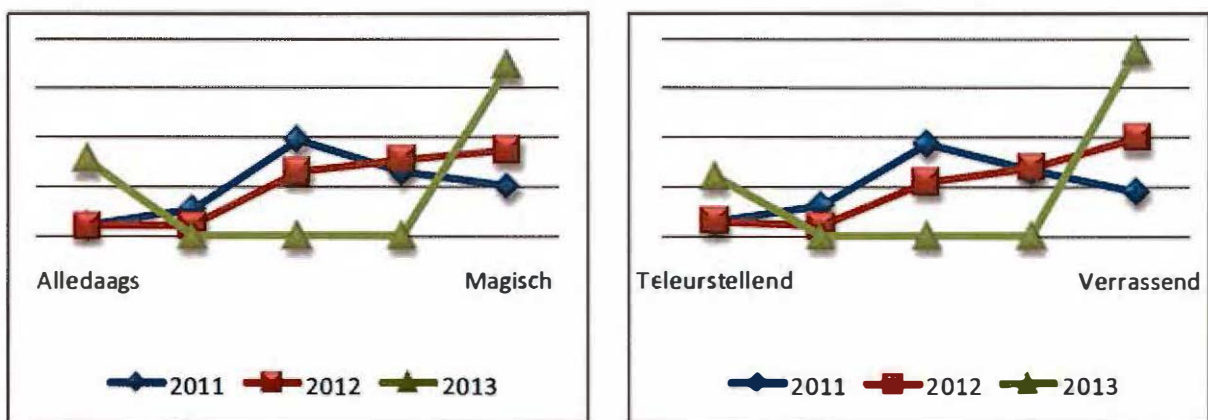
4.16 OMSCHRIJVING MAGISCH MAASTRICHT

De bezoekers van Magisch Maastricht is gevraagd welke omschrijving het best past bij Magisch Maastricht 2013. Figuur 9 tot en met Figuur 20 laat zien dat de bezoekers Magisch Maastricht, evenals in 2011 en 2012, 'gezellig' en 'sfeervol' vinden. Ook het verrassende en authentieke van dit evenement wordt door de bezoekers duidelijk herkend.

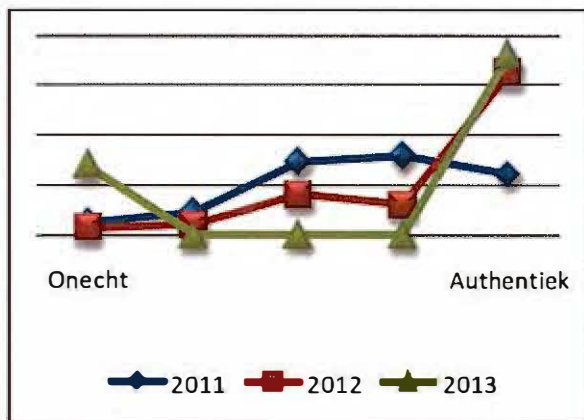
Figuur 9: Omschrijving Magisch Maastricht 2011, 2012 en 2013 (%)



Figuur 10: Omschrijving Magisch Maastricht 2011, 2012 en 2013 (%)

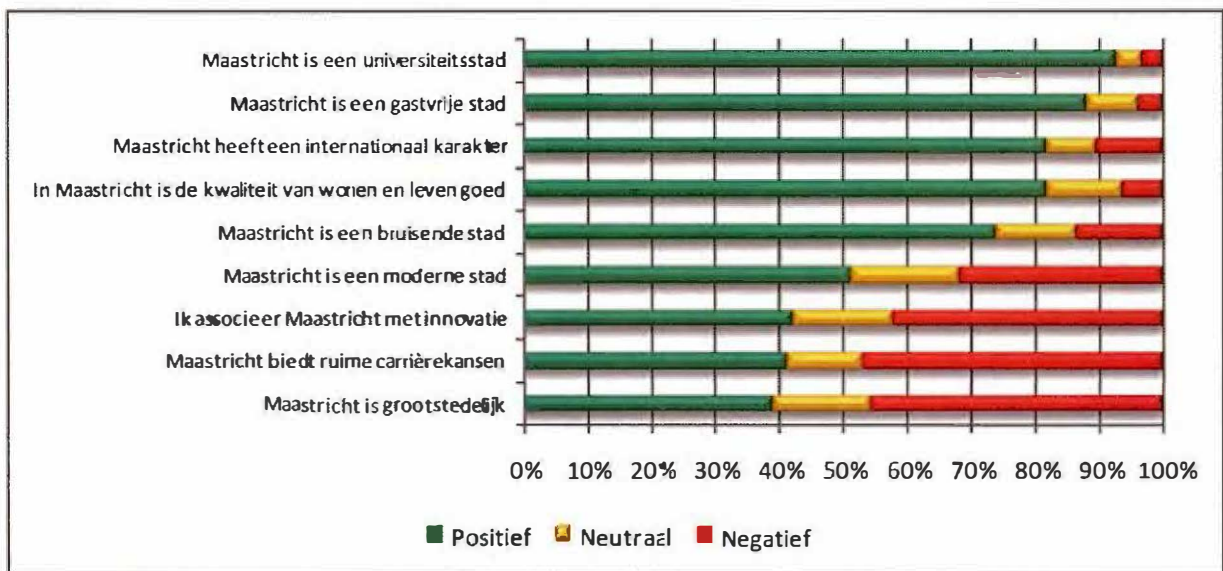


Figuur 20: Omschrijving Magisch Maastricht 2011, 2012 en 2013 (%)



De stad Maastricht wordt door bezoekers gezien als een universiteitsstad, met een gastvrij en internationaal karakter, waar de kwaliteit van wonen en leven goed is (figuur 21).

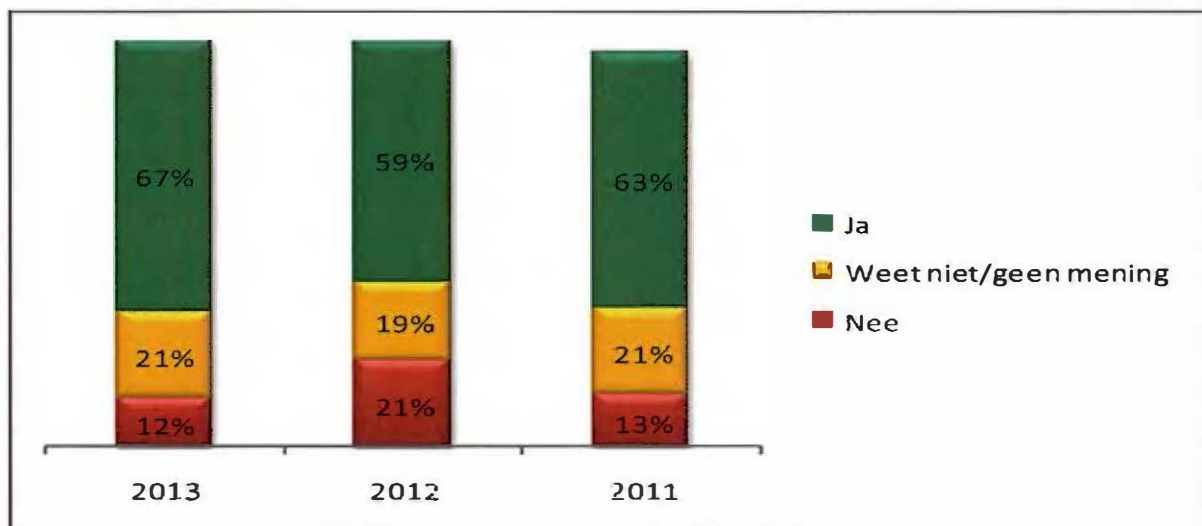
Figuur 21: Het beeld dat bezoekers hebben van Maastricht



4.17 BEZOEK MAGISCH MAASTRICHT 2014

Bezoekers waarderen hun bezoek aan Maastricht tijdens Magisch Maastricht met een 7,7. Bezoekers van buiten Maastricht geven een hogere waardering (7,8) dan de lokale bezoekers aan Magisch Maastricht (7,3). Van de bezoekers van Magisch Maastricht 2013 verwacht 67% ook in 2014 weer een bezoek te brengen aan Magisch Maastricht (Figuur 11). Een minderheid van de bezoekers (12%) geeft aan in 2014 Magisch Maastricht niet meer te gaan bezoeken. Het voornemen voor een herhaald bezoek is duidelijk gegroeid.

Figuur 11: Verwacht volgend jaar weer Magisch Maastricht te bezoeken (%)

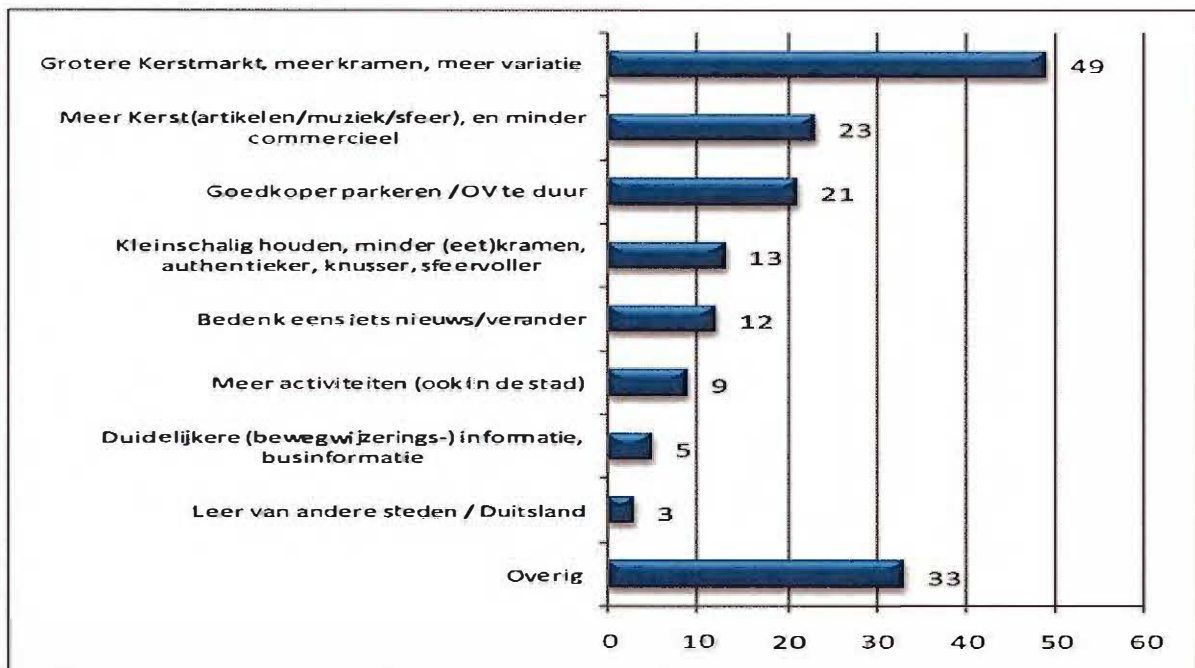


4.18 VERBETERSUGGESTIES

De antwoorden op de vraag wat verbeterd kan worden aan Magisch Maastricht zijn integraal opgenomen in de bijlage (6.7).

Figuur 12 laat de antwoorden in hoofdcategorieën zien. Hieruit blijkt dat een grotere en meer gevarieerde kerstmarkt evenals in 2012 het vaakst als verbetersuggestie wordt genoemd.

Figuur 12: Verbetersuggesties (aantal)



5 CONCLUSIE

5.1 POSITIEF GELUID

De waardering door bezoekers van de editie 2013 van Magisch Maastricht is goed: 82% geeft het evenement een positieve waardering. Met name de verlichting, de buitenterrassen en de schaatsbaan worden hoog gewaardeerd. De waardering van het evenement is onder bezoekers van buiten de stad hoger dan de waardering die de lokale bevolking er aan geeft. Magisch Maastricht wordt ervaren als een gezellig (96%) en sfeervol (95%) evenement. Ruim 2/3 van de bezoekers verwacht ook in 2014 een bezoek te zullen brengen aan Magisch Maastricht.

5.2 MEER BEZOEKERS VAN BUITEN MAASTRICHT

De aantrekkingskracht van Magisch Maastricht op bezoekers van buiten de stad is toegenomen. Tegenover de daling van het aandeel van bezoekers uit Maastricht zelf (-8%) staat een stijging van het deel van de bezoekers dat afkomstig is uit de rest van de provincie Limburg (+5%), Noord-Brabant (+5%) en Zuid-Holland (+3%).

5.3 VERSCHUIVEND BEZOEKMOTIEF

Een toenemend deel van de bezoekers bezoekt Magisch Maastricht als onderdeel van een "Dagje uit / Stedenbezoek". Voor meer dan de helft van de bezoekers van buiten Maastricht is dit een belangrijk motief. Winkelen (w.o. funshoppen) is als motief teruggelopen bij de lokale bevolking. Voor bezoekers van buiten Maastricht is winkelen nog steeds een belangrijke reden om een bezoek te brengen aan Maastricht.

De duur van het verblijf is in 2013 toegenomen. Bezoekers van buiten Maastricht verblijven gemiddeld 6,5 uur in de stad. Het aantal personen dat blijft overnachten in een hotel of pension is eveneens toegenomen. Bij een toename van de verblijfsduur past ook een stijging van de bestedingen: Bezoekers van buiten Maastricht besteden gemiddeld in 2013 meer dan in de voorgaande jaren het geval was.

5.4 BEKENDHEID MAGISCH MAASTRICHT

Magisch Maastricht begint de kenmerken te vertonen van een traditie. Dit blijkt uit de wijze waarop mensen Magisch Maastricht hebben leren kennen: “via vrienden en kennissen” of “ik weet het van voorgaande jaren” vormen steeds meer de een belangrijke informatiebron.

5.5 CULTUURPROGRAMMA

In 2013 geven minder bezoekers dan in 2012 aan een optreden op straat gezien te hebben. Ruim een kwart van de bezoekers geeft aan de lichtroute geheel of gedeeltelijk te volgen.

5.6 KERSTKRAAMPJES EN ATTRACTIES

49% van de bezoekers vindt dat er voldoende kerstkraampjes zijn tijdens Magisch Maastricht. Bij de attracties is dit percentage nog hoger; 66% van de bezoekers vindt dat er voldoende attracties zijn. Bij de kerstkraampjes is de variatie in artikelen wel een aandachtspunt. Slechts 6% van de bezoekers vindt dat de variatie hierin voldoende is en bij de spontane reacties op de vraag wat minder leuk is aan Magisch Maastricht wordt dit punt genoemd.

5.7 TE DRUK ?

De bezoekers geven een hoge waardering aan Magisch Maastricht. Toch is er een punt van aandacht. Bij de spontane reacties wordt de ervaren drukte het vaakst genoemd als minder leuk kenmerk van Magisch Maastricht.

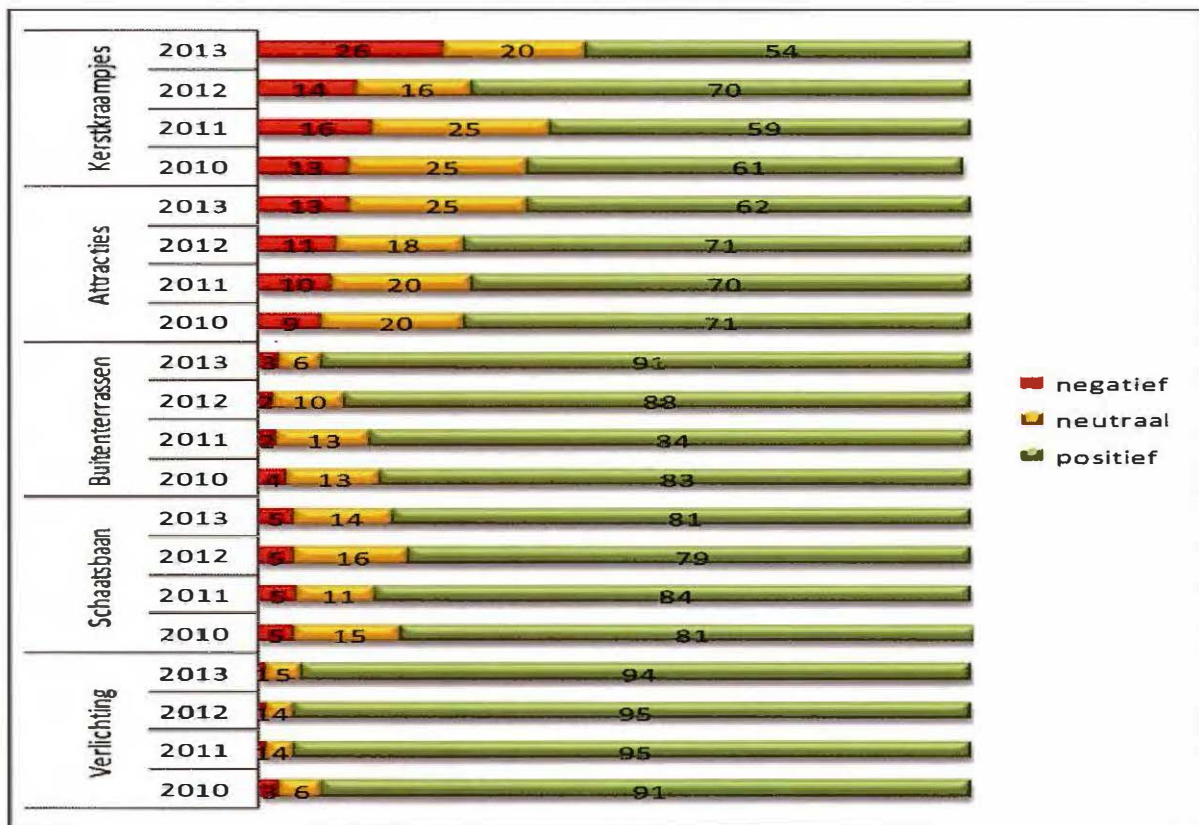
5.8 SAMENGEVAT

Samengevat kan gesteld worden dat Magisch Maastricht een vaste plek heeft verworven op de evenementenkalender. Bezoekers geven het evenement een positieve waardering, blijven langer in de stad, geven daarbij meer uit en zijn steeds vaker van plan om het komende jaar terug te komen.

6 BIJLAGEN

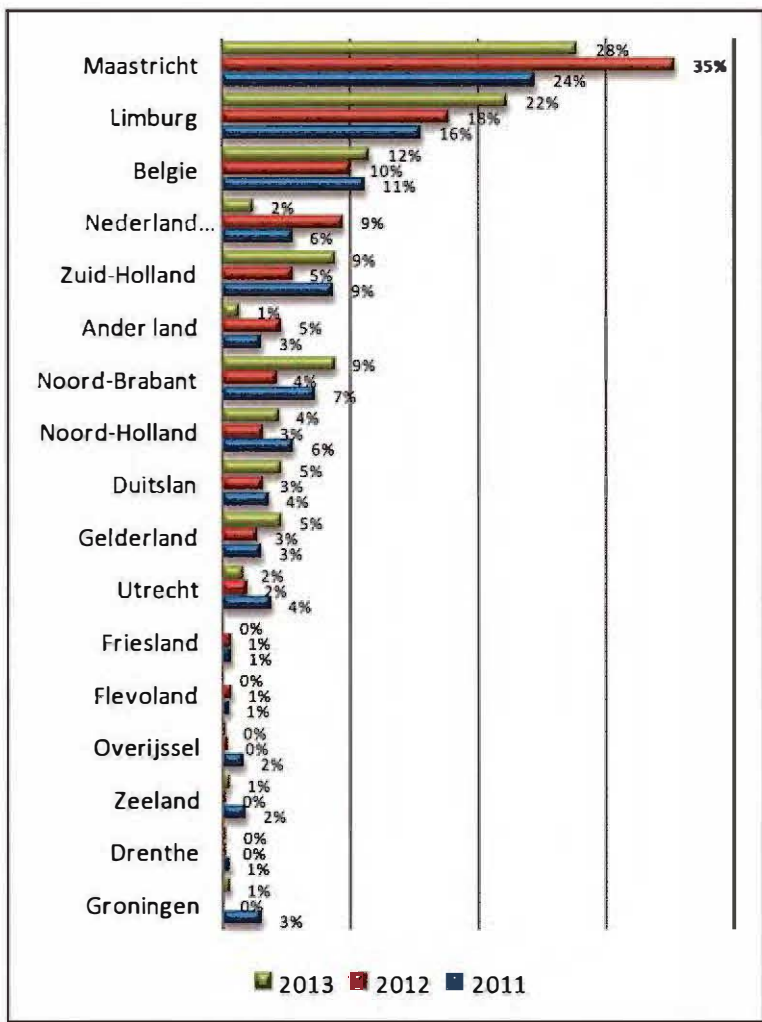
6.1 WAARDERING VAN ONDERDELEN VAN MAGISCH MAASTRICHT

Figuur 13: Waardering bezoekers van onderdelen van Magisch Maastricht in 2013, 2012, 2011 en 2010 (%)



6.2 HERKOMST BEZOEKERS

Figuur 14: Herkomst bezoeker in 2013, 2012 en 2011 (%)



Tabel 1: Verschil in herkomstpercentage tussen 2013 en 2012

Herkomst	Verschil
Noord-Brabant	5%
Limburg (exc. Maastricht)	5%
Zuid-Holland	3%
Gelderland	2%
Duitsland	2%
Belgie	1%
Noord-Holland	1%
Groningen	1%
Zeeland	0%
Drenthe	0%
Overijssel	0%
Utrecht	0%
Flevoland	-1%
Friesland	-1%
Ander land	-3%
Nederland gemeente onbekend	-7%
Maastricht	-8%

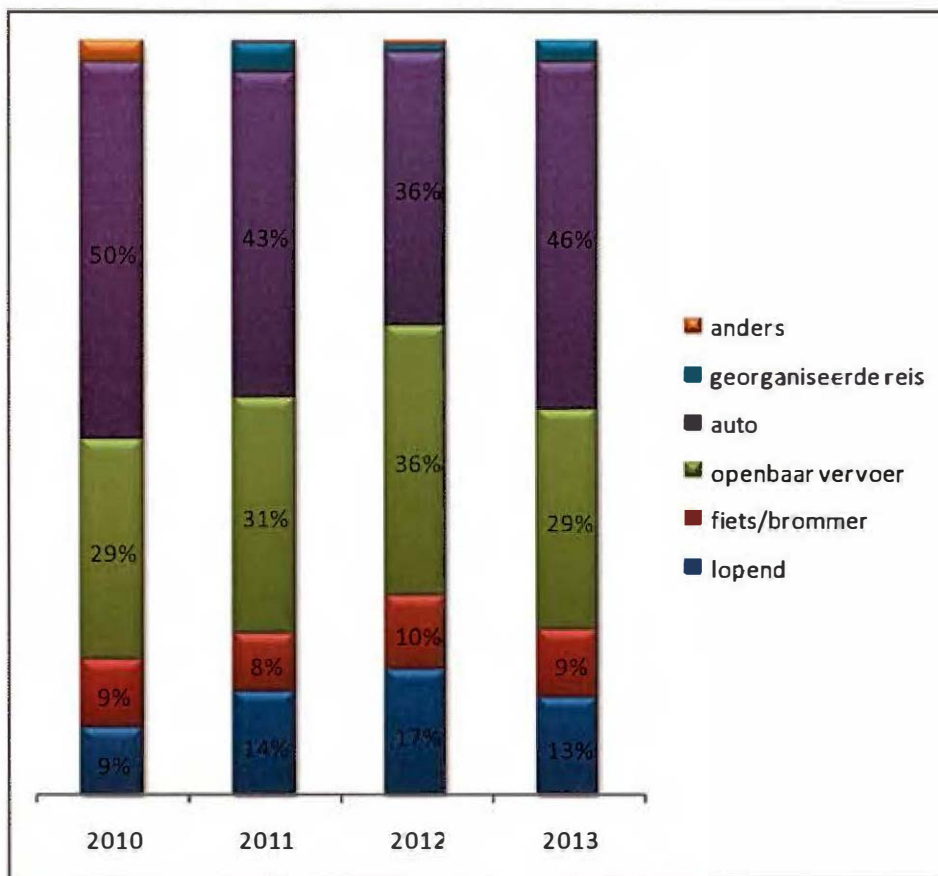
6.3 CATEGORIE ANDERS BIJ REDEN BEZOEK

Tabel 2: Reden bezoek genoemd bij categorie anders

Omschrijving	Aantal
Bewoner	20
Bezoek familie/vrienden	23
Eten/drinken	6
Film/museum	3
Gezelligheid	1
Ontspanning	9
Overig	1
Vakantie	5
Werk	21
Winkelen	4
Totaal	93

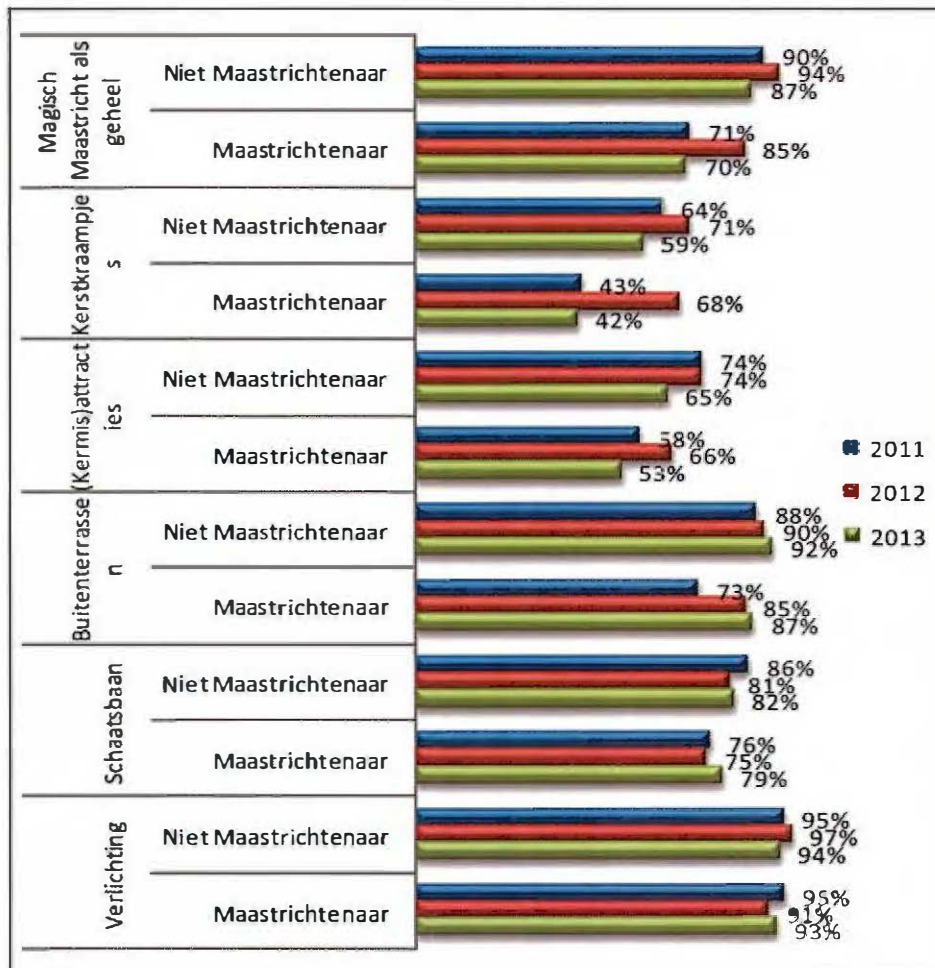
6.4 VERVOERMIDDEL

Figuur 15: Vervoermiddel om naar Maastricht te komen in 2010, 2011, 2012 en 2013 (%)



6.5 WOONACHTIG IN MAASTRICHT OF NIET

Figuur 16: Waardering van een onderdeel als goed tot zeer goed in 2011, 2012 en 2013 - verschil tussen bezoekers woonachtig in Maastricht en woonachtig elders (%)



6.6 LEUK EN NIET LEUK AAN MAGISCH MAASTRICHT

Tabel 3: Antwoorden wat bezoekers leuk vinden aan Magisch Maastricht

Reactie	Aantal
Algemeen leuk	3
Algemene indruk	1
Alles	6
Alles leuk	2
Als de omzet goed is.	1
Ambiance	3
ambiance decoration	1
Atmosfeer	1
Atmosphaere	1
Atmosphere	1
Authentiek	1
Authentiek centrum en compact	1
Authentische sfeer	1
Ben een inwoner van Maastricht. Ik vind de eigenheid van kleine ondernemers te gek!	1
Bourgondisch	4
Brengt extra sfeer	1
De binnenstad	1
De binnenstad en panden	1
De Bourgondische stad en OLV plein	1
De eetkraampjes. Ik houd van worsten enzo.	1
De gebouwen en straatjes	1

De gezelligheid	1
De gezelligheid en het lijkt buitenlands	1
De hele sfeer en de decoratie	1
De kerst sfeer	1
De kleinschaligheid	1
De lampjes en sfeer	1
De lichtjes	1
De lichtjes en de luchtjes	1
De omgeving	1
De oude sfeer	1
De oude stad	2
De oudestad	1
De rechtstraat	1
De schaatsbaan en de verlichting	1
De sfeer	13
De sfeer die het uitstraalt	1
De sfeer en aankleding	1
De sfeer en de gezelligheid, de drukte.	1
De sfeer en gezelligheid	1
De sfeer en gezelligheid vooral met carnaval	1
De sfeer en lichtjes	1
De sfeer en romantiek	1
De sfeer en vriendelijke mensen	1
De sfeer is gezellig!	1
De sfeer is gezellig, het samen met vrienden zijn	1

De sfeer,	1
De sfeervolle verlichting, de kerstkraampjes en het bruisende leven	1
De stad	1
De stad e sfeer	1
De vele geuren en kleuren.	1
De verlichting	4
De verlichting en de terrassen	1
De verlichting op het OLV plein is mooi.	1
De verlichting. Vooral olv plein en entre dEUS	1
De verwarmde terrassen.	1
De winkels	2
De winkels en gezellig en de terrasjes aan de Maas	1
De winkels kleinschalig	1
De winkels van mijn meisje	1
Decoratie	3
Decoratie, sfeer, muziek	1
Decoraties	1
Er wordt aandacht aan besteed	1
Es ist ein schone Stadt.	1
Eten, decoratie, algehele sfeer	1
Familie stadscentrum	1
Familienaam besuch	1
Fantastisch	1
Fur die kinderen	1
Gastvrijheid	2

Gebouwen	1
Geen mening	1
Geheel, sfeer	1
Gehele plaatje	1
Gelukkig gevoel	1
Gemoedelijke sfeer	1
Gemoedelijkheid	2
Gezellig	10
Gezelligheid	1
Gezellig om even overheen te lopen	1
Gezellig stad en leuke winkels	1
Gezellig, amusant	1
Gezellig, attracties	1
Gezellig.	1
Gezellige drukte	1
Gezellige kroegen	1
Gezellige sfeer en het vriendelijk personeel in de winkels	1
Gezellige stad	1
Gezellige terrassen	1
Gezelligheid	20
Gezelligheid en horeca	1
Gezelligheid leuke mensen	1
Gezelligheid licht	1
Gezelligheid, drukte	1
Gezelligheid, kerstsfeer	1

Gezelligheid, sfeer	1
Gezelligheid, sfeer, decoratie	1
Gezelligheid, sfeer, lampjes, schaatsbaan, gezellige café	1
Goed	1
Goede sfeer, al is het nu erg rustig	1
Het geheel	1
Het is gezellig druk en leuk voor dagje uit	1
Het is gezellig druk op de terrassen	1
Het reuzerad	1
Het totaalpakket	1
Het verschil tussen oud en nieuw en de internationaliteit	1
Het ziet er prachtig uit.	1
Hoeft voor Maastricht niet perse en als stad leuk om rond te lopen	1
Horeca, sfeer, winkels, gastvrijheid	1
Iedereen ziet tevreden uit	1
Ijsbaan	1
Ik ben bewoner van de binnenstad. Het is goed voor de horeca en middenstand.	1
Internationale en nationale sferen	1
Kerstgevoel ervaren	1
Kerstsfeer	3
Kerstsfeer, verlichting	1
Kerstsfeer	1
Kleine straatjes	1
Knus	1
Kraampjes, sfeer, verlichting	1

L ambiance	1
L ambiance, decoration	1
L,ambiance	1
Lampjes	1
Lampjes op OLV plein	1
Lekkere braadworsten. Percussie band	1
Lempkes	1
Lichtjes, sfeer	1
Limburgse gezelligheid	2
Locatie	1
Maredsous	1
Mijn vriend Stijn	1
Monumentale karakter	1
Mooie decoratie	1
Mooie verlichting	1
Muziek sfeer verlichting anders soort winkels dan belgie	1
Onze vrouwen vinden het leuk	1
Schaatsbaan en winkels	1
Schaatsbaan leuk voor kinderen	1
Schaatsen	1
Schaatsen voor kinderen,	1
Sehr magischer	1
Sfeer	50
Sfeer en de mensen	1
Sfeer en gemoedelijk	1

Sfeer en gezelligheid	3
Sfeer en kerstmarkt	1
Sfeer en leuk	1
Sfeer en mensen	1
Sfeer en verlichting	2
Sfeer gezellig en rustig	1
Sfeer gezelligheid	1
Sfeer in stad, verlichting, internationale. Contacten	1
Sfeer is goed en het ziet er gezellig uit	1
Sfeer verlichting	1
Sfeer, aankleding	1
Sfeer, aankleding, muziek	1
Sfeer, authentieke stad, gezelligheid	1
Sfeer, drukte, afwisseling, shoppen, vooral de dochters en Zoé	1
Sfeer, gezelligheid kerst en wintersfeer	1
Sfeer, leuke sfeer	1
Sfeer, mooie bomen	1
Sfeer, verlichting	1
Sfeer, verlichting, vriendelijkheid, autoloos, netheid	1
Sfeer, vrijheid	1
Sfeer, mensen	1
Sfeer/dynamiek	1
Sfeerverlichting	1
Sfeervol	3
Sfeervol geheel	1

Sfeervol, vooral door de verlichting	1
Straatjes	1
Terrassen lekker vol	1
Totaalplaatje	1
Vakantiegevoel	1
Variatie aan winkels en terrassen	1
Veel eetkraampjes, ruikt zo lekker. Mooie verlichting.	1
Vele exclusieve winkels	1
Verlichting	6
Verlichting en gezellig druk op de terrassen	1
Verlichting en terrassen	1
Verlichting, sfeer	1
Verlichting, sfeer,bier	1
Versiering	1
Volle terrassen	1
Vrienden ontmoeten	1
Vuurwerk,	1
We kwamen niet voor Magisch Maastricht en hebben alleen even snel een rondje langs de kraampjes gemaakt. Ziet er leuk uit maar niet bijzonder.	1
We verdienen aardig.	1
Weinig tot niets, ik woon hier, dus ik zit er mee opgescheept. Verlichting is wel mooi.	1
Winkels	2
Wintersfeer gezellig	1
Ziet er mooi uit	1
Zuidelijke gezelligheid	1

Tabel 4: Antwoorden wat bezoekers niet leuk vinden/waarderen aan Magisch Maastricht

Alles	1
Attracties hoeven van mij niet	1
Betalen voor de Sint servaatskerk	1
Condition de traffic	1
Dat het vaak qua evenement weinig out of the box denken bezit.	1
Dat t op kerstavond sluit.	1
De dranghekken zijn niet erg magisch	1
De drugsoverlast	1
De drukte	3
De drukte en dealers	1
De drukte op de terrassen	1
De frietlucht	1
De hekwerken schrikken af	1
De ijsbaan is nat	1
De kerstkraampjes en te veel braadworsten en oliebolle	1
De kerstmarkt voegt voor mij niets toe. Is niet bijzonder.	1
De kerstsfeer	1
De kraampjes	5
De kraampjes zijn niet mooi en verkopen niets bijzonders	1
De kraampjes, geen variatie genoeg	1
De kwaliteit van de kraampjes	2
De Markt is erg kaal.	1
De opzet op het vrijthof	1
De parkeerkosten	1
De parkeertijd en koste	1
De sfeer op het vrijthof is te massaal	1
De sjaals en mutsen	1
De straten ivm mogelijk lopen	1
De taal	1
De vaak te dure attractie's	1
De verbouwing van de diverse wegen	1
De verkeerssituatie	1
De vertragingen van trein	1
De waardeloze kwaliteit van de kraampjes waarmee alleen mensen worden aangetrokken die nauwelijks geld uitgeven.	1
Vermogende mensen blijven weg.	1
De weg	1

De zwervers	1
Door magisch Maastricht is het nog drukker in de winkelstraten en dat maakt winkelen er niet leuker op	1
Drugrunners	3
Drugrunners geven onveilig gevoel	1
Drugstoeristen	1
Druk, geen leuke kraampjes	1
Drukke	29
Drukke en aanbod kramen	1
Drukke in centrum	1
Drukke met parking	1
Drukke, parkeertarieven niet aangepast, geen EHBO post voor hartpatiënten	1
Duur parkeren	1
Er is nu niets te doen	1
Er zijn geen kerstspullen te krijgen zoals kerstballen of kerststukjes	1
Erg klein en beetje rommelig	1
Gedrag van sommige bezoekers: voordringen, wegduwen, zwak sociaal gedrag	1
Geen bijzondere producten in de kraampjes. Niet onderscheidend van andere kerstmarkten.	1
Geen securiteit zichtbaar	1
Handel	1
Harde muziek	1
Heeft weinig met kerst te maken.	1
Heel druk zondag overdag	1
Heel druk!!!	1
Het aanbod van de kraampjes	1
Het dialect	1
Het heeft geen speciaal gevoel	1
Het is erg druk, geen plaats op de terrassen	1
Het is maar klein	1
Het is niet zo'n bijzondere kerstmarkt	1
Het is overal hetzelfde, het mag mooier	1
Het is wat klein en rommelig	1
Het overvloedige	1
Het parkeertarief	1
Het parkeren	1
Het regent	1
Het reuzenrad	1
Het weer	1
Het winkelaanbod	1

Het 'Winterwonderland' was indrukwekkender.	1
Hotel interieur smakeloos	1
Hufterigheid van enkele bezoekers	1
Ik vind het heel toeristisch, als inwoner ben ik daar minder blij mee, aangezien het meer buitenkant is en geen aandacht wordt besteed aan de binnenkant het innerlijk karakter van de stad. Maastricht heeft absoluut een evenement als dit nodig, een beetje Californië van Nederland, echter zou het juist goed zijn om bij deze evenementen meer van de huidige tendens te tonen. Je kunt je opstellen als een sprookjesstad, maar Maastricht is meer en dat zou nog meer nr buiten mogen komen. Ik ben heel blij dat inwoners nu mogen meedenken over hoe de binnenstad zich vanaf 2020(?) mag ontwikkelen. Dat juich ik van harte toe.	1
Je kunt er geen leuke spullen kopen	1
Kermis	2
Kermisattracties	1
Kermisgehalte is hoog	1
Kerstmarkt is erg klein en minder sfeervol dan de Duitse kerstmarkten	1
Kerstmarkt valt tegen	1
Klein en niet zo bijzonder.	1
Kleinschaligekerstmarkt	1
Kou	1
Koud	1
Kraampjes verkopen allemaal hetzelfde	1
Kroegen	1
Kwaliteit van de kerstkraampjes	1
Limburgs praten door winkelbedienden	1
Maastrichtenaren	1
Magisch Maastricht is kitch, overdreven, te veel kraampjes, veel te duur	1
Massatoerisme	1
Meer kerstkraampjes	1
Moderne en dezelfde winkels	1
Moeilijk om vergunning terug te draaien. Vergunning 7 jaar gehad. Terwijl toeristen het waarderen en milieuvriendelijk.	1
Muziek niet kerst	1
Muzik	1
Narcotic	1
Negativiteit bezoekers en collega's.	1
Niet origineel genoeg	1
Op kerstavond vroeg gesloten	1
Openbaar vervoer	1
Overvolle parkeerplaatsen	1
Parkeerbeleid	1
Parkeergelegenheid en te hoge kosten	1
Parkeerkosten	1

Parkeertarief en de drukte, niet rolstoel vriendelijk	1
Parkeren	4
Prijskwaliteit verhouding mag beter. Vooral eetkraampjes zijn duur.	1
Prijzen hoog	1
Prijzen sommige etenswaren	1
Reuzenrad Minder is niet leuk	1
Slecht aanbod	1
Slechte fietsparkeerplekken en rommel	1
Slenterende toeristen	1
Slome trage slenterende meute	1
Straatstenen	1
Te commercieel	2
Te commercieel te druk en geen zicht de kraampjes en attracties op het vrijthof	1
Te commercieel, te veel toeristen en gebrek aan authenticiteit van de kerstmarkt	1
Te druk	6
Te druk soms	1
Te druk, te kitsch.	1
Te druk, te veel eetstalletjes	1
Te veel commercie, te veel eten en drinken	1
Te veel eenheidsworst. Rommelig met fietsen en kabels en schermen. Mensen maken eigen ingangen.	1
Te veel eetkraampjes	2
Te veel in de geschiedenis leven	1

Te weinig kerstmarkt	1
Te weinig kleine cafetjes	1
Te weinig kraampjes	1
Te weinig kraampjes en te veel van hetzelfde. Zeer vervelend dat sinds kocpzondag je ook op die dag moet betalen voor parkeren.	1
Te weinig kraampjes op magisch Maastricht	1
Te weinig stalletjes en te weinig kerstspullen te koop	1
Te weinig toiletten en te duur	1
Temperatuur	2
Toerisme	1
Toeristen	2
Traffic	2
Veel kitsch	1

Veel te klein. Het is eigenlijk geen kerstmarkt want je kunt geen kerstspullen kopen. Er had best nog een concurrent van ons mogen staan (zuurstokken).	1
Verkeersdrukte	1
Verkeersdrukte in voetgangersgebied	1
Verkoop van artikelen die niets met Kerstmis te maken hebben.	1
Vooral mutsen Meer sjaals te koop.	1
Vroeg sluiten op kerstavond	1
We geven niets om kerstmarkten. Met alleen mooie verlichting waren we ook tevreden geweest.	1
Weer	1
Weeromstandigheden	1
Weinig kerstkramen, veel troep en veel te veel eten	1
Weinig kraampjes	1
Weinig kraampjes op magisch Maastricht	1
Weinig variatie	1
Witte lichtjes in boom niet zo mooi	1
Zu weinig bratwurst	1

6.7 VERBETERSUGGESTIES

Tabel 5: Verbetersuggesties van bezoekers

Verbetersuggestie

- Afschaffen
- Afwisseling in kraampjes
- Alleen eet en drinkkramen
- Alleen mooie verlichting en de schaatsbaan, verder niets.
- Alles is er al
- Alles weg en alleen de schaatsbaan
- Andere kraampjes
- Andere kraampjes
- Andere muziek
- Bereikbaarheid
- Bereikbaarheid auto
- Bereikbaarheid kan beter. Meer variatie in artikelen.
- Bereikbaarheid per auto, tarief parkeren
- Beter selecteren voor de kraampjes. Meer kerstspullen meer kwaliteit.
- Betere horeca, champagne en oesters
- Betere parkeergelegenheden en geen kermisattracties op het vrijthof

Betere parkeerplaatsen
 Betere voetpaden voor mensen
 Betrek kunstenaars bij het evenement. Zodat het meer een eigen karakter krijgt en mensen uit de stad een kunst en cultuur sausje eraan kan toevoegen.
 Beveiliging
 Blijf zo door gaan
 Centraler in stad
 Centraliseren
 Combinatie naar grotten ISW busvervoer
 De kraampjes van vroeger terug
 De kraampjes veranderen
 De schaatsbaan veranderen
 De vuilniszakken in de straat
 Diverse producten
 Drukke
 Een grotere oppervlakte erbij zoals de markt
 Een kerstman
 Een ouderwetse kerstmarkt
 Eerder beginnen
 EHBO posten, aangepaste tarieven parkeren
 Elk jaar wat afwisseling
 Enquete 5 vragen
 Geen
 Geen
 Geen bouwput meer als je Maastricht inrijdt
 Geen muur rond kerstmarkt vrijthof
 Geen opmerkingen
 Geen verbeteringen
 Gevarieerder eten, horecaprijzen
 Goedkoper parkeren
 Gratis parkeren
 Groter en overzichtelijker
 Groter!
 Groter, meer spektakel
 Grotere markt en diversiteit met echte kerstspullen
 Het mag wel iets verrassender
 Het parkeer tarief aanpassen
 Iets meer attracties
 Ik werk tijdens MM met paard en koets. Heb de kraampjes en attracties dus nog niet van dichtbij bekeken. Op het eerste gezicht zou het wat groter en specialer mogen.
 In de wijckerbrugstraat geen autoverkeer
 In randstad meer publiciteit
 In vernieuwing blijven
 Internationaler! Urban

Ja, meer eigenheid en minder buitenkant.
 Ja, minder bende
 Kijk naar andere steden
 Kortere tijd
 Kraampjes in de sfeer zoals in Duitsland
 Kraampjes meer aanbod met kerstdagen, minder kleding
 Kraampjes meer verspreid door de stad is nog leuker.
 Kunstwerken toevoegen
 Kwaliteit zoals in Parijs
 Leukere kerstmarkt
 Maak er een echte kerstmarkt van of doe het hele circus op, behalve de verlichting.
 Mag groter en meer divers
 Mag wat ruimer van opzet
 Magisch Maastricht goedkoper maken
 Mandela effect: vriendelijk t.o.v. Elkaar
 Meer afwisseling
 Meer afwisseling
 Meer afwisseling aanbod
 Meer afwisseling door de jaren heen
 Meer afwisseling in aanbod
 Meer afwisseling kraampjes. Meer decoratie, mooier aankleden. Meer aandacht besteden aan buitenkant. Meer optredens die mensen trekken.
 Meer afwisseling van locaties waar evenementen plaatsvinden
 Meer ambacht. Bijvoorbeeld iemand die glazen kerstballen blaast op beschildert
 Meer attracties
 Meer beveiliging
 Meer dingen op de andere pleinen
 Meer echte kerstkraampjes
 Meer en betere kraampjes
 Meer fietsgelegenheid
 Meer kerst gerelateerde kraampjes
 Meer kerst, meer nostalgisch
 Meer kerstartikelen verkopen
 Meer kerstgerelateerde producten i.p.v. mutsen en kaarten.
 Meer kerstkraampjes
 Meer kerstkraampjes
 Meer kerstmarkt
 Meer kerstmarkt met meer kerstartikelen ipv eettentjes
 Meer kerstmuziek langs de straat en meer animatie
 Meer kerstsfeer
 Meer kerstsfeer, kraampjes doorheen stad,
 Meer koopstanden
 Meer kraampjes
 Meer kraampjes

Meer kraampjes
 Meer kraampjes en attracties door de hele stad
 Meer kraampjes en minder poeha er om heen
 Meer kraampjes etc door de hele stad, zoals weck markt en olv
 Meer kraampjes op andere pleinen
 Meer kunstzinnige kraampjes
 Meer met chutelbussen bieden
 Meer muziek
 Meer muziek en bandjes
 Meer muziek en sfeer
 Meer muziek, bijvoorbeeld met boxen in de winkelstraten. Meer kerstkramen op verschillende locaties.
 Meer op jongere gericht, in het cafe
 Meer op kerst gerichte kraampjes
 Meer openbare toiletten
 Meer parkeerplaatsen
 Meer plaatsen in de stad niet alleen het vrijthof
 Meer reclame voor concerten e.d
 Meer spreiding
 Meer spreiding
 Meer variatie aan kerstkraampjes
 Meer variatie in de kraampjes en meer atracties
 Meer variatie in de kraampjes. Kerstspullen. Stalletjes van goede doelen.
 Meer variatie in kraampjes
 Meer voor jeugd
 Meerdere locaties verspreiden. Net als eerdere editie
 Minder commercie
 Minder commercieel
 Minder commercieel
 Minder commercieel
 Minder druk maken
 Minder dure attractie's
 Minder eetkraampjes, minder sjaals en mutsen, meer kwaliteit
 Minder kermis, meer kerstspullen.
 Minder kneuterig
 Minder pop muziek
 Minder rommelig. Ingangen beter aangeven.
 Minder spreiding
 Moet kerst gaan om het " misselijk" eten?!
 Niet 6xwafels en 3xworsten maar meer afwisseling
 Niveau omhoog
 Op het Vrijthof alleen schaatsbaan en horecatenten
 Open houden
 Overdekken
 Parkeerbeleid

Parkeerdrukke
Parkeergeld omlaag
Parkeergeld verminderen en beter maken voor invalide
Parkeerplek langer dan een dag
Parkeerplekken
Parkeertarieven omlaag en grote parkeerplaatsen
Parkeertarieven te hoog
Parkeren aantrekkelijker maken
Parkeren goedkoper
Politiecontrole
Prijsdrukken
Ruimer door de stad.
Selecteren op kwaliteit
Stoppen met doseerlichten en de fietsenstalling ophouden
Stoppen met magisch Maastricht alleen de schaatssbaan
Tarief parkeergelegenheid
Te weinig bekendheid, meer publicatie
Terrassen Vrijthof beter afsluiten aan straatkant
Terug hoe het vroeger was
Trein verbinding met buitenland
Variatie
Verandering in de kraampjes, meer kerstartikelen
Verlicht op de ceramique, leukere kerststad maken
Verlichting grote straat mag pompeuzer, kleur mag erin
Vernieuwing
Verspreiden
Wagens plaatsen om te plassen
Wat meer verspreiden door de stad

6.8 VRAGENLIJST

Vraag	Antwoorden
Op welke locatie bevindt u zich nu?	<ul style="list-style-type: none">• OLV-plein• Markt• Wijck• Vrijthof
In welk land woont u?	<ul style="list-style-type: none">• Nederland• Duitsland• België• Anders, namelijk:
Wat is uw postcode?	
Uit hoeveel personen bestaat het gezelschap waarmee u op dit moment Magisch Maastricht bezoekt? (u zelf meegerekend)	<ul style="list-style-type: none">• 1• 2• 3• 4• 5 of meer
Hoeveel personen in het gezelschap waarmee u op dit moment Magisch Maastricht bezoekt is jonger dan 18 jaar? (u zelf meegerekend)	<ul style="list-style-type: none">• 0• 1• 2• 3• 4• 5 of meer
Wat is uw leeftijd?	
Wat zijn de belangrijkste redenen voor uw bezoek aan Maastricht? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none">• Magisch Maastricht (aankleding, sfeer en activiteiten tijdens de

Vraag	Antwoorden
	decembermaand in de Maastrichtse binnenstad) <ul style="list-style-type: none"> • Winkelen (Kerst/funshoppen) • Dagje uit • Stedenbezoek • Anders, namelijk:
Hoe heeft u gehoord over Magisch Maastricht? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none"> • Radio • Tv • Internet • Krant • Magazine • Billboard • Hotel • VVV • Vrienden / bekenden • Kan ik me niet meer herinneren • Ik heb nog nooit eerder over Magisch Maastricht gehoord • Anders, namelijk:
Kunt u aangeven hoe goed of slecht u Magisch Maastricht(aankleding, sfeer en activiteiten tijdens de decembermaand in de Maastrichtse binnenstad) als geheel vindt.	<ul style="list-style-type: none"> • Zeer slecht • Slecht • Niet goed en niet slecht • Goed • Zeer goed • Weet niet/geen mening
Kunt u aangeven hoe goed of slecht u de volgende onderdelen van Magisch Maastricht als geheel vindt. <ul style="list-style-type: none"> • Kerstkraampjes 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeer slecht • Slecht • Niet goed en niet slecht

Vraag	Antwoorden
<ul style="list-style-type: none"> • (Kermis)Attracties • Buitenterrassen • Schaatsbaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Goed • Zeer goed • Weet niet/geen mening
Heeft of gaat u de lichtroute volgen?	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, helemaal • Ja, gedeeltelijk • Nee, ik ken de lichtroute wel maar ga deze niet volgen • Ik weet niet of ik de lichtroute ga volgen • Nee, ik weet niet wat de lichtroute inhoud
Wat vindt u van de uitstraling van de verlichting in Magisch Maastricht?	<ul style="list-style-type: none"> • Zeer slecht • Slecht • Niet goed en niet slecht • Goed • Zeer goed • Weet niet/geen mening
Wat vindt u van de optredens (muziek, dans, toneel) op straat tijdens Magisch Maastricht? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none"> • ik heb nog geen optredens gezien • De optredens dragen bij aan de sfeer • De optredens zijn aan mij niet besteed • Weet niet/geen mening
Wat vindt u van de kerstkraampjes? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none"> • Ik heb nog geen kerstkraampjes gezien • Er staan genoeg kerstkraampjes • Er staan te veel kerstkraampjes • Er staan te weinig kerstkraampjes • Er is voldoende afwisseling in het aanbod van artikelen • Weet niet/geen mening

Vraag	Antwoorden
Wat vindt u van de attracties? (meerdere antwoorden mogelijk)	<ul style="list-style-type: none"> • Anders, namelijk • Ik heb nog geen attracties gezien • Er zijn genoeg attracties • Er zijn te veel attracties • Er zijn te weinig attracties • Er is voldoende afwisseling in het aanbod van attracties • Attracties horen niet bij Magisch Maastricht • Attracties horen wel bij Magisch Maastricht • Weet niet/geen mening
Kunt u aangeven welke omschrijving volgens u het meest past bij Magisch Maastricht? LET OP: noem altijd de tweemaal omschrijvingen en vraag welke omschrijving het meest van toepassing is dus in het eerste geval: gezellig én kil noemen.	<ul style="list-style-type: none"> • Gezellig vs Kil • Sfeervol vs Kleurloos • Magisch vs Alledaags • Verrassend vs Teleurstellend • Authentiek vs Onecht
Geef aan of en in hoeverre u het eens bent met de volgende uitspraken over Maastricht:	<ul style="list-style-type: none"> • Maastricht is een moderne stad • Maastricht is een gastvrije stad • Maastricht is een bruisende stad • Maastricht is grootstedelijk • Maastricht heeft een internationaal karakter • In Maastricht is de kwaliteit van wonen en leven goed • Maastricht biedt ruime carrièrekansen • Ik associeer Maastricht met innovatie • Maastricht is een universiteitsstad

Vraag	Antwoorden
Bent u bekend met de locaties in de binnenstad?	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nee → sla de volgende vraag over
Heeft of gaat u de volgende locaties bezoeken? <ul style="list-style-type: none"> • OLV-plein • Markt • Vrijthof • Wijck 	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, heb of ga ik bezoeken • Nee, ga ik niet bezoeken • Weet niet/geen mening
Hoeveel uur denkt u dat uw bezoek aan Magisch Maastricht vandaag in totaal in beslag zal nemen? (tijd inclusief van en naar vervoersmiddel lopen) Afronden op half uur.	
Hoeveel euro besteedt u of verwacht u te besteden in de binnenstad tijdens dit bezoek aan Maastricht? <ul style="list-style-type: none"> - Aan winkelen - Aan horecabezoek - Verblijfskosten (overnachting e.d.) - Aan overige zaken 	
Heeft u dit jaar al eerder een winterevenement bezocht buiten Magisch Maastricht? Zo ja, waar?	<ul style="list-style-type: none"> • Nee • Ja, namelijk in:
Hoe bent u naar Magisch Maastricht gekomen?	<ul style="list-style-type: none"> • Lopend • Met de fiets/brommer • Openbaar vervoer • Auto • Georganiseerde (bus)reis • Anders, namelijk:
Blijft u overnachten in een hotel/pension/logies?	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, in Maastricht • Ja, buiten Maastricht • Nee • Weet niet/geen mening
Hoeveel nachten blijft u overnachten?	

Vraag	Antwoorden
Kunt u aangeven wat u als bezoeker leuk vindt/waardeert aan Magisch Maastricht?	
Kunt u aangeven wat u als bezoeker minder leuk vindt of niet waardeert aan Magisch Maastricht?	
Heeft u suggesties voor verbetering van Magisch Maastricht?	
Verwacht u volgend jaar weer Magisch Maastricht te bezoeken?	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nee • Weet niet/geen mening
Met welk rapportcijfer waardeert u dit bezoek aan Maastricht?	

