

# Magisch Maastricht



**Evaluatie editie 2015**



# Inhoudsopgave

- 1) Samenvatting
- 2) Inleiding
- 3) De Pleinen / locaties
- 4) Sfeerverlichting
- 5) Cultuurprogramma
- 6) Marketing en Promotie
- 7) Bereikbaarheid
- 8) Financiën
- 9) Organisatie

## 1. Samenvatting

Editie 2015 was alweer het 6<sup>e</sup> jaar Magisch Maastricht en mag wederom succesvol worden benoemd. Ook tijdens deze editie heeft er in de periode van Magisch Maastricht een bezoekersonderzoek plaatsgevonden, waarbij 466 enquêtes zijn uitgevoerd. Uit dit bezoekersonderzoek is o.a. gebleken dat maar liefst 92% van de geïnterviewden positief is over Magisch Maastricht als geheel. Dit is een stijging van 4% t.o.v. 2014. Per onderdeel wordt de sfeerverlichting het méést positief beoordeeld en het cultuurprogramma wordt het minst beoordeeld, dit laatste is waarschijnlijk te verklaren doordat dit onderdeel niet constant plaatsvindt in de stad. De gemiddelde duur van het bezoek aan Magisch Maastricht is in 2015 is bijna verdubbeld t.o.v. 2014. Dit is o.a. te danken aan het goed weer; de bezoekers blijven dan langer in de stad. De besteding van de meerdaagse bezoeker was gemiddeld € 172 per dag, dit is wederom een stijging t.o.v. 2014. In het bezoekersonderzoek, die als bijlage is toegevoegd, wordt hier uitvoeriger op ingegaan.

Naast de enquêtes hebben er ook op 11 locaties in de stad passantentellingen plaatsgevonden. Het resultaat van deze tellingen laat zien dat het drukker was t.o.v. 2014 en 2010, maar minder druk t.o.v. 2011 en 2012 (in 2013 kon er niet worden geteld). De resultaten van de passantentellingen zijn samengevoegd met data gegevens van Vodafone. Uit beiden resultaten heeft team Onderzoek en Statistiek geconcludeerd dat er tussen de 387.000 en 440.000 bezoekers in de stad zijn geweest. In het bezoekersonderzoek staat de gebruikte systematiek uitgelegd.

Deze mooie resultaten zijn mede te danken aan de positieve inzet én samenwerking van alle ondernemers, organisatoren, de stichting Vrijthof Mooi, het Centrummanagement, VVV Maastricht-Marketing en Gemeente Maastricht.

Maar het zal toch ieder jaar weer een nieuwe uitdaging zijn om ons stadsbreed evenement te concurreren met andere steden. Samenwerking in en om de stad én met de regio is hierbij een belangrijk onderdeel.



## 2. Inleiding

Dit verslag is o.a. samengesteld op basis van de evaluatiegesprekken met alle organiserende partijen. De organiserende partijen blijven zeer positief over het evenement. Er kwam wel kritiek over de lengte van de periode van Magisch Maastricht op het Vrijthof; de activiteiten op het Vrijthof zijn eerder afgelopen (voor Nieuwjaar) dan alle andere activiteiten in de rest van de stad. De organiserende partijen en de bezoekers geven het signaal dat alle activiteiten gelijk moeten lopen t/m het eind van de kerstvakantie. Dit blijft onduidelijk voor de bezoeker en inwoner en is ook voor VVV/ Maastricht Marketing moeilijk te communiceren. Voor komende edities zal worden gekeken hoe dit kan worden opgelost.

Op 28 november 2015 ging Magisch Maastricht van start met een spectaculaire opening op de Markt. Voor de Markt werd dit jaar gekozen i.p.v. het Vrijthof in het kader van de wens tot vernieuwing en verandering. Er werd deze editie nauw samengewerkt met 3FM/ Serious Request en de gemeente Heerlen. Het was een spectaculaire opening met een adembenemende show vol unieke optredens in en rondom het mooi verlichte Stadhuis, dat tevens diende als decor voor de openingsact. De Maastrichtse Burgemeester Penn-te Strake bood aansluitend een cheque aan burgemeester R. Rehwinkel van Heerlen aan ten bate van Serious Request 2015 en het goede doel "Keep them going". In dat project wordt aandacht gevraagd voor jongeren die moeten overleven in oorlogsgebieden. 3FM dj Giel Beelen sloot deze opening af met een spectaculaire act. Ondanks de regen is er veel publiek komen kijken. Een aantal horeca ondernemers van de Markt heeft gezorgd voor een heerlijke gratis kop soep voor het publiek.



### 3. De Pleinen/locaties

- **Het Vrijthof**

Zoals op onderstaande foto te zien is, valt er weinig toe te voegen.....het Vrijthof is hét kloppend hart van Magisch Maastricht en wordt ieder jaar beter gewaardeerd. De Stichting Vrijthof Mooi laat ook dit jaar weer zien dat de kwaliteit van het evenement groeit. In het bezoekersonderzoek wordt de kerstmarkt onveranderd met een 7 beoordeeld, dit is ongeveer gelijk aan de editie 2014. De schaatsbaan is met 82 % positief beoordeeld en de attracties met 66% ook positief. Nieuw dit jaar op het Vrijthof was het “Kasteel Mirakels” en stond voor de hoofdwacht; een grote kerstshop in de Anton Pieck sfeer met maar liefst 200 vierkante meter aan kerstshop plezier!





De kerstmarkt was zeer druk bezocht, het aanbod was meer dan voldoende en weer meer gevarieerd dan vorige edities. De meeste exploitanten, alsmede de exploitant van "Kasteel Mirakels" hebben toegezegd volgende editie weer terug te komen. Hieruit blijkt dat de kerstmarkt nog steeds een populair onderdeel is van Magisch Maastricht.

De schaatsbaan is en blijft een belangrijk onderdeel van Magisch Maastricht, vooral bij de jeugd/scholieren is het zeer succesvol. Wederom zijn alle scholen in Maastricht benaderd om gratis of met korting te komen schaatsen. Deze editie heeft de Stichting. Vrijthof Mooi weeskinderen van vluchtelingen de mogelijkheid gegeven om gratis te komen schaatsen. Hieraan hebben 58 kinderen deelgenomen.



- **Wyck**

Magisch Wyck werd ook deze editie met name georganiseerd op de Percée. Deze editie was de Percée ingericht met verkoop van kerstbomen, oliebollenkraam, en een mooie grote versierde kerstboom. Heel Wyck was weer mooi versierd, vooral de Stationsstraat – hieronder gezien richting NS Station -- zag er wederom betoverend uit.



- **Het Jekerkwartier**

Door zijn eigen specifieke en unieke karakter heeft het Jekerkwartier niet veel nodig om sfeer en beleving te creëren. De 2 originele Yurt-tenten, uit Mongolië, voorzien van houtkachels en muziek brengen voor veel mensen al een kerstgevoel met zich mee. Jammer dat de boom op het pleintje van het Rijksarchief was omgewaaid, maar desondanks was het ondernemend Jekerkwartier zeer tevreden, ook de bezoekers waren positief.

- **Maaspromenade**

Het kerstdorpje aan de kop van de St. Servaos Brögk zag er ook dit jaar weer sfeervol uit. Deze editie hebben de organisatoren wederom een aantal verbeteringen aangebracht. Het gehele “dorpje” was overkapt, Je kon hier overdekt genieten van lekker eten en drinken met een sfeervol achtergrondmuziekje. De organisatie was heel tevreden en zag veel passanten, vaak op weg terug naar het station, terugkomen om iets te eten of te drinken. Ook tijdens de jaarwisseling was dit een hele leuke plek om te verblijven.

- **Mosae Forum**

Ook de sfeerverlichting en de aankleding in het Mosae Forum zag er in 2015 weer patent uit. De feestverlichting wordt elk jaar stevig gesubsidieerd door het ondernemerscollectief. De “houten paraplu’s” zagen er goed uit. De kerstboom, met maar liefst zo'n 12.000 lampjes lijkt jaarlijks groter te worden en lokt veel mensen voor een fotomoment.



- **Markt**

De marktondernemers hebben deze editie i.s.m. het Centrummanagement en Gemeente Maastricht financieel bijgedragen aan de uitstraling van het stadhuis van binnen naar buiten. Dat stadhuis diende tevens als decor tijdens de opening van Magisch Maastricht. Zie foto.

In het kader van Serious Request hebben een aantal ondernemers van Markt Noord gratis soep uitgedeeld aan alle bezoekers. Dat werd zeer gewaardeerd. Ook de kerstterrassen op Markt Noord zagen er gezellig uit.



- **Het Stokstraatkwartier/Onze Lieve Vrouweplein**

Op het Onze Lieve Vrouweplein stond dit jaar de mooi gerestaureerde “Toine Pans”-kiosk waar optredens plaatsvonden van diverse muziekgezelschappen. Dit was in combinatie met de terrassen en de verlichting in de bomen een mooie aanvulling op het plein en bracht veel sfeer.

Het “pareltje” van het Stokstraatkwartier was dit jaar de kerststallenroute, georganiseerd door ondernemers i.s.m. OLV Basiliek. Ongeveer 20 internationale kerststallen kon je in diverse etalages aanschouwen met als mooie aanvulling een virtuele kerststal achter in de zaak van “de Moriaan”.

Voor komende editie ligt de focus om de kerststallenroute uit te breiden. Daarbij zal zo mogelijk in overleg met de pand eigenaars beschikbare ruimte in leegstaande panden worden benut.

Traditioneel vond op de 4e adventszondag (20 december) de kerstsamenzang plaats voor de OLV Basiliek. 1000 Stemmen op het plein vormden samen met Harmonie Kunst door Oefening o.l.v. Txemi Etxebarria een prachtig koor met orkest, waarmee Kerstmis werd ingeluid.



Bekende kerstliederen werden door velen uit volle borst meegezongen, dit jaar voor het laatst onder leiding van pastoor Fons Kurris. Voor de gelegenheid weer geplaatst in een hoogwerker,. Het gezang werd op een mooie manier afgewisseld met enkele kerstgedichten voorgedragen door pastoor Kurris en een warm kerstverhaal van de verteller bij uitstek Jan Janssen.



- **Overige locatie's;**

Op het Amorsplein was er dit jaar voor het eerst een vast podium gerealiseerd. Dit was een enorm succes, vele muziekgezelschappen hebben op het podium hun muziek laten horen. Bezoekers bleven staan om te luisteren óf veroverden een plekje op het terras rondom het podium.

De Entre-Deux is elk jaar weer opnieuw een beleving om door heen te lopen. De ondernemers-vereniging zorgt ieder weer dat de Entre-Deux er feeëriek uitziet!

In de Boschstraat hebben enkele ondernemers gezorgd voor meer sfeerverlichting, zodat ook daar Maastricht weer magischer is geworden.

#### **4. De sfeerverlichting**

De sfeerverlichting in de stad heeft wederom het hoogst gescoord in het bezoekersonderzoek. De waardering was onveranderd hoog. 90% van de bezoekers vindt de stad fantastisch versierd tijdens de kerstperiode. Mede dankzij de ondernemers en inwoners van de binnenstad, die via het Centrummanagement bijdragen aan de verlichting. Dit jaar hebben maar liefst 284 ondernemers en een aantal ondernemersverenigingen het ophangen van veel sfeerverlichting mogelijk gemaakt.

Nieuw dit jaar waren ;

- Boomkorven in de Stationstraat, daarmee worden de bomen ontzien.
- Het aanbrengen van raamverlichting in het Stadhuis i.s.m. ondernemers van de Markt, gemeente en centrummanagement
- Aanstraling bomen Vrijthof i.s.m. Vrijthofondernemers, ook om de bomen te ontzien.



## 5. Het Cultuurprogramma

Tijdens de 6<sup>e</sup> editie hebben circa 90 euregionale gezelschappen opgetreden waarvan circa 30 nieuwe gezelschappen. Totaal vonden er circa 235 optredens plaats op 20 locaties. Nieuw dit jaar waren optredens tijdens de woensdagmarkt en twee vaste podia, te weten op het Onze Lieve Vrouweplein en het Amorsplein. Meer mensen gaven aan een of meerdere optredens te hebben gezien

Ook heeft het Centrummanagement in samenwerking met het VVV/Maastricht Marketing en NS een consumentenactie opgezet waarbij Magisch Maastricht startte in de trein naar Maastricht; reizigers konden een dagje Magisch Maastricht winnen met een unieke en persoonlijke performance van het Magisch Cultuur Festival onderweg in de trein naar Maastricht.



Het Centrummanagement heeft haar samenwerking ook deze editie weer uitgebreid met (culturele) instellingen als; Kumulus, Centre Ceramique, Talentklas Conservatorium Maastricht, Kunstbende Limburg, United World College, LVO Maastricht en Kunsthuis Theo Hübens.



## 6. Marketing en Promotie

In nauwe samenwerking met Gemeente Maastricht en Centrummanagement heeft VVV/ Maastricht Marketing zich ingezet om deze editie van Magisch Maastricht (inter)nationaal in de spotlight te zetten en de magie van de stad zo goed als mogelijk te verspreiden. Onderstaand een beknopt overzicht van de activiteiten die het VVV/Maastricht Marketing specifiek voor de magische decembermaand in 2015 hebben gerealiseerd:

- ★ Realisatie van een 4 talige (NL, DU, FR, ENG) website Magisch Maastricht met een overzicht van het compleet aanbod (> 370.000 bezoeken waarvan > 275.000 uniek).
- ★ Het voeren van een actieve social media campagne en online marketing campagne.  
Google Adwords: bijna 1,3 miljoen vertoningen en > 40.000 clicks.  
Facebook advertenties en promotie posts: > 340.000 vertoningen en > 11.000 clicks.



- ★ Realisatie van zowel een nationale billboard campagne van JCDecaux (gedurende twee weken, ter waarde van € 250.000, bereik meer dan 5,7 miljoen personen) alsook een extra billboard en venster campagne in Noord-Brabant (gedurende twee weken in Eindhoven, Tilburg, Den Bosch en Breda, ter waarde van € 21.000).
- ★ Realisatie van een specifiek 'getargette' mobile marketing campagne op NS stations in Utrecht, Den Bosch, Eindhoven, Weert, Roermond, Sittard waarbij out-of-home werd gecombineerd met een banner campagne op nationale websites. Alles geënt op de boodschap Magisch Maastricht: een cadeautje. Win elke week een weekend Magisch Maastricht.
- ★ Realisatie van een grote joint promotion actie met NS.nl, via alle NS kanalen en de Spoordeelwinkel.
  - 1.) Een uitgebreide communicatie mix van o.a. out-of-home op station Den Bosch, Eindhoven, Tilburg, Breda, Venlo, Roermond, Sittard en Heerlen (posters naast de aanduidingsborden) aangevuld met folderdistributie, online promotie via diverse plaatsingen op ns.nl algemeen, bij events, een actie via NS intranet speciaal voor medewerkers, vermelding in diverse e-nieuwsbrieven van NS en de Spoordeelwinkel, aangevuld met een mooie Spoordeelwinkel aanbieding.
  - 2.) Daarnaast zijn we gestart met een consumentenactie waarbij Magisch Maastricht startte in de trein naar Maastricht; reizigers konden en dagje Magisch Maastricht winnen met een unieke en persoonlijke performance van het Magisch Cultuur Festival onderweg in de trein naar Maastricht. Alles in het kader van Magisch Maastricht: een cadeautje!
- ★ Realisatie publiciteit over Magisch Maastricht in talrijke (inter)nationale media. Zo stond het AD Magazine op 24 december '15 met de kerstspecial in het teken van Magisch Maastricht, met een mooie cover en 10 pagina's in het binnenwerk (bereik 1,8 miljoen en mediawaarde van ruim € 200.000), stond er ook al een mooie vermelding in AD Magazine van 28 november '15. Verscheen Magisch Maastricht daarnaast o.a. ook in Telegraaf (bereik 1,5 miljoen, zowel in print als online), Grazia, Veronica Magazine, Weekblad van het Meetjesland en Weekkrant De Beiaard (B). Tevens tv aandacht o.a. via WDR (D), maar ook online via Kabinett-online.de (D), telegraaf.nl, dagjeweg.nl, ns.nl, spoordeelwinkel.nl en vele andere.
- ★ Realisatie diverse promotie acties door middel van de uitvoering radio, online en print campagnes met partners zoals Media Groep Limburg, L1 radio & TV, Veolia, hit fm (B), Week in Week uit en AenC Media.
- ★ Diverse joint-promotions met landelijke organisaties lezersaanbiedingen waaronder een aanbieding en Bel & Win acties i.s.m. bijvoorbeeld Dagblad de Limburger & Limburgs Dagblad.

- ★ Productie en actieve verspreiding van ruim 65.000 exemplaren van de Magisch Maastricht flyer en 65.000 exemplaren van de Magisch Maastricht Special (i.s.m. A&C Media - 1Maastricht|Meerssen) welke huis-aan-huis verspreid zijn in Maastricht en Meerssen.

## 7. Bereikbaarheid

De opgave van project Bezoekersaanpak van Maastricht Bereikbaar is om op topdagen 600 – 1.000 auto's minder het centrum in te laten rijden. Uit gegevens van mobiele telefoons (viewdat) blijkt dat Magisch Maastricht de drukste periode van het jaar is:

- Herkomst Limburg: naar regelmatige bezoekers (3-9 bezoeken per maand), incidentele bezoekers (1-2 bezoeken per maand). Tijdens de kerstvakantie is wel het aantal frequente bezoekers (>9 bezoeken per maand) uit Limburg lager.
- Rest Nederland: alle, maar ook de belangrijkste herkomstprovincies (Noord-Brabant, Noord-Holland en Zuid-Holland) leveren tijdens Magisch Maastricht het meeste bezoekers.
- Buitenland: België staat met stip op 1 als herkomstland en december is de piekmaand voor bezoek aan Maastricht.

Inzet benuttingsmaatregelen Magisch Maastricht 2015:

| Wat  | Voor wie                 | Prijs         |
|--|--------------------------|---------------|
| Evenementenfietsenstalling: Mosae Forum en Vrijthof  | Bewoners                 | gratis        |
| Korting OV: Veolia (Heuvellandlijn) en NS (Sittard – Eijsden)*   | Bezoekers uit Z-L        | €2 p.p. trein |
| P+R Maastricht Noord: nieuwe propositie per 28/11/2015   | Bezoekers                | €1 p.p. bus   |
| Communicatie   | Bezoekers / stakeholders |               |
| Monitoring en evaluatie: enquêtes onder gebruikers / reizigers €2 kaartje en analyse met behulp van view.dat |                          |               |

\* Zowel VVV/Maastricht Marketing als Centrummanagement Maastricht ondersteunen deze maatregel met een financiële bijdrage en promotionele inspanningen.



### Bijzonderheden t.o.v. 2014:

- nieuwe propositie P+R Maastricht Noord: prijs natransport lijn 100 van €1 per auto naar €1 pp
- in 2014 en jaren daarvoor was €2 kaartje Heuvellandlijn op beide richtingen geldig, dus ook vanuit Maastricht. N.a.v. Serious Request is dit in 2015 omgevormd tot dagretour uitsluitend geldig richting Maastricht, aangezien besprekingen met Gemeente Heerlen hierover hebben niet geleid tot een samenwerking.
- verkoop €2 kaartje ook online:
  - Veolia tickets: online verkoop als extra kanaal naast verkoop via kaartautomaat op station
  - NS tickets uitsluitend beschikbaar via online verkoop
- minder inzet communicatiemiddelen (met name geen ABRI's in Parkstad)

## Doelbereik project Magisch Maastricht 2015:

|  |  | 2014    | 2015    | Spitsmijdingen 2015                           |
|--|--|---------|---------|---|
| P+R Maastricht Noord                                       | totaal aantal reizigers lijn 100                     | 21.310  | 27.598  | => 319 minder auto's gemiddeld per dag        |
|  | Reizigers gemiddeld per dag                          | 609     | 798     | => 514 minder auto's gemiddeld per weekenddag |
|  | Gerealiseerde groei t.o.v. voorgaand jaar            | ca. 26% | ca. 30% |   |
| €2 kaartje   | totaal aantal verkochte kortingstickets              | 11.500  | 9.564   | => 313 minder auto's gemiddeld per weekenddag |
|  | Gerealiseerde groei t.o.v. voorgaand jaar            | 46%     | - 16%   |   |
| Fietsenstalling  | Geen metingen in termen van effect op spitsmijdingen |         |         |   |
| Communicatie   |  |         |         |   |
| Doelbereik op weekenddagen tijdens Magisch Maastricht: 83% |  |         |         |   |



## 8. Financiën

Editie 2015 is in financieel opzicht volgens verwachting verlopen. De gemeentelijke bijdragen voor Promotie en Marketing en het Magisch Cultuurfestival zijn uitgekeerd op basis van het vereiste dat beide partners (het Centrummanagement en VVV/Maastricht-Marketing) erin zijn geslaagd om de subsidie met behulp van de markt te verdubbelen.

Financieel gezien kent het onderdeel Vrijthof van Magisch Maastricht jaarlijks een betere exploitatie. Ook dit jaar heeft het evenement, afgezien van de schaatsbaan, goed gedraaid. De exploitatie van de schaatsbaan blijft qua kostendekking achter bij de verwachtingen. Voor de editie 2015 is een tekort geconstateerd, dat lager uit is gekomen dan voorgaande edities. Daarom wordt beroep gedaan op de garantstelling, dat is gehonoreerd.

## 9. Organisatie

Nogmaals willen wij benadrukken dat Magisch Maastricht een stadsbreed evenement is en wordt georganiseerd vóór en dóór de stad! Naast alle organiserende partijen zoals ondernemers, ondernemersverenigingen en culturele instellingen, is er een optimale facilitering van het evenement gericht projectteam Magisch Maastricht.

Dat bestond voor 2015 uit :

|                        |   |
|------------------------|---|
| <i>Jelle Ummels</i>    | <i>Centrummanagement Maastricht</i>           |
| <i>Emmelyn Gijzen</i>  | <i>VVV/ Maastricht- Marketing</i>             |
| <i>Shirley Hupkens</i> | <i>Projectmedewerker, gemeente Maastricht</i> |
| <i>Wim Jan Doelman</i> | <i>Projectleider, gemeente Maastricht</i>     |

De taakverdeling binnen de projectteam zag er als volgt uit:

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

Na deze editie heeft Jelle Ummels, wegens het aanvaarden van een andere baan, afscheid genomen van het projectteam. Wij bedanken haar voor haar zeer energieke inzet op alle onderdelen van Magisch Maastricht in de afgelopen 4 jaar .

### **Foto's;**

- Hans van Eijsden
- Jean-Pierre Geussens (Focus 22)

### **Bijlage:**

Samenvatting bezoekersonderzoek Magisch Maastricht 2015