



Gemeente Maastricht

> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

Aan de leden van de gemeenteraad.

Postbus 1992
6201 BZ MAASTRICHT

BEZOEKADRES
Mosae Forum 10
6211 DW

POSTADRES
Postbus 1992
6201 BZ Maastricht
WWW.GEMEENTEMAASRICHT.NL

ONDERWERP
Evaluatie Magisch Maastricht 2015

DATUM
15 november 2016
Verzonden 18-11-2016

BIJLAGEN
2

BEHANDELD DOOR
Wim Jan Doelman

DOORKIESNUMMER
043 - 350 4470

ONZE REFERENTIE
2016-36799

E-MAILADRES
Wimjan.doelman@maastricht.nl

FAXNUMMER

UW REFERENTIE

Geachte leden van de gemeenteraad,

Inleiding

Graag bied ik u ter informatie bijgaande evaluatie van het evenement Magisch Maastricht 2015 aan. De editie 2015 is alweer de 6^e editie van Magisch Maastricht. Deze evaluatie is tot stand gekomen via diverse evaluatiegesprekken met organisatoren en andere partijen in de stad.

Daarnaast heb ik meegezonden een samenvatting van het door het team Onderzoek en Statistiek uitgevoerde bezoekersonderzoek. Dat rapport is samengesteld op grond van 466 enquêtes, die tijdens Magisch Maastricht zijn gehouden.

Resultaten op hoofdlijnen

- *De locaties*

Het Vrijthof werd gewoontegetrouw heel goed bezocht. De kwaliteit van de afwerking wordt jaarlijks hoger. Het Kasteel Mirakels, goed gevuld met kerstartikelen, bleek een gewaardeerde toevoeging te zijn. Op het Onze Lieve Vrouweplein en in het Stokstraatkwartier heerste een rustige kerstsfeer in mooi contrast met de drukke winkelstraten. De Kerststallenroute, het cultuurprogramma in de Toine-Pans-kiosk te midden van de kerstterrassen en door de OLV-basiliek georganiseerde Driekoningenstoet en het 1000-stemmenkoor bleken ook deze editie weer een schot in de roos.

Het Jekerkwartier, ook sfeervol en intiem, hield de traditie Kerst in de twee Yurt-tenten in stand, waarin je kon genieten van muziek, workshops, en lekker eten en drinken.

Het pleintje op de Kesselskade, bij de kop van de Auw Brök, ontwikkelt zich meer en meer tot een gezellig en knus kerstdorpje, waar bezoekers en vertrekkende treinreizigers even stoppen om wat van de lekkernijen te proeven.

Daarnaast waren er nog diverse kleinere activiteiten in en rondom Wijck, Amorsplein, Entre Deux en de Markt/Mosae Forum.

- *De sfeerverlichting*

In 2015 hebben deze editie maar liefst 284 ondernemers en ondernemersverenigingen in samenwerking met het Centrummanagement Maastricht het ophangen van de sfeerverlichting in de huidige omvang mogelijk gemaakt. In meerdere straten worden de guirlandes nu versterkt



DATUM
15 november 2016

door verlichte bollen, die het profiel van de straat ondersteunen. Het beeld van de Stad in Licht wordt onveranderd heel hoog gewaardeerd.

- *Het Magisch Cultuurfestival*

Tijdens deze 6^e editie vonden er ongeveer 235 optredens plaats op 20 locaties in de stad. De waardering was goed, maar de vindbaarheid van de optredens blijkt voor verbetering vatbaar. Voor 2016 wordt daarom overgegaan naar horizontale programmering op vaste locaties.

- *Het Bezoekersonderzoek*

In de editie 2015 is 92% van de geïnterviewden positief over Magisch Maastricht als geheel. De bezoeker beoordeelt zijn bezoek met gemiddeld een 8,1. Per onderdeel wordt de sfeerverlichting het meest positief beoordeeld. Het aantal bezoekers tijdens Magisch Maastricht wordt op basis van passantentellingen en telefoongegevens geschat op afgerond 400.000. De gemiddelde besteding van de bezoeker was dit jaar € 72,86 per dag, dit is een stijging van €11,38 ten opzichte van 2014. De meerdaagse bezoeker laat beduidend meer achter in de stad, in 2015 circa €172. December wedijvert mede daardoor met de maand augustus om het grootst aantal overnachtingen per maand in Maastricht.

- *Financiën*

De editie 2015 is in financieel opzicht volgens verwachting verlopen. De gemeentelijke bijdragen voor Promotie en Marketing en het Magisch Cultuurfestival zijn verdubbeld door respectievelijk VVV- Maastricht-Marketing en Centrummanagement Maastricht en ingezet voor een zeer geslaagde promotie van het stadsbrede evenement en het Magisch Cultuurprogramma.

Op het Vrijthof blijft de exploitatie van de schaatsbaan qua kostendekking sterk achter waardoor er voor editie 2015 een fors tekort is geconstateerd. Op basis van de ingediende en door de gemeente geaccepteerde jaarrekening (juli/augustus 2016) is de gehele garantstelling van €90.000,- uitgekeerd.

Vervolg/Planning

Op dit moment is de organisatie van de editie 2016 in volle gang. De editie 2016 zal plaatsvinden vanaf 2 december 2016 tot en met 1 januari 2017. Op 2 december zal het Magisch openingsspektakel worden georganiseerd op het Vrijthof, waarvoor u een uitnodiging zult ontvangen. De organisatie op het Vrijthof zal vanaf deze editie worden uitgevoerd door Stichting Winterevents Maastricht.

Wij wensen hen veel succes bij het realiseren van hun plannen.

Hoogachtend,
Namens het College van Burgemeester en Wethouders

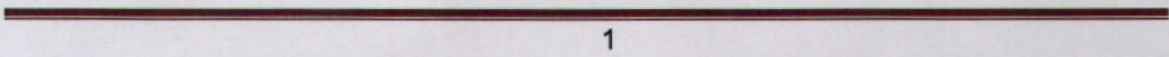
John Aarts,
Wethouder Economie, Mobiliteit en Financiën.

Magisch Maastricht



Evaluatie editie 2015

Butcher's



Inhoudsopgave

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

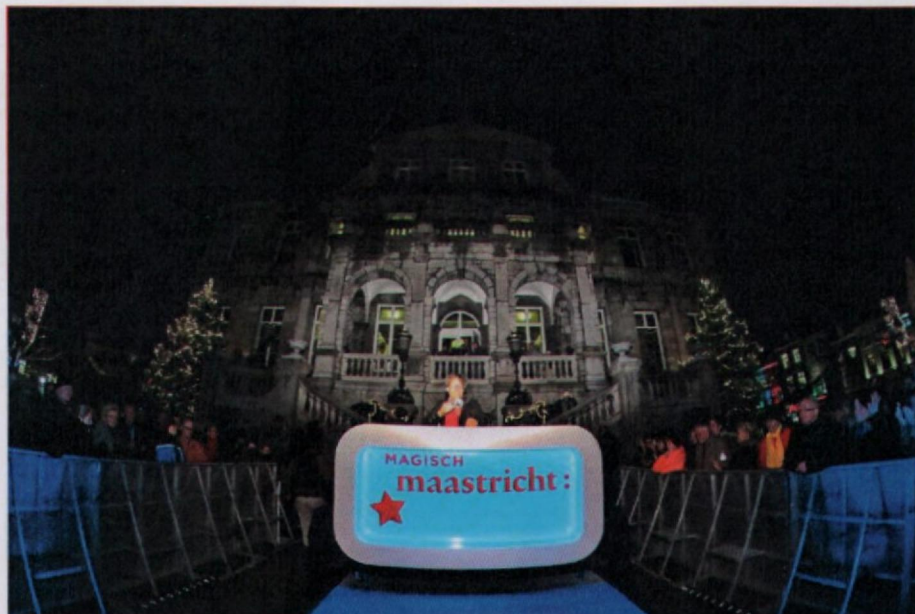
1. Samenvatting

Editie 2015 was alweer het 6^e 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 werd en 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. Servaas Bröggk 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^e 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 Eijnsden
-Jean-Pierre Geussens (Focus 22)

Bijlage:
Samenvatting bezoekersonderzoek Magisch Maastricht 2015



Samenvatting

Bezoekersonderzoek Magisch Maastricht 2015



Gemeente Maastricht

Bijlage 3

Datum	April 2016
Opdrachtgever	Gemeente Maastricht Team Economie & Cultuur Wim-Jan Doelman (Projectleider Magisch Maastricht) T 043 350 4470 Email: wimjan.doelman@maastricht.nl Mosae Forum 10 Postbus 1992 6201 BZ Maastricht
Opdrachtnemer	Team Onderzoek en Statistiek Gemeente Maastricht Manon Bronckers / Camiel de Bruijn T 043 350 5295 / 043 350 4815 E-mail: manon.bronckers@maastricht.nl / camiel.de.bruijn@maastricht.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Achtergrond	4
1.2	Onderzoeksvragen	4
1.3	Respons	4
2	Resultaten	5
2.1	Waardering Magisch Maastricht als geheel	5
2.2	Waardering Magisch Maastricht per onderdeel	5
2.3	Herkomst bezoekers	6
2.4	Leeftijd	6
2.5	Redenen bezoek Maastricht	7
2.6	Bekendheid Magisch Maastricht	7
2.7	Duur bezoek aan Magisch Maastricht	8
2.8	Bestedingen	9
2.9	Overnachtingen	9
2.10	Omschrijving Magisch Maastricht	10
2.11	Terugkerende bezoekers	10
2.12	Rapportcijfer	11
3	Bezoekerstellingen	12
3.1	Handmatige bezoekerstellingen	12
3.2	Bezoekerstellingen Viewdat-gegevens	13
3.3	Vergelijking passantentellingen	13

1.1 Achtergrond

Magisch Maastricht is sinds 2010 een jaarlijks terugkerend stadsbreed winterevenement. Het evenement is een cadeautje voor alle bezoekers en bewoners van de stad. Mede door de inzet en samenwerking tussen diverse partijen zoals Stichting Vrijthof Mooi, Centrummanagement Maastricht, VVV/Maastricht Marketing en Gemeente Maastricht wordt het evenement elk jaar succesvoller. Ook zijn diverse ondernemers, ondernemersverenigingen, stichtingen en culturele instellingen weer actief geweest met de aankleding van de openbare ruimte, de organisatie van activiteiten en de programmering op de diverse deellocaties binnen de stad.

Net als voorgaande jaren heeft de organisatie van Magisch Maastricht het team O&S van de Gemeente Maastricht benaderd om een evaluatie voor de editie 2015 uit te voeren onder de bezoekers conform de opzet van voorgaande jaren. Tijdens het evenement is door team O&S een uitgebreide evaluatie uitgevoerd onder de bezoekers van het evenement. Deze evaluatie is verwerkt in dit rapport betreffende de beleving van- en de ervaring met Magisch Maastricht 2015.

1.2 Onderzoeksvragen

De evaluatie van Magisch Maastricht 2015 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 ontwikkelt Magisch Maastricht zich ten opzichte van voorgaande jaren?
- ✓ Hoe verhouden de bezoekersaantallen in 2015 zich tot Magisch Maastricht 2010, 2011, 2012, 2013 en 2014?

Na overleg met de opdrachtgever zijn uit de bovenstaande onderzoeksvragen de volgende deelvragen voortgevloeid:

- ✓ Hoe kan Magisch Maastricht 2016 verbeterd worden op basis van de beleving van de bezoekers in 2015?
- ✓ Hoe kan de tevredenheid van de bezoekers over de kerstmarkt voor 2016 vergroot worden op basis van de beleving van de bezoekers in 2015?
- ✓ Hoe kan het Centrummanagement de culturele planning voor 2016 verbeteren op basis van de beleving van de bezoekers in 2015?
- ✓ Hoe kan het Centrummanagement de stadsbrede sfeerverlichting voor 2016 verbeteren op basis van de beleving van de bezoekers in 2015?
- ✓ Hoe kan VVV/ Maastricht Marketing de promotie voor 2016 verbeteren op basis van de beleving van de bezoekers in 2015?

1.3 Respons

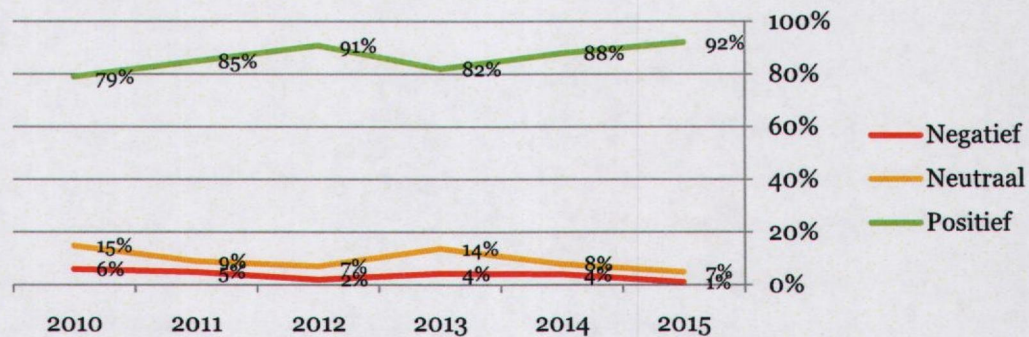
Tijdens Magisch Maastricht 2015 zijn 466 enquêtes uitgevoerd. De respons van 466 enquêtes is voldoende om met een statistische betrouwbaarheid van 95% uitspraken te kunnen doen over alle bezoekers aan Magisch Maastricht 2015.

2 Resultaten

2.1 Waardering Magisch Maastricht als geheel

Figuur 1 laat zien dat 92% van de ondervraagden positief (goed of zeer goed) is over Magisch Maastricht als geheel. Minder dan 1% van de ondervraagden vindt Magisch Maastricht slecht of zeer slecht, en 5% heeft een neutrale mening. Zoals te zien is in de vergelijking met voorgaande jaren is het aantal negatieve of neutrale meningen gedaald (respectievelijk 3% en 3%) en het aantal positieve waarderingen gestegen (4%).

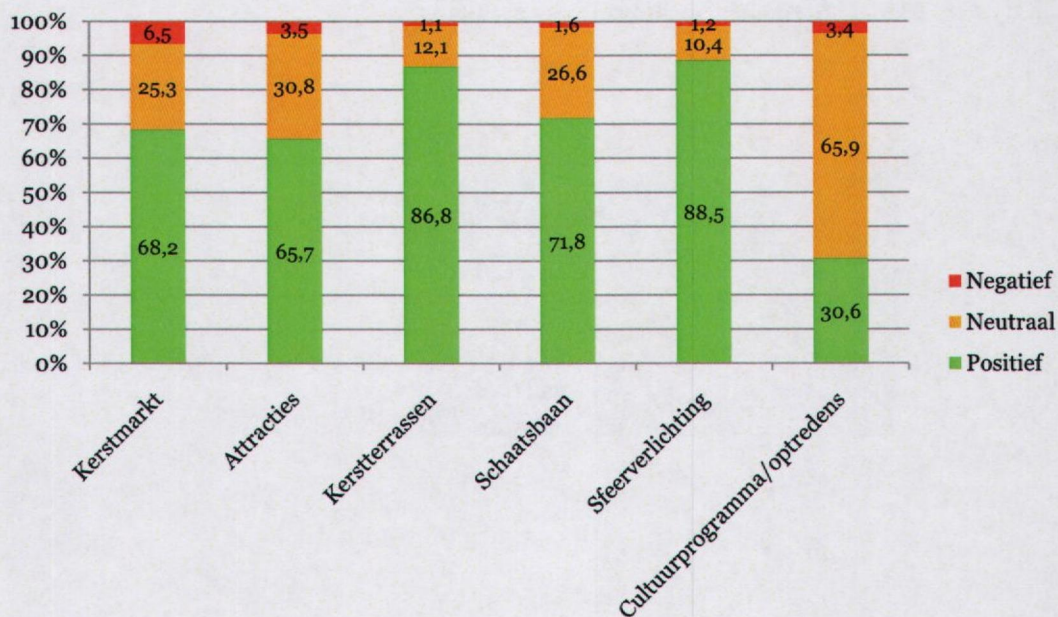
Figuur 1 Waardering bezoekers Magisch Maastricht als geheel 2010-2015 (%)



2.2 Waardering Magisch Maastricht per onderdeel

In figuur 2 is de waardering voor de verschillende onderdelen van Magisch Maastricht tussen 2010-2015 weergegeven. Zoals af te lezen uit de figuur wordt de sfeerverlichting in 2015 het 'meest positief' beoordeeld (88,4% zeer goed of goed) en het cultuurprogramma relatief het 'minst positief' (30,1% zeer goed of goed). Ten opzichte van 2014 zijn er weinig opvallende veranderingen in de waardering van de diverse onderdelen van Magisch Maastricht 2015. Opvallend is wel dat de positieve waardering lichtelijk gedaald is; over alle onderdelen is deze daling tussen de 1% en 9%.

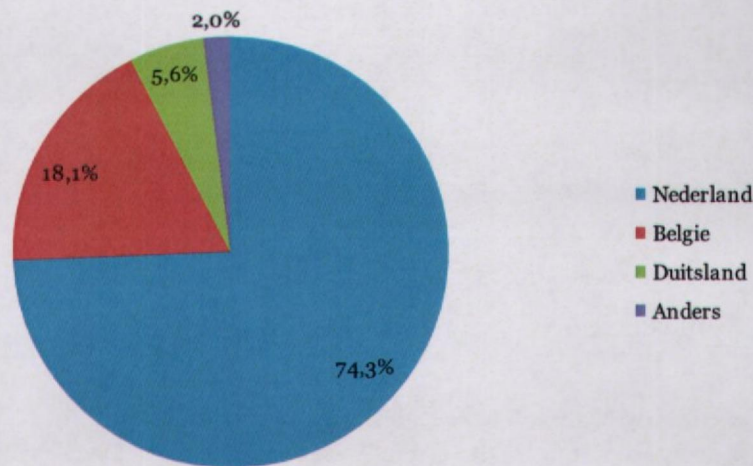
Figuur 2 Waardering per onderdeel 2010-2015 (%)



2.3 Herkomst bezoekers

Zoals te zien is in figuur 3 zijn de meeste bezoekers afkomstig uit Nederland (74,3%). De Belgische bezoekers vormen ook een grote groep van de bezoekers (18,1%). De meeste Nederlandse bezoekers zijn afkomstig uit Limburg (28,9%) en Noord-Brabant (12,4%). Het overgrote deel van de buitenlandse bezoekers is van Belgische komaf (17,4%). Van de ondervraagde Limburgers is 35,3% afkomstig uit Maastricht; dit is 10,5% van het totaal aantal ondervraagde bezoekers.

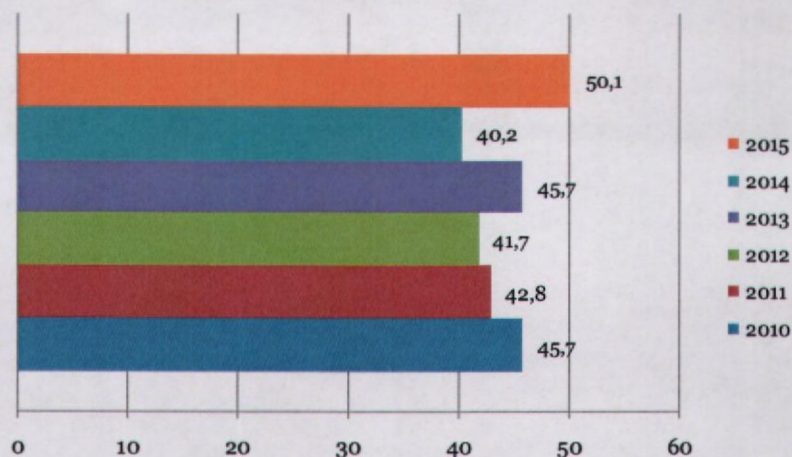
Figuur 3 Herkomst ondervraagde bezoekers 2015 (%)



2.4 Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van de ondervraagde bezoekers van Magisch Maastricht is 50 jaar. De jongste ondervraagde bezoeker was 16 jaar en de oudste 82. Figuur 4 laat een vergelijking van de gemiddelde leeftijd van de ondervraagde bezoekers tussen 2010 en 2015 zien.

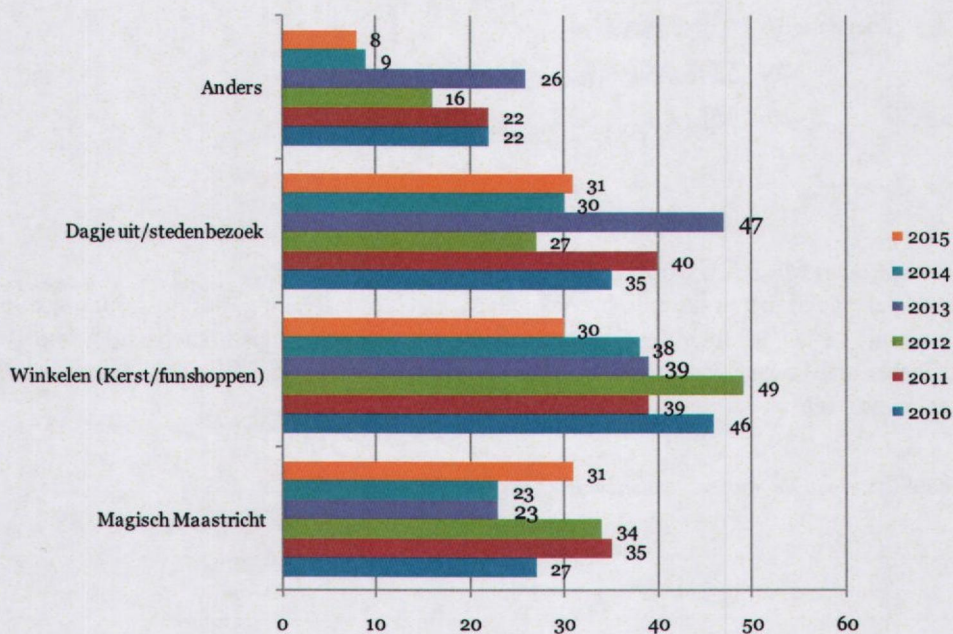
Figuur 4 Gemiddelde leeftijd ondervraagde bezoekers 2010-2015



2.5 Redenen bezoek Maastricht

In figuur 5 is te zien hoe de redenen voor het bezoek aan Maastricht zijn veranderd ten opzichte van voorgaande jaren. De meest genoemde reden om Maastricht te bezoeken is in 2015 volgens de ondervraagden een dagje uit/stedenbezoek (31%) of een bezoek aan Magisch Maastricht (31%). Ook winkelen is een veelgenoemde reden (30%). Ten opzichte van 2014 zijn de ondervraagden die aangeven Maastricht te bezoeken vanwege hun bezoek aan Magisch Maastricht gestegen (8%). Opvallend is dat het aantal mensen dat aangeeft Maastricht te bezoeken om te winkelen relatief veel gedaald is (8%).

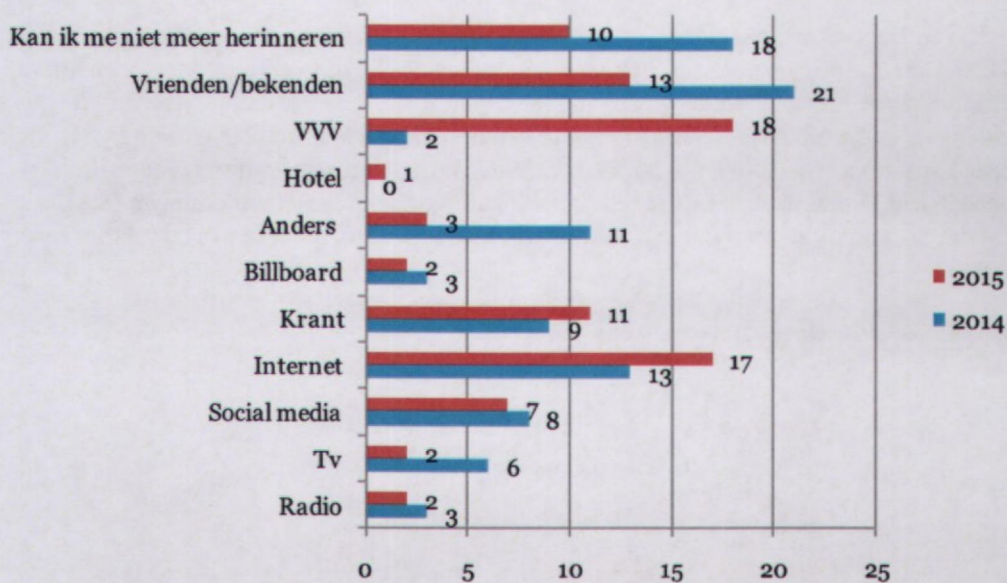
Figuur 5 Redenen voor bezoek aan Maastricht 2010-2015 (%)



2.6 Bekendheid Magisch Maastricht

In 2015 is 85% van de ondervraagden bekend met Magisch Maastricht. Dit is een daling van 9% ten opzichte van 2014 toen nog 94% van de ondervraagden aangaf van Magisch Maastricht gehoord te hebben. Van de ondervraagden die bekend zijn met Magisch Maastricht zijn het internet en via de VVV de meest genoemde manieren waarop zij hebben gehoord van Magisch Maastricht (respectievelijk 17% en 18%). Ook via vrienden en bekenden hebben relatief veel bezoekers gehoord over Magisch Maastricht (13%). Figuur 6 laat de veranderingen zien in de manieren waarop bezoekers gehoord hebben over Magisch Maastricht ten opzichte van 2014. Vergelijkingen met eerdere jaren zijn niet mogelijk in verband met een andere vraagstelling. In de categorie 'anders' zijn veelgenoemde antwoorden 'Ik woon in

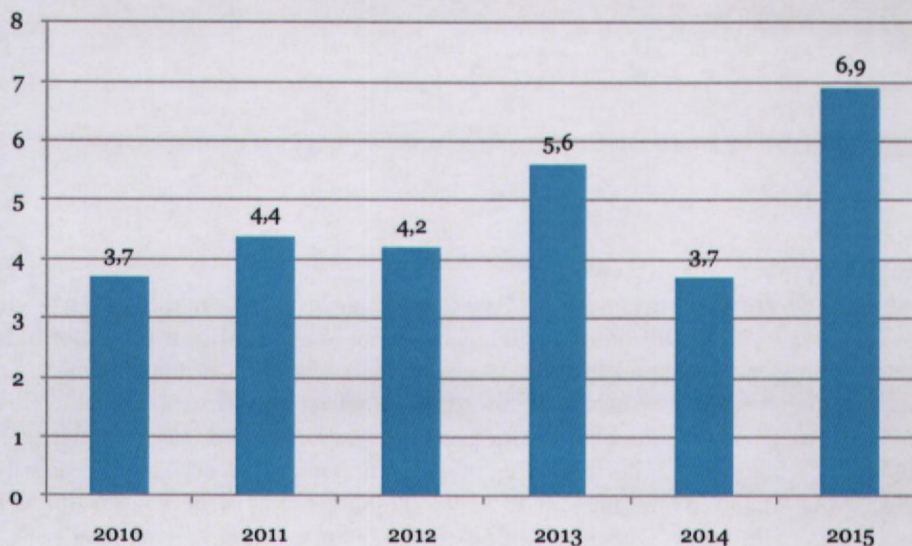
Figuur 6 Manieren waarop de bezoeker heeft gehoord over Magisch Maastricht 2014-2015 (%)



2.7 Duur bezoek aan Magisch Maastricht

In 2015 geven de ondervraagden aan dat hun bezoek aan Magisch Maastricht gemiddeld 6,9 uur duurt (zie Figuur 7). Dit is bijna een verdubbeling ten opzichte van 2014 (3,7 uur). De Maastrichtenaren geven aan zo'n drie uur op Magisch Maastricht door te brengen. Dit is vrijwel gelijk aan 2014; toen bezochten inwoners van Maastricht gemiddeld 2,8 uur Magisch Maastricht.

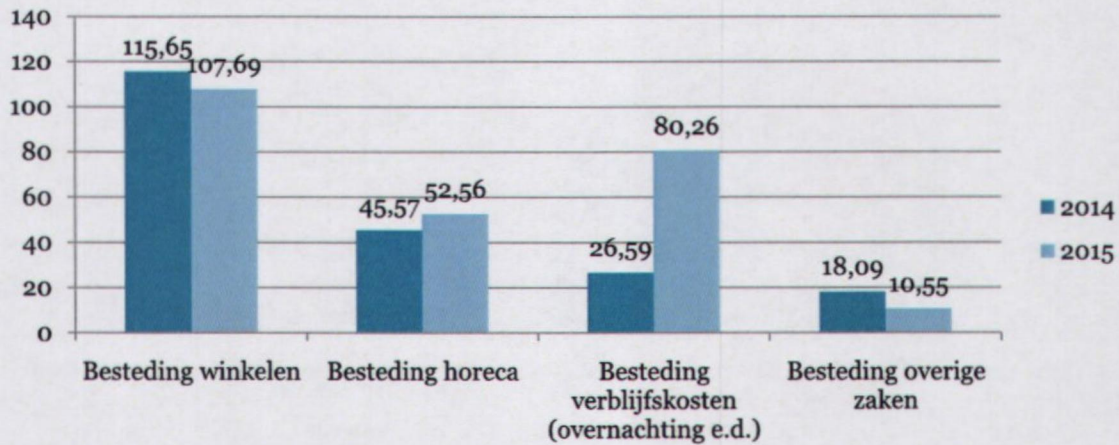
Figuur 7 Gemiddelde duur bezoek Magisch Maastricht (2010-2015)



2.8 Bestedingen

In figuur 8 zijn de gemiddelde bestedingen per categorie (winkelen, horeca, verblijfskosten, overige zaken) geïllustreerd zoals deze zijn aangegeven door de ondervraagde bezoekers aan Magisch Maastricht 2014-2015.

Figuur 8 Gemiddelde bestedingen bezoekers Magisch Maastricht 2014-2015 in euro

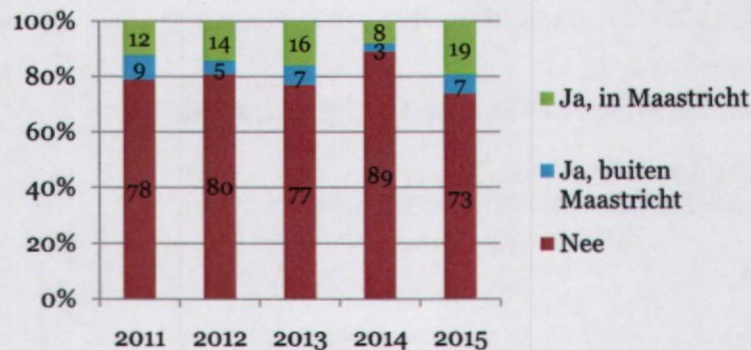


Opgeteld over de vier aangegeven categorieën bestedingen is de totale besteding van de ondervraagde bezoekers per dag €251,06. Over de vier categorieën als geheel is de gemiddelde besteding €72,86. Zoals te zien is in figuur 8 zijn de bestedingen voor horeca, verblijfskosten en overige zaken gestegen (respectievelijk €6,99 en €53,67) en voor winkelen en overige zaken gedaald (respectievelijk €7,96 en €7,54). Het gemiddelde van de vier soort bestedingen lag in 2014 op €51,48 en is dus in 2015 met €11,38 gestegen ten opzichte van het voorgaande jaar.

2.9 Overnachtingen

Van de ondervraagde bezoekers geeft 16,1% aan te blijven overnachten na hun bezoek aan Maastricht, waarvan 19% in Maastricht en 7,1 buiten de stad. Bijna drie kwart van de bezoekers geeft aan niet te blijven overnachten (73%). De bezoekers die wel blijven overnachten geven aan gemiddeld 1 nacht te blijven; dat is één nacht minder dan in 2012 en 2014 en twee nachten minder dan 2011 en 2013. Figuur 9 illustreert het aantal ondervraagde bezoekers dat wel, niet of misschien in Maastricht zou overnachten tussen 2011 en 2015.

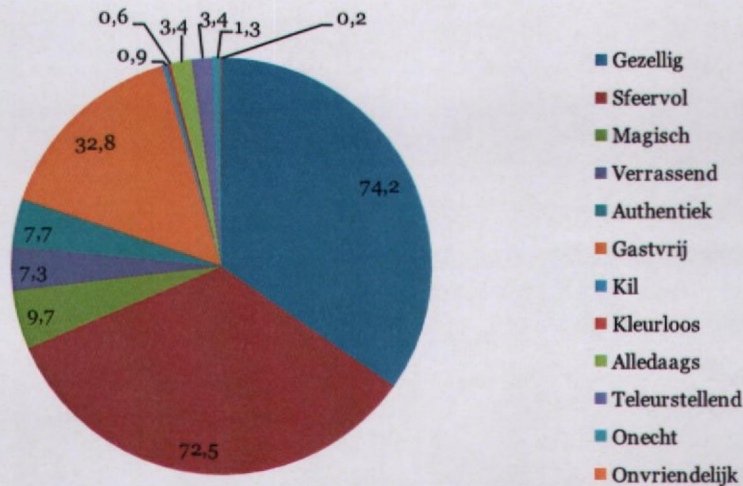
Figuur 9 Overnachtingen in Maastricht 2011-2015



2.10 Omschrijving Magisch Maastricht

Ook in 2015 is de bezoekers van Magisch Maastricht gevraagd welke beschrijving zij het beste vinden passen bij Magisch Maastricht. Figuur 9 laat zien dat de bezoekers in 2015 Magisch Maastricht vooral 'gezellig' (74,2%) en 'sfeervol' (72,5%) vinden. Ook gastvrij (32,8%) is een veelgenoemd antwoord.

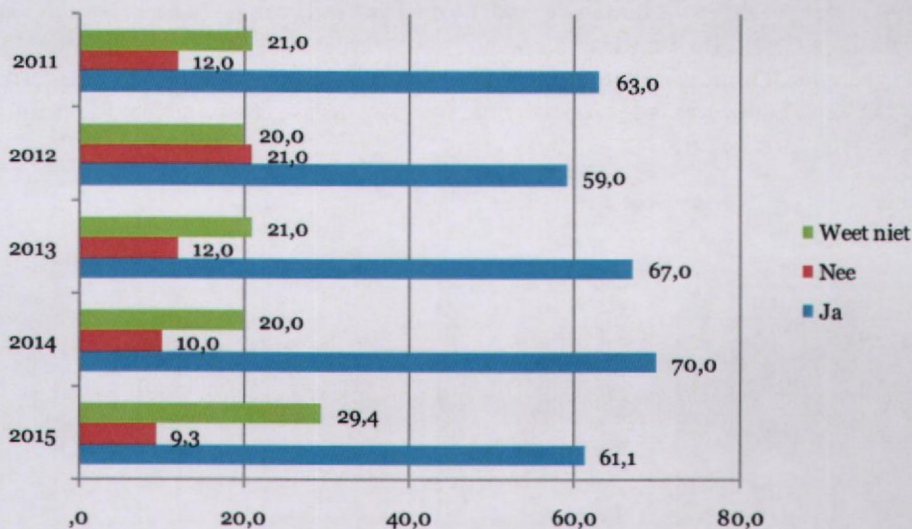
Figuur 9 Gebruikte beschrijvingen Magisch Maastricht (%)



2.11 Terugkerende bezoekers

Zoals in figuur 21 te zien is, geeft 61,1% van de ondervraagde bezoekers aan naar verwachting Magisch Maastricht volgend jaar weer te bezoeken. Van de ondervraagde Maastrichtenaren zegt 89,8% voornemens te zijn Magisch Maastricht in 2016 te bezoeken; dit is een stijging van bijna 20% ten opzichte van 2014. Figuur 22 laat zien hoe de voornemens om Magisch Maastricht ook in een volgend jaar te bezoeken zijn veranderd tussen 2011 en 2015.

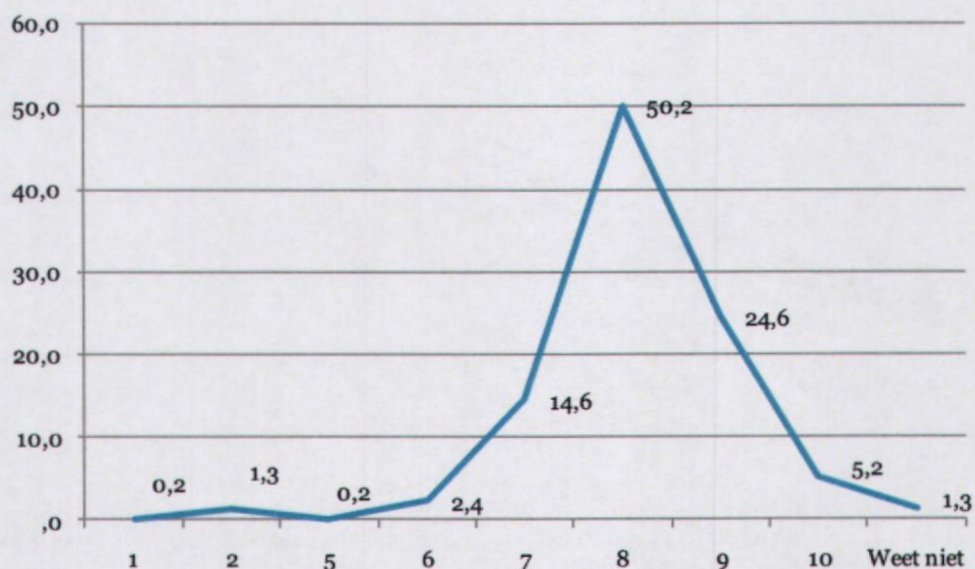
Figuur 10 Voornemens bezoeken volgende editie Magisch Maastricht 2011-2015 (%)



2.12 Rapportcijfer

De bezoekers van Magisch Maastricht 2015 beoordelen hun bezoek aan Maastricht gemiddeld met een 8,1 (zie figuur 11). Hierbij is 1 het laagste cijfer en 10 het hoogste. Ook geeft 1,3% van de ondervraagden aan niet te weten met welk rapportcijfer ze hun bezoek aan Maastricht beoordelen. De Maastrichtenaren zijn ook positief over Magisch Maastricht; gemiddeld beoordelen zij Magisch Maastricht met een 7,8 als rapportcijfer.

Figuur 11 Rapportcijfer Magisch Maastricht 2015

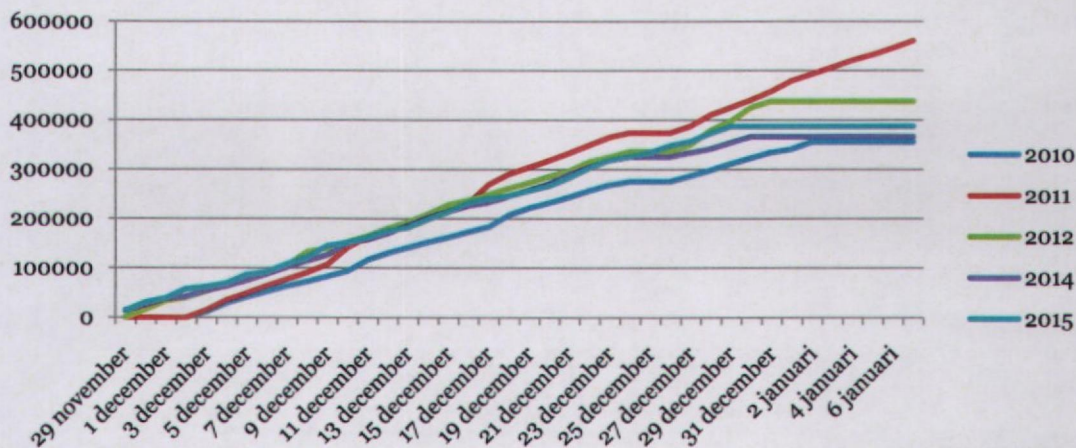


3 Bezoekerstellingen

3.1 Handmatige bezoekerstellingen

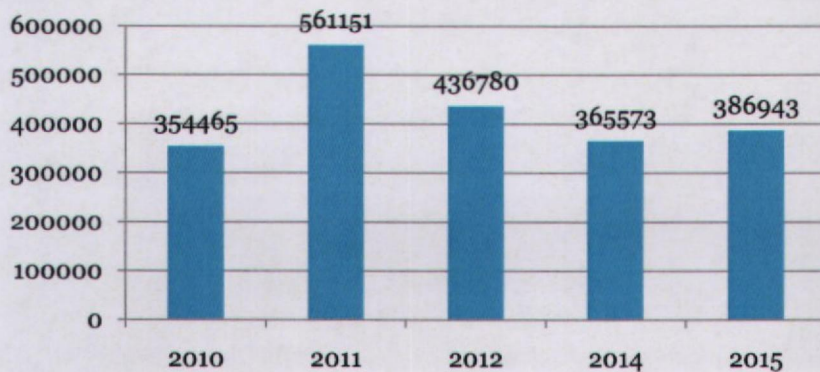
Tijdens Magisch Maastricht zijn op 11 locaties het aantal passanten gedurende 7 minuten geteld. Figuur 13 toont het gemiddeld aantal passanten (op basis van twee metingen per dag) gedurende de looptijd van het evenement voor de jaren 2015, 2014, 2012, 2011 en 2010.

Figuur 13 Gemiddeld aantal passanten op basis van 11 locaties



Het overall gemiddelde van het aantal passanten laat zien dat Magisch Maastricht 2015 drukker was dan 2010 en 2014 maar minder druk dan de edities 2011 en 2012 (Figuur 14).

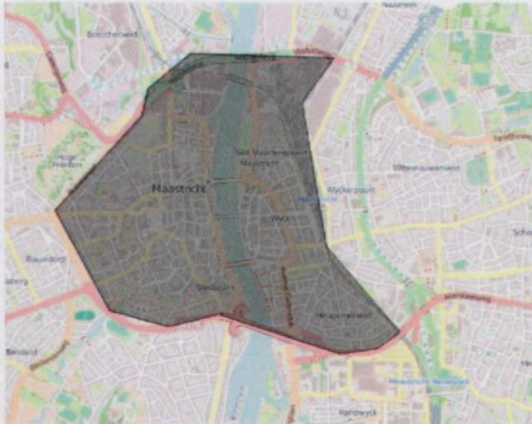
Figuur 14 Overall gemiddelde aantal passanten in 2010-2012 en 2014-2015



3.2 Bezoekerstellingen Viewdat-gegevens

Behalve de passantentellingen worden voor het Centrum van Maastricht ook permanent gegevens verzameld van gsm-gebruikers. Het gaat daarbij om abonnees van Vodafone¹ waarvan de telefoon wordt geregistreerd door één of meer van de gsm-masten in het Centrum van Maastricht (Figuur 15).

Figuur 15 Centrumgebied (grijs) waar GSM-gegevens worden verzameld



3.3 Vergelijking passantentellingen

Een aantal beperkingen van de passantentellingen gelden niet voor de gsm-gegevens. De gsm-gegevens zijn gebaseerd op alle aanwezige gsm-gebruikers in het centrum van Maastricht. De passantentellingen vinden plaats op 11 locaties in het centrum. Een andere beperking van de passantentellingen is dat deze niet op alle dagen hebben plaatsgevonden; de gsm-gegevens zijn daarentegen op alle dagen verzameld.

Op basis van de passantentellingen wordt het aantal winkelende bezoekers tijdens Magisch Maastricht ingeschat op bijna 387.000. Dit aantal is lager dan de schatting van ruim 440.000 op basis van de gsm-gegevens. Gelet op de conservatieve bepaling van het aantal winkelende bezoekers met behulp van de gsm-gegevens is het realistisch aan te nemen dat de passantentelling een onderschatting laat zien van het daadwerkelijke aantal winkelende bezoekers.

¹ Of aan Vodafone gelieerde providers.