W!M

INFORMATIEMAGAZINE CENTRUMMANAGEMENT MAASTRICHT

CULINAIRE & CULTURELE HERFST OP KOMST

UITGAVE **HERFST 2016**

LA SAISON CULINAIRE DE L'EUREGIO
Euregionaal genieten

THE DUTCH & BEAUMONT
Goude oude & gloed nieuwe

'MAASTRICHT MIDWEEKEND'
Lancering kortverblijf campagne

UPDATE CULTUUR
Sphinxkwartier in het teken van Het Parcours

INHOUD

4 **LA SAISON CULINAIRE DE L'EUREGIO**
Van Proef Maastricht naar Proef de Euregio

6 **GOUDE OUDE & GLOED NIEUWE**
Hotel The Dutch, het eigentijdse zusje van 'goude oude' topper Hotel Beaumont

8 **HEILIGDOMSVAART 2018**
Investeren in cultureel erfgoed

9 **MECC AGENDA**

10 **'MAASTRICHT MIDWEEKEND'**
Lancering kortverblijf campagne

12 **MAASTRICHT AWARDS 2016**
Etalage voor ondernemerschap

13, 19 **KORT NIEUWS**

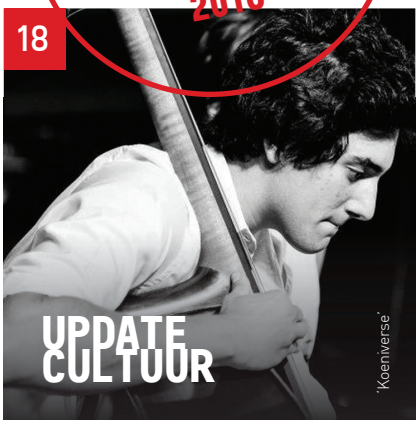
14 **UPDATE BEREIKBAARHEID**
Uitbreiding Noorderbrugtracé van start

16 **PROMOTIE WYCK**
Campagne van start

17 **CENTRUMMANAGENEMT ONDERZOEKT**
Winkeltijden binnenstad

18 **UPDATE CULTUUR**
Sphinxkwartier in het teken van Het Parcours

ZO 11/9 SPHINXKWARTIER IN HET TEKEN VAN HET PARCOURS 2016



CENTRUM MANAGEMENT MAASTRICHT

Colofon
Redactie Petra de Waal Malefijt Tekst Sanne Tummers, Susanne Pycke
Ontwerp Ontwerpstudio Contxt Fotografie Jean-Pierre Geusens e.a. Druk Drukkerij Impreso

4

LA SAISON CULINAIRE DE L'EUREGIO

Van Château Maestricht naar La Saison Culinaire de l'Euregio. En, van paviljoen op het Vrijthof naar een heus culinair platform voor de gehele Euregio. Château Maestricht komt niet meer in de oorspronkelijke opzet -met paviljoen op het Vrijthof- terug dit najaar. Echter aan culinair genot dit najaar geen gebrek. In tegendeel: met zo'n 100 culinaire evenementen verspreid over de hele Euregio wordt de herfst smakelijker dan ooit. Lees alles over de nieuwe plannen op pag. 4

MAASTRICHT AWARDS 2016

ETALAGE VOOR ONDERNEMERSCHAP

Samen met ondernemers gaf wethouder John Aarts op 12 juli het symbolische startschot voor de Maastricht Awards 2016. Met deze Awards wordt ondernemerschap in de schijnwerpers gezet. Dit jaar worden ze in vijf categorieën uitgereikt. Met het startschot is de inschrijftermijn geopend. Inschrijven kan tot 1 oktober via maastrichtawards.nl. Lees het op pag.12

6

Hotel The Dutch, het eigentijdse zusje van 'goude oude' topper **Hotel Beaumont**

GOUDE OUDE & GLOED NIEUWE

10

De kortverblijf campagne van **Maastricht Marketing & Centrummanagement**

MAASTRICHT MIDWEEKEND

17

De ideale **winkeltijden** voor consument én ondernemer?

ONDERZOEK WINKELTIJDEN BINNENSTAD

Van Proef Maastricht naar Proef de Euregio

LA SAISON CULINAI

Het concept Château Maestricht zorgde, met al haar streekgebonden geneugten op het Vrijthof, de afgelopen jaren voor een gastronomische beleving tijdens de herfst. Dat smaakte letterlijk naar meer. Een plan tot verankering van het derde seizoen van de vierseizoenen kalender van Maastricht was geboren: van Château Maestricht naar La Saison Culinaire de l'Euregio. En, van paviljoen op het Vrijthof naar een heus culinair platform voor de gehele Euregio.

Virtuele ontmoetingsplaats

Maartje Beijsens is als projectmanager aangetrokken om 'La Saison Culinaire de l'Euregio' dit jaar als merk neer te zetten: "Het is de bedoeling dat alle culinaire evenementen in Limburg en de Euregio straks op de website van La Saison Culinaire de l'Euregio terug te vinden zijn. Bezoekers hoeven zich niet meer af te vragen of er iets te doen is, maar wat er te doen is. Château Maestricht komt niet meer in de oorspronkelijke opzet -met paviljoen op het Vrijthof- terug dit najaar, maar er komt wel een Château Maestricht festival verdeeld over de stad Maastricht. Net als bijvoorbeeld de Jeneverfeesten in Hasselt of de Oktoberfeesten in Sittard vind je het festival in Maastricht dan op het nieuwe platform terug." Het platform moet een een virtuele ontmoetingsplaats worden die 24/7 bereikbaar is en waar vraag en aanbod permanent bij elkaar komen.

Verbinden

De Provincie Limburg staat, als groot voorstander van het promoten van streekgebonden producten, achter het initiatief. Maartje: "Het gaat met name om het leggen van verbindingen. Niet alleen tussen gemeenten en de ons omringende landen, maar vooral tussen de verschillende culinaire evenementen in de herfstperiode. We vinden het belangrijk om streekwijnen en streekproducten – en de passie van de mensen die ze maken – onder de aandacht te brengen, te promoten en grensoverschrijdend aan elkaar te verbinden. Dat doen we door aan te sturen op uitbreiding van culinaire en gastronomische activiteiten in de Euregio vanuit de eigen kracht en sterkte van de streek. Daarbij komt het initiatief steeds meer bij regionale marktpartijen te liggen om op eigen wijze invulling te geven aan hun idee van een culinaire herfst. La Saison Culinaire de l'Euregio zal daarbij fungeren als aanjager en facilitator en zorgdragen voor een regionaal en euregionaal communicatieplatform."

Geoogst en geslacht

De gastronomische herfstperiode moet bijdragen aan de positionering van Limburg en de Euregio als Gastronomische topregio. "De Euregio staat bekend om haar oude wijncultuur en enorme diversiteit aan streekproducten. Van fruitteelt in het Limburgse Heuvelland, wijnbouw aan de rand van Maastricht, kazen en worsten uit Wallonië, speciaalbieren en stroop uit Belgisch Limburg tot chocoladeproducten uit de regio Aken en nog veel meer. De herfst is traditioneel het seizoen, waarin deze producten op hun best zijn en volop in de belangstelling staan. Er wordt geoogst en geslacht, geproduceerd en geproefd. Het jachtseizoen is in volle gang en de handel floreert" aldus Maartje.

Vele culinaire evenementen

Een herfst met op termijn vele culinaire evenementen, dat is nogal een ambitie! Hoever staat La Saison Culinaire de l'Euregio met het realiseren van haar platform en het verbinden van de verschillende evenementen? Maartje is optimistisch: "Er wordt momenteel hard gewerkt om invulling te geven aan deze ambitie. Er zijn voldoende bestaande culinaire evenementen en activiteiten die we

RE DE L'EUREGIO

samen kunnen brengen. We leggen op dit moment vooral de focus op het 'duwtje in de rug geven' van velerlei nieuwe culinair getinte initiatieven. We hopen dat ondernemers hun initiatieven zoals proeverijen, culinaire workshops, unieke Euregionale events, speciale wijn-spijs vertier en rondleidingen naar ons platform brengen."

Via de Euregio evenementenkalender op www.lasaisonculinaire.nl worden evenementen als 't Preuvenemint in Maastricht, Sint Rosa Festival in Sittard, Parkstad Culinair in Heerlen, het Wijnfeest in Wahlwiller, het Château Maestricht Festival, de Hasseltse Jenever Feesten en het oktoberfeest Sittard aan elkaar gekoppeld. Maartje: "De extra bezoekersstromen leveren naar verwachting meer verblijfstoerisme op en geven een impuls aan de werkgelegenheid binnen de gerelateerde sectoren. De komende jaren wordt toenadering gezocht met steden als Luik, Herzogenrath, Eupen en andere gemeenten binnen de Euregio. De stichting La Saison Culinaire de l'Euregio hoopt daarnaast verbindingen te leggen met onderwijsinstellingen, studenten en steden om deze te betrekken bij de activiteiten en in samenspraak onderzoek, innovatieve en creatieve projecten en satelliet evenementen op te starten."

Château Maestricht Festival

De nieuwe versie van het oorspronkelijk vlaggenschip van La Saison Culinaire de l'Euregio, het Château Maestricht Festival, zal plaatsvinden in het weekend van 28 t/m 30 oktober 2016. Tijdens dit festival weekend, worden diverse wandelingen door Maastricht georganiseerd zoals de 'Route de la Biere', 'Route du Vin' en 'Route du Gusto'. Op vrijdagochtend wordt tijdens de vrijdagmarkt de 'La Saison Culinaire de l' Euregio foodwaste soep' gemaakt en uitgedeeld aan bezoekers van de markt. Die vrijdagavond vindt een streekdiner plaats in Rebelle. Ook hier is de 'Foodwaste' soep te proeven. In dit weekend zal op Plein 1992 een La Saison Culinaire de l' Euregio publieksevent plaatsvinden, waar streekproducten centraal staan. Daarnaast staan er nog meer verrassende acties op het programma. Houd daarom de website goed in de gaten deze herfst.

Ondernemers die culinaire evenementen, speciale menu's, workshops of proeverijen hebben gepland deze herfst, kunnen zich aanmelden bij La Saison Culinaire de 'l Euregio via **www.lasaisonculinaire.nl.**

Hotel The Dutch, het eigentijdse zusje van 'gouc

GOUDE OUDE & GLOED NIEUWE

Hotel The Dutch
Wilhelminasingel 60
www.hotelthedutch.com

Hotel Beaumont
Wycker Brugstraat 2
www.beaumonthotel.nl

de oude' topper **Hotel Beaumont**

Back tot the 80's. Compleet met Jane Fonda's aerobics, Miami Vice, witte badstoffen sokken, flamingo's en veel pasteltinten. Een greep uit de sfeerbepalende ingrediënten van het pas geopende, eigentijdse Hotel The Dutch. Met dit 'gloed nieuwe' zusje van het 'goude oude' en gevestigde Hotel Beaumont, laten Jean-Marc en Christophe Beaumont –vierde generatie Beaumont hoteliers– zien dat oud en nieuw perfect naast elkaar samengaan.

Een gloednieuw hotel, letterlijk naast het goude oude Hotel Beaumont, een van de toppers uit de Maastrichtse hotelscene. Dat is best een gewaagde stap?

"Voor ons is het juist dé oplossing voor een probleem waar we al enige tijd tegenaan liepen. The Dutch is namelijk gevestigd in het pand dat voorheen diende als Résidence, de uitvalsbasis voor als hotel Beaumont vol geboekt was. Hoewel hotelgasten er bij hun boeking op gewezen werden dat ze in dit complex zouden verblijven, zorgde het toch vaak voor verwarring. Beide locaties los van elkaar te exploiteren, bood ons de kans hier iets heel nieuws en anders neer te zetten. En dat hebben we gedaan. Het is bovendien heel handig, achter de schermen kunnen we veel faciliteiten voor beide hotels inzetten, terwijl gasten aan de voorkant niet in de gaten hebben dat de twee bij elkaar horen, omdat ze zo verschillend zijn."

Hoe anders is Hotel The Dutch vergeleken met Hotel Beaumont?

"Eigenlijk zijn ze niet met elkaar te vergelijken. De ruimte bij The Dutch is te beperkt om hier een fullservice super luxe hotel neer te zetten zoals we dat bij Beaumont doen. Hoewel de kwaliteitsstandaard niet anders is, heeft The Dutch een jonger, hipper en losser karakter. Meer self-service, dynamiek en reuring. Het hotel richt zich op de gast die bereisd is, die graag in de stad verblijft, verrast wil worden en die bewuste keuzes maakt. Hier kun je op vrijdagmiddag zomaar in het gezellige geroezemoes van een borrel belanden waarbij de muziek net een tikje harder staat. Dat zul je bij Beaumont minder snel aantreffen. Bovendien vind je in The Dutch vanaf de entree in de lobby tot op het toilet op je hotelkamer verwijzingen en leuke knipogen naar het 80's thema. Iets wat bij veel gasten herkenning en herinnering oproept. De omgeving prikkelt om lekker te ontspannen en veroorzaakt een glimlach op het gezicht van onze gasten."

Is Maastricht klaar voor nog een hip, jong hotel?

"Als je het ons vraagt wel. Maastricht is sinds de laatste jaren meer dynamiek rijker. Er is meer ruimte voor originele, creatieve concepten. Was het een tijd lang vooral behouden, vertrouwd en ingetogen, nu mag het allemaal wel wat losser en origineler. Ik denk dat het Maastricht als bestemming in het algemeen alleen maar sterker en aantrekkelijker maakt als er keuze is uit verschillende jonge, dynamische concepten. Bovendien willen we niet alleen een plek bieden aan gasten van buitenaf, we zijn ook toegankelijk voor locals. We hebben bijvoorbeeld een 'hang-out' op de begane grond voor hotelgasten, maar ook niet hotelgasten kunnen hier socializen, aanschuiven met hun laptop, bij elkaar komen voor een zakelijk of informeel gesprek of gewoon een kop koffie. Dat geldt zeker ook voor onze bar. We hebben nu al de 'Flamingo Friday' geïntroduceerd waar elke laatste vrijdag van de maand een leuke mix van hotelgasten en locals elkaar treft. In grote steden vervult een hotelbar al langer die functie van sociale ontmoetingsplaats. Hier moet dat nog een beetje groeien, daar dragen wij graag aan bij."

> "...een jonger, hipper en losser karakter."

Vanuit jullie overkoepelende bedrijf 'Twin Peaks' hebben jullie nu drie labels onder jullie hoede: Hotel Beaumont, Harry's Restaurant en The Dutch. Hoe run je zoiets naast elkaar?

We hanteren voor alle drie de merken dezelfde filosofie, maar kleuren die voor elk concept net iets anders in. Cliché wellicht, maar het is vooral een kwestie van de juiste mensen op de juiste plek. Voor elk concept zijn andere mensen werkzaam, passend bij het concept. Wij met zijn tweeën zijn de overkoepelende en verbindende factor. De drie verschillende concepten maken onze organisatie veel diverser. Mensen kijken bij elkaar, leren van elkaars inzichten. Dat is een mooie bijkomstigheid." W

Heiligdomsvaart 2018

INVESTEREN IN CULTUREEL ERFGOED

De Vereniging 'Het Graf van Servaas' is al druk bezig met de voorbereiding van de 55e Heiligdomsvaart die van 24 mei 2018 t/m 3 juni 2018 zal plaatsvinden in Maastricht. Naar verwachting zullen er, net als voorgaande jaren, duizenden pelgrims naar Maastricht afreizen om deel te kunnen nemen aan of getuige te zijn van deze eeuwenoude traditie.

Ontstaan

Sinds de Middeleeuwen wordt iedere zeven jaren een Heiligdomsvaart georganiseerd waarbij religie en cultuur de basiselementen vormen. Stan Hoen van de Vereniging Het Graf van Servaas vertelt: "Het getal zeven komt in de Bijbel vaak voor als er iets moet worden uitgedrukt als compleet of volmaakt. Dat is dan ook de reden om de Heiligdomsvaarten elke 7 jaar te organiseren. Dat is overigens niet alleen in Maastricht zo, maar dat geldt ook voor de Heiligdomsvaart van Susteren, de Kroningsfeesten in Tongeren of de Virga Jesse in Hasselt."

Thema 2018

Iedere Heiligdomsvaart van Maastricht kent een bepaald thema. In de gemeente Margraten ter hoogte van Cadier en Keer staat één van de vele Limburgse wegkruisen die als basis heeft gediend voor het thema van 2018: 'Doe goed en zie niet om'. "Een thema dat in het huidige maatschappelijke klimaat zeer actueel is," aldus Stan Hoen.

Moderne en klassieke Communicatie

De communicatie rondom de Heiligdomsvaart vindt niet alleen plaats via de kerken in het dekenaat. Stan Hoen legt uit: "We hebben verschillende commissies die allemaal actief een deel van de organisatie voor hun rekening nemen. De grootste commissie is de commissie die zich bezighoudt met de communicatie over de Heiligdomsvaart. Die mag zeer eigentijds worden genoemd. Zowel moderne en klassieke communicatiemiddelen worden ingezet."

Programma

Het programma is voor een groot deel bekend, een ander deel betreft zaken die de organisatie graag zou willen verwezenlijken, maar die bijvoorbeeld nog afhankelijk zijn van financiële middelen. Stan Hoen: "Hoe dan ook zal het programma gebaseerd zijn op een drietal onderdelen, te weten de ommegangen, de reliekentoningen en het culturele programma."

Impact op ondernemend Maastricht?

Ondernemers zijn voor de organisatie van de Heiligdomsvaart van groot belang. Geschat wordt dat er in de periode van de Heiligdomsvaart ongeveer 200.000 mensen naar Maastricht komen om op de één of andere manier betrokken te zijn bij het evenement. "Het leeuwendeel als toeschouwer, maar velen komen ook van heinde en ver als pelgrim naar Servaas. Hoe dan ook zijn dat mensen die allemaal willen eten, drinken, kopen en overnachten. Dat zijn natuurlijk uitgelezen mogelijkheden voor ondernemend Maastricht om bij aan te haken. Maastricht krijgt, de komende periode, steeds meer concrete informatie over de specifieke invulling van de Heiligdomsvaart Maastricht," aldus Stan Hoen.

HELP MEE

U kunt helpen dit cultureel erfgoed in stand te houden. Als vriend, sponsor of als partner. Dankzij uw bijdrage worden plannen en voornemens realiteit. Op **www.heiligdomsvaartmaastricht.nl** staan de sponsormogelijkheden op een rijtje. Uit dank voor de financiële geste kunnen sponsoren - in nauwe samenwerking met Stichting Cultuur en Educatie Maastricht - deelnemen aan een cultureel, sociaal en leadership programma in aanloop naar de Heiligdomsvaart in 2018, met o.a. seminars over 'Inspirerend Leiderschap', een concert op de Apostelhoeve door een afvaardiging van 'philharmonie zuidnederland', alsmede een uitvoering van de 'Messiah' van Händel in een bewerking door Sybrand van der Werf.

MECC AGENDA

BBB Maastricht: 10 t/m 12 okt

Mega Vlooienmarkt
Zo 18 sept
Za 15 okt – Zo 16 okt
Za 26 nov – Zo 27 nov

Funda Uitreiking Hotel Management School Maastricht
Vrij 23 sept

International Dog Show
Za 24 sept

International Conference on Cultured Beef
Zo 9 okt – Di 11 okt

BBB Maastricht/Folie Culinaire
Ma 10 okt – Woe 12 okt

Event Summit
Di 11 okt

Gezondheidsbeurs
Vrij 14 okt – Za 15 okt

The Wall by Pink Floyd Sound
Za 15 okt

20th Open European Quilt Championships 2016
Do 20 okt – Zo 23 okt

90's Forever – The Ultimate Dance XPerience
Za 5 nov

Jumping Indoor Maastricht (JIM)
Vrij 11 nov – Zo 13 nov

9e Lustrum Congres GGP
Vrij 11 nov

Racing Days
Za 19 nov – Zo 20 nov

Fabrics and More
Zo 20 nov – Ma 21 nov

Boekenfestijn
Do 23 nov – Zo 27 nov

Lancering kortverblijf campagne MAASTRICHT MIDWEEKEND

Centrummanagement Maastricht en VVV/Maastricht Marketing hebben onder de noemer 'Maastricht Midweekend' samen een campagne ontwikkeld om het doordeweeks kortverblijf in Maastricht te stimuleren. De campagne wordt in september gelanceerd en is erop gericht enerzijds een andere beleving te creëren voor bezoekers en anderzijds ondernemers een extra tool te bieden hun omzet een boost te geven.

"Ontdek het nieuwe weekend van Maastricht! Van zondag t/m donderdag voelt alles net een beetje anders in Maastricht. Meer rust en ruimte, maar toch hip en happening, met het accent op extra service en persoonlijke aandacht." Onder dat motto verleidt de Maastricht Midweekend campagne bezoekers tot een kort verblijf tijdens 'daldagen' in Maastricht en omgeving. Dit door o.a. het voordeel, de service en activiteiten en ook de rust en ruimte van zondagmiddag tot en met donderdag onder de aandacht te brengen. Paul ten Haaf, directeur Centrummanagement Maastricht: "De invulling van de daldagen is een thema waar VVV/Maastricht Marketing en wij elkaar wederom gevonden hebben en onze krachten bundelen. Als Centrummanagement richten wij ons op de inhoud, VVV/Maastricht Marketing neemt de marketing en communicatie voor haar rekening. Daarnaast is er ook een belangrijke rol weggelegd voor de vorig jaar opgerichte stichting Stimuleringsfonds Overnachtingen Maastricht. De midweek is die periode waar we nog kunnen groeien en vooral kunnen winnen. Daar gaan we voor! Het mes snijdt aan twee kanten, enerzijds geeft het ondernemers de mogelijkheid extra omzet te genereren en tegelijkertijd biedt het de bezoeker de kans om Maastricht op een heel andere manier te ontdekken, in alle rust en ruimte die doordeweekse dagen hen bieden."

Zichtbaar maken wat we allemaal te bieden hebben

Marieke Kraak, manager Marketing & Communicatie a.i. VVV/Maastricht Marketing: "Het plan is gericht op de lange termijn, het kent een doorlooptijd van tenminste 3 jaar en wordt (inter)nationaal uitgerold. Het gaat er niet zozeer om nieuwe dingen te bedenken en te ontwikkelen, want er is al heel veel. Door dit aanbod vanuit de ogen van de bezoeker (Guest Experience) op de juiste wijze te verpakken en in de markt te zetten, wordt de meerwaarde zichtbaar voor de consument. Paul: "We starten met een leerperiode tot einde dit jaar en blijven het concept vervolgens continu bijschaven en ontwikkelen. We richten ons met deze campagne met name op post-actieven & (single) senioren, studenten & expats en hun familie en vrienden, en ondernemers & mensen met vrije beroepen."

On- en Offline

Maastricht Midweekend bestaat uit een digitale portal (maastrichtmidweekend.nl) dat medio september 2016 gelanceerd wordt. Hierop zijn het voordeel, de service en de activiteiten opgenomen die alle deelnemende participanten -die mede invulling geven-, te bieden hebben. Dit kan bestaan uit een interessante extra service, speciaal voordeel of een verrassende activiteit. Marieke: "De lancering van de campagne en portal vindt plaats middels een PR flight waarbij via pers en een scala aan online en offline communicatiemiddelen de aandacht wordt gevestigd op Maastricht Midweekend. Daarnaast wordt er een toolkit ontwikkeld voor alle deelnemende partners zodat zij m.b.v. de juiste tools de campagne Maastricht Midweekend kunnen integreren in hun eigen website zodat er gezamenlijk wordt gewerkt aan een zo groot mogelijk bereik."

Maastricht Star Treatment

De toegang tot alle aanbiedingen en faciliteiten die onderdeel zijn van de campagne begint voor bezoekers bij het boeken van een overnachting in een van de participerende accommodaties. Bij aankomst krijgen zij bij de incheck letterlijk en figuurlijk de sleutel tot het volledige pallet aan extra's van Maastricht in de vorm van een 'sleutel-pas'. Paul: "Op vertoon van deze sleutel-pas kunnen bezoekers bij de participerende partners uit horeca, retail en (culturele) instellingen in Maastricht en omgeving terecht, die elk op hun eigen manier invulling geven aan de 'Maastricht Star Treatment'. De presentatie (structuur) op de website is afgestemd op de doelgroepen en thema-bouwstenen die vervolgens door de bezoeker naar eigen behoefte geselecteerd kunnen worden." Marieke: "Zo ontstaat er een persoonlijk winkelmandje waarin een selectie (op basis van eigen voorkeur) qua aanbod van de horeca, retail en (culturele) instellingen ontstaat en bezoekers dus hun eigen Maastricht Midweekend op maat samenstellen." **w**

"Van zondag t/m donderdag voelt alles net een beetje anders in Maastricht."

Het weekend gevoel, maar dan doordeweeks...

Van zondagmiddag tot en met donderdag in Maastricht. Het lijkt alsof je de stad voor jezelf hebt. Je kunt langer ontbijten. Alles smaakt gewoon net een beetje beter. Met een keur aan mogelijkheden kun je in alle rust de stad ontdekken. Maak een stadswandeling, al dan niet met een local guide, op het moment dat jij wilt. Misschien wel om 07.00 uur 's ochtends. Minder mensen, meer vergezichten. Centre Céramique is open op maandag, je laat je verrassen door een mooie fototentoonstelling. Of neem een private view in het depot van het Bonnefantenmuseum. Op dinsdag en woensdag zijn alle musea open. En de vele fraaie kerken sluiten bijna nooit: je ontdekt een serene Madonna in het licht van gebrandschilderd glas. En dan het stadshart op de eerste weekdag: dé shopping city van Nederland spreidt zijn haute couture, design en snuisterijen voor je uit. In de namiddag bezoek je een luxueuze sauna. Een uitstapje naar het Heuvelland waar je heerlijk wandelt of actief bezig bent. Ook alle dagen fijn: je auto parkeer je op station Maastricht Noord. Met een shuttle service rijd je de stad in. De shopping assistant bij Mosae Forum zorgt dat je inkopen veilig bij het hotel komen. Slenter over de sfeervolle Maaskade in het avondlicht. Maastrichts beroemde restaurants lonken elke avond en de kaart is aangenaam geprijsd, net als je hotel. Gelukkig heb je morgen nog een dag in onze stad!

MAASTRICHT AWARDS 2016

ETALAGE VOOR ONDERNEMERSCHAP

Samen met ondernemers gaf wethouder John Aarts op 12 juli het symbolische startschot voor de Maastricht Awards 2016. Met deze Awards wordt ondernemerschap in de schijnwerpers gezet. Dit jaar worden ze in vijf categorieën uitgereikt. Met het startschot is de inschrijftermijn geopend. Inschrijven kan tot 1 oktober via www.maastrichtawards.nl.

Ben of ken jij?

Nieuw in 2016 is dat iedereen kandidaten kan aandragen voor een Award. "Maastricht wil zich graag onderscheiden met perfecte service, slimme ideeën, producten en bedrijfsconcepten. En ook: door goede bereikbaarheid en met sociale innovatie. Ondernemers die hierin excelleren zijn beeldbepalend voor de stad. Die bieden we dan ook graag een prominente plek in de etalage," aldus Wethouder Aarts. Organisaties en ondernemers kunnen zichzelf inschrijven of aangemeld worden. Het idee is dat iedereen kandidaten kan aandragen. Inschrijven kan tot 1 oktober. Een deskundige jury buigt zich per categorie over de inschrijvingen. Medio oktober worden drie nominaties per categorie geselecteerd. De winnaars worden bekendgemaakt tijdens de feestelijke award uitreiking op maandag 21 november 2016 in het Mercedes-Benz Customer Assistance Center.

Vijf Maastricht Awards 2016

De categorieën voor 2016 zijn:

1. Gastvrij Maastricht Award
Voor het meest gastvrije retail- of horecabedrijf;

2. Rabobank Maastricht Starter Award
Voor de meest veelbelovende starter (gestart vanaf 2013);

3. Made in Maastricht Award
Voor het bedrijf dat met haar ideeën, ontwerpen, producten of bedrijfsconcept een visitekaartje voor de stad afgeeft;

4. Maastricht Bereikbaar Award
Voor het bedrijf dat met slimme bereikbaarheid voor werknemers, leveranciers en/of klanten bijdraagt aan het verminderen van filedruk en CO_2-uitstoot;

5. Award voor Inclusief Werkgeverschap Maastricht-Heuvelland
Voor het bedrijf dat kansen creëert voor mensen die extra steun en aandacht nodig hebben om hun plek op de arbeidsmarkt te vinden en hen in de bedrijfsvoering omarmt.

Foto: Aron Nijs

Excellent ondernemen loont

Kandidaten voor Maastricht Awards strijden in eerste instantie om de eer. "Het was een hele eer om in 2015 de Maastricht Award voor startups te krijgen," bevestigt Frits Hoff van 3D byFlow. "Het gaf het team een boost en de bevestiging dat we op de goede weg zaten. Deze erkenning heeft ons het vertrouwen van investeerders opgeleverd waardoor we nu het team kunnen uitbreiden." Met de Maastricht Awards zijn ook concrete prijzen te verdienen. Bovenal wordt ingezet op het genereren van positieve publiciteit. Dit wordt ondersteund door van elke genomineerde een korte professionele bedrijfsfilm te maken. De winnaars ontvangen verder een award gemaakt door Machinefabriek Bosserveld en een aantrekkelijk prijzenpakket met o.a. een fiets van Maastricht Bereikbaar, een kennismakingspakket van MVV, een Dominicanen-boekenbon, een Bijenkorf-giftcard, een gratis overnachting in Q-Bic-Amsterdam, een coachingsgesprek van Koenen en Co en bloemen van Hof van Bloem. Aan de Maastricht Bereikbaar Award is bovendien een stimuleringsprijs verbonden voor slimme bereikbaarheid ter waarde van EUR 1.000,-.

Initiatief en organisatie

Maastricht Awards 2016 is een initiatief vóór en dóór ondernemers met als kartrekkers Gemeente Maastricht, Centrummanagement Maastricht, VVV/Maastricht Marketing, Podium 24 en Immens, Maastricht Bereikbaar en vertegenwoordigers vanuit de retail, horeca, maakindustrie en dienstensector. De Maastricht Awards worden mede mogelijk gemaakt door de genereuze bijdragen van hoofdsponsor Rabobank Maastricht en vele andere sponsoren en partners. W

Docfest

KORT NIEUWS

INKOM 2016

Voordat het studiejaar begint, vindt de INKOM plaats. De algemene introductieweek voor nieuwe studenten in Maastricht vindt dit jaar plaats van 22 t/m 26 augustus. Gedurende deze introductieweek leren studenten in groepjes van 10 studenten en 2 mentoren Maastricht kennen en kunnen een kijkje nemen bij alle culturele, sociale en informatieve organisaties van Maastricht. Meer informatie en inschrijven kan via www.inkom.nl. Voor vragen kun je contact opnemen via inkom@maastrichtuniversity.nl.

DOCFEST

Na een succesvolle eerste editie vorig jaar, is Docfest dit jaar terug van 15 t/m 18 september. Het documentaire film festival speelt zich af in het Sphinxkwartier, verzorgt filmvertoningen in industriële gebouwen en presenteert een 'Foodgarden' in het hart van het festival. Op het programma dit jaar staan o.a. documentaires en gesprekken naar aanleiding van actuele thema's als 'migratie/ vluchtelingen' en 'verkiezingen' (gerelateerd aan de presidentsverkiezingen in de VS). Ook zijn er Q&A's met documentairemakers en kun je workshops en masterclasses volgen. Kijk op www.docfest.eu voor meer informatie.

INFORMATIE AVOND 'VEILIG ONDERNEMEN'

Op dinsdag 5 oktober om 18.30u is er een speciale avondzitting waarop de Rechtbank in Maastricht zaken behandeld die te maken hebben met criminaliteit tegen ondernemers.
De rechter en officier van justitie gaan na elke zaak met de aanwezige ondernemers in gesprek over hun aanpak en hun afwegingen. Welke afweging zou u maken? Wat zou u anders gedaan hebben? Denkt u ook vaker dat er een te lichte straf wordt uitgedeeld of juist niet? Dit is de gelegenheid om zelf te ervaren hoe een strafzaak verloopt, hoe de strafmaat bepaald wordt en daar vragen over te stellen. De avondzitting is er gekomen op speciaal verzoek van de MKB Limburg, de LWV en de LLTB. De avond begint om 18.30u tot ca. 21.00u, is gratis toegankelijk voor ondernemers en vindt plaats in de Rechtbank Maastricht, Sint Annadal 1

UITVOERING NOORDERBRUGTRACÉ VAN START

SAMEN HOUDEN WE MAASTRICHT BEREIKBAAR

2016 is een belangrijk en spannend jaar voor het project Noorderbrugtracé. De voorbereidingen voor de aanleg van de nieuwe infrastructuur zijn in volle gang en vanaf september start de feitelijke uitvoering.

Tijdens de uitvoering zijn voortdurend afsluitingen van wegen en/of rijbanen nodig. Ook wijzigen vertrouwde rijroutes en vermindert het aantal rijstroken op de Noorderbrug van 2+3 naar 2x2. Verkeer krijgt te maken met forse hinder door omleidingen, afsluitingen én extra reistijd.

Van Oost naar West moeten weggebruikers tot in de loop van 2017 rekening houden met drie grote hinderklussen:

• De ombouw van knooppunt Oost – afrit Limmel (bij de brandweerkazerne)

• De renovatie en herinrichting van het brugdek van de Noorderbrug

• De realisatie van de nieuwe infrastructuur voor Maastricht-West (tussen Cabergerweg en Via Regia)

Slimme alternatieven

Om stad én regio ook tijdens de uitvoering van onder andere het Noorderbrugtracé bereikbaar te houden, werkt Maastricht Bereikbaar samen met grotere werkgevers in Maastricht en Zuid-Limburg. Dat gebeurt door slimme alternatieven te bieden voor reizen met de auto tijdens de spits. Ook wordt gewerkt aan minder vrachtverkeer en minder autoverkeer richting het centrum op zogenaamde topdagen en tijdens evenementen. Allemaal initiatieven die goed zijn voor bedrijven én voor het imago van Maastricht. Immers: een gastvrije stad is een bereikbare stad!

Wat kunt u doen?

Maastricht Bereikbaar ziet volop kansen om de samenwerking met binnenstadondernemers verder te intensiveren. Denk aan:

• Actief uw klanten en bezoekers informeren over de bereikbaarheid van uw bedrijf. Hiervoor zijn allerlei tools beschikbaar. Zo kunt u de 'Slimme Kaart' van Maastricht Bereikbaar - boordevol actuele reisinformatie - gemakkelijk toevoegen aan uw eigen website.

• Slim transport van en naar uw locatie: met uw leveranciers bekijken hoe ook zij kunnen bijdragen aan een beter bereikbaar centrum. Bijvoorbeeld door samen te werken met Binnenstadservice Maastricht, inzet van alternatief vervoer (zoals een fietskoerier), de scheiding en het slim vervoeren van afvalstromen, retour- en reststromen of de mogelijkheid om buiten de spits te kunnen leveren.

• Slimme reisoplossingen voor uw medewerkers: stimuleren van de fiets, e-bike en het OV maar ook spitsmijden, thuiswerken en/of parkeren op afstand. W

> "Een week lang gratis een e-bike proberen? Dat kan!"
> www.maastrichtbereikbaar.nl

Meer informatie

Kijk voor meer informatie over de uitvoering van het Noorderbrugtracé op **www.noorderbrug-maastricht.nl** en meld u aan voor de digitale nieuwsbrief 'Noorderbrug Maastricht Actueel'.

Maastricht Bereikbaar

Kijk voor actuele verkeersinformatie en reisalternatieven op **www.maastrichtbereikbaar.nl**. Maastricht Bereikbaar helpt graag verder met slimme mobiliteitsoplossingen. Vragen of suggesties? Neem contact op via: Secretariaat: T: +31 43 351 63 59 of via info@maastricht-bereikbaar.nl
Klantenservice: T. +31 43 799 94 09

“Slimme alternatieven tijdens werkzaamheden.”
Foto: Aron Nijs

Campagne van start ‘PROMOTIE WYCK’

Het ‘upcoming’ stadsdeel van Maastricht. Zo wordt Wyck regelmatig omschreven. Het stadsdeel maakte de laatste jaren een flinke opmars en won volop terrein als het gaat om favoriete plek om te werken, winkelen en wonen. Toch mag de bekendheid van Wyck onder bezoekers, volgens de ondernemers die er actief zijn, nog wel een boost krijgen. Daarom start de vastgoedsector, samen met ondernemers uit Wyck en Centrummanagement Maastricht een campagne ter promotie van Wyck.

“Straks kan echt niemand meer om Wyck heen!” aldus Leon Maes tijdens de presentatie van de plannen rondom de promotiecampagne, begin juli. Hier werd uitleg gegeven over o.a. het doel en het verloop van de campagne. “De campagne is er primair op gericht de bekendheid van Wyck te vergroten bij bezoekers aan Maastricht, consumenten en nieuwe investeerders, (winkel)ondernemers en retailers en daarmee extra koopstromen te genereren.”

Samen met ondernemers

Voorafgaand aan de start van de campagne, is begonnen met het benaderen van samenwerkingspartners en ondernemers in Wyck voor een financiële bijdrage aan de campagne en mee te denken over de invulling ervan. Paul ten Haaf, directeur Centrummanagement: “De campagne staat op het punt om te beginnen. De invulling van de campagne is afhankelijk van het budget. Naast Centrummanagement Maastricht hebben o.a. gemeente Maastricht, VVV / Maastricht Marketing , diverse Wyckse hotels, (horeca) ondernemers, dienstverleners en vastgoedeigenaren hun participatie toegezegd. Inmiddels is het beoogde minimale startbudget van EUR 60.000 overschreden en kunnen we van start gaan. Ondertussen gaan we door met het benaderen van ondernemers en andere belanghebbende partijen om dit budget verder te vergroten en zo ook de middelen die we kunnen inzetten verder uit te breiden.”

Stuurgroep en werkgroepen

Er is een stuurgroep opgericht, bestaande uit vastgoedontwikkelaar Leon Maes, Simon Brouwer van Ruijters Vastgoed en Paul ten Haaf van Centrummanagement. Als kartrekkers zullen zij de komende tijd verdergaan met het verzamelen van partners en financiële steun. Daarnaast zullen zij de lijnen uitzetten voor de invulling en uitvoering. Daarover zal jaarlijks verantwoording afgelegd worden bij de participanten.

Online & Offline

Naast de stuurgroep, zijn er een online- en een offline werkgroep aangesteld die nu concreet aan de slag gaan met de invulling en uitvoering van de campagne. O.a. een professionele website en social media, maar ook offline middelen als ‘guerrilla marketing’-achtige acties, busreclame, een magazine en meer moeten ervoor zorgen dat Wyck een nog betere plek op de kaart krijgt. Dankzij een goede mix van online en offline wordt alles wat Wyck te bieden heeft, nog beter zichtbaar en dus ook vindbaar gemaakt. Voor beide werkgroepen heeft zich inmiddels een mix van specialisten en betrokken ondernemers gemeld die in de komende tijd de plannen verder zullen gaan uitwerken en concretiseren.

‘Straks kan echt niemand meer om Wyck heen!’

Boost

Promotie Wyck zal een minimale looptijd hebben van drie jaar. De initiatiefnemers achter de campagne hopen op maximale participatie en het optimaal bundelen van krachten om het te kunnen laten slagen. “Alleen op die manier kunnen we de opmars van de laatste jaren voortzetten en Wyck daadwerkelijk die boost geven,” aldus Paul ten Haaf. W

Centrummanagement onderzoekt WINKELTIJDEN BINNENSTAD

Wat zijn nu eigenlijk de ideale winkeltijden voor consument én ondernemer? Met alle huidige ontwikkelingen, online en offline, vonden wij het hoog tijd dit eens onder de loep te nemen. Stagiair Jip Knols ging op onderzoek uit.

Aanpak & Benadering

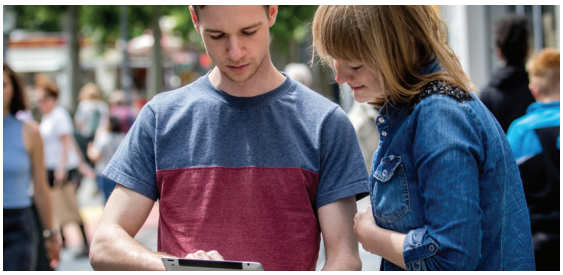
Jip is vierdejaars student aan de Hogeschool Zuyd in Heerlen en voerde het onderzoek uit in het kader van zijn afstudeerscriptie voor de opleiding Facility Management. Jip: "Ik heb het onderzoek opgedeeld in een aantal fasen. Als eerste heb ik deskresearch gedaan naar bestaande trends rondom winkeltijden in andere steden. Ook heb ik gekeken naar eerdere aanpassingen van de winkeltijden in Maastricht zelf en hoe die ontstonden. Daarna heb ik de interviewvragen opgesteld en heb ik deze aan het winkelend publiek en in winkels, voornamelijk aan eigenaren of storemanagers, voorgelegd."

Jip heeft daarbij gerichte vragen opgesteld om te bekijken of consumenten bijvoorbeeld nog na 18.00 uur in de stad blijven. De ondernemers bevragen ging Jip vrij makkelijk af omdat iedereen die een winkel heeft of al enige tijd in een winkel werkt, volgens hem een goed beeld heeft van de klantenstroom en van de eigen openingstijden en waarom die zo zijn. Wat moeilijker ging, was het vinden van respondenten op straat. "Men is vaak argwanend naar iemand die op hen afstapt met een formulier en een pen, dus duurde het langer om de enquêtes op straat af te nemen dan in de winkels of via Facebook," aldus Jip.

LEZERSONDERZOEK W!M

In opdracht van Centrummanagement voerde stagiaire Nikée Hamelers een lezersonderzoek uit naar de W!M, het kwartaalmagazine van Centrummanagement. Benieuwd naar de resultaten? Kijk op **www.cmmaastricht.nl**!

Toch heeft hij voldoende respondenten kunnen vinden om te komen tot een aantal duidelijke resultaten. Zo bleek bij de ondernemers de behoefte het grootst te zijn naar verkorting van de koopavond op donderdag met 1 tot maar liefst 3 uur. Daarnaast kwam naar voren dat op zaterdag de meeste winkels nu al langer open zijn dan 17.00 uur en dat ook de consument dit als een voordeel ervaart. Het winkelend publiek gaf verder nog aan dat wat hen betreft de koopavond op donderdag korter mag, terwijl juist de vrijdag door hen als meer geschikt wordt ervaren om een langere openingstijd te hanteren.



Jip op onderzoek in de Grote Staat

Bevestiging van een trend?

De resultaten uit het onderzoek tonen geen heel nieuwe trends aan, wel geven ze enkele accenten en aandachtspunten weer t.o.v. de huidige gehanteerde winkeltijden. Beperkte wijziging van de winkeltijden lijkt dan ook wenselijk te zijn. Centrummanagement neemt de punten die naar voren zijn gebracht mee in een volgende bijeenkomst met de ondernemersverenigingen en zal samen met hen bespreken of en zo ja welke aanpassingen kunnen worden doorgevoerd. Doel is in ieder geval te zorgen voor consensus onder de ondernemers en duidelijkheid richting de consument. W

UPDATE CULTUUR

De eenentwintigste editie van Het Parcours, de opening van het culturele seizoen in Maastricht, vindt dit jaar plaats op zondag 11 september van 12.00-19.00 uur. Tijdens Het Parcours geven theaters, toneelgezelschappen, musea en andere culturele instellingen een voorproefje van hun programma voor het komende seizoen. Op diverse podia op mooie plekjes in Maastricht verzorgen amateurs en professionals sprankelende optredens en organiseren een variëteit aan activiteiten.

Het Parcours: Editie 2016

In opdracht van Stichting UIT neemt Centrummanagement Maastricht dit jaar de organisatie van Het Parcours voor haar rekening. In de editie van 2016 - met als thema 'Jaar van de Dialecten' - wordt een aantal innovaties in Het Parcours doorgevoerd. Zo is er voor een nieuw 'parcours' gekozen, een route die vanaf de opening van Het Parcours bij het Theater aan het Vrijthof via de Entre Deux, Markt, Mosae Forum en de Boschstraat leidt naar de nieuwe culturele hotspot van Maastricht: het Sphinxkwartier. De route eindigt bij het Bassin, waar om 18:00 uur het slotconcert plaatsvindt.

Nieuwe locatie UIT

Kumulus

ZO 11/9 SPHINXKWARTIER IN HET TEKEN VAN HET PARCOURS 2016

HIGHLIGHTS

Jazz House in Landbouwbelang

Het Landbouwbelang dient tijdens Het Parcours als 'Jazz House' waar optredens plaatsvinden van het Kumulus leerorkest, de Kumulus Bigband en de Vitzkids! De Conservatorium Maastricht Bigband presenteert zich voor de eerste keer tijdens Het Parcours. Deze formatie met topstudenten van de jazzopleiding zal onder leiding van trompettist Rob Bruynen een groovy programma brengen. Verder treden namens Jazz Maastricht 'Sietske & Band' en 'Koeniverse 3' op. Gedurende de hele dag zal een expositie van Metalen Sculpturen door Patrick Bastiaanse te zien zijn. Bezoekers kunnen zich tevens aansluiten voor een rondleiding in het Landbouwbelang.

Open dag Lumière Cinema Café Restaurant

Het is nu echt aftellen geblazen. Nog even en de opening van het nieuwe Lumière is een feit! Tijdens het Parcours is het mogelijk al een voorproefje te nemen van wat komen gaat. Er zijn rondleidingen met informatie over het openingsprogramma en het is mogelijk een kijkje te nemen in de keuken. Het nieuwe Lumière Cinema Café Restaurant is te bewonderen en vanaf 12.00 uur vinden er optredens plaats van Harmonie Kunst Door Oefening, Mixed Harmony Maastricht en Popkoor Vivas.

Kinderen ontdekken kunst en cultuur in het Sphinxkwartier

Op het Sphinxcour bij Pathé Maastricht vinden diverse kinderactiviteiten plaats. Van schminken tot spetterende optredens van onder andere Luna Events, Kumulus en Pathé Maastricht. Ook vind je er de herinneringenmachine van Hoge Fronten/Lieke Benders. Dit is een machine vol verhalen van o.a. Joke van Leeuwen. In ruil voor een eigen herinnering, mag er één worden geadopteerd. Tevens zijn er optredens van Dansschool Reality en Kinderkoor Sjamaes.

Afsluiter Het Parcours 2016: het Maastrichts Salon Orkest

Afsluiter van Het Parcours 2016 is de presentatie van het Maastrichts Salon Orkest in het Bassin. Het orkest werd ooit opgericht door André Rieu. Hun opname van de Serenade van Toselli werd een hit en de concerten, waaronder het 'Hieringebietekonzert' hadden veel succes. Na vele jaren blaast André Rieu het orkest, nu met vijf muzikale vrienden, nieuw leven in. Het MSO zal voor het eerst in de nieuwe bezetting voor publiek optreden. Ze spelen van de originele bladmuziek, in dezelfde kledij en setting. Nostalgische tijden herleven met walsen, tango's, polka's, marsen en meezingers. Kortom, de hele originele sfeer!

Foto: Erwin Deckers Maastrichts Salon Orkest

Foto: Annelies van Hoek Sietske & band

Autoloos

Tijdens Het Parcours wordt tevens aandacht gevraagd voor duurzame mobiliteit met 'Het Parcours Autoloos' in opdracht van de gemeente Maastricht en is er een samenwerking met Nationale Monumentendag.

Meer weten?

Neem een kijkje op:

www.hetparcours.nl
facebook.com/HetParcours
instagram.com/hetparcoursmaastricht
youtube.com/ParcoursMaastricht
snapchat.com/hetparcours

KORT NIEUWS

THE BIG DRAW

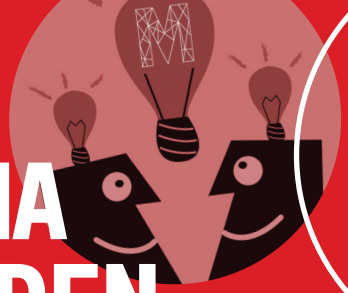
In oktober staat tekenen centraal in Maastricht tijdens het internationale festival 'The Big Draw' met als doel: iedereen aan het tekenen krijgen. Jong en oud kunnen zich aanmelden voor inspirerende tekenactiviteiten, variërend van workshop tot masterclasses, tijdens het kick-off event op 1 oktober. Voor degenen die willen genieten van het getekende beeld is er een Big Window Walk-wandelroute (1-9 okt) langs getekende kunstwerken op ramen, gemaakt door regionale tekenaars. Gedurende de rest van de maand organiseren diverse scholen en culturele instellingen interdisciplinaire tekenactiviteiten voor verschillende doelgroepen. Kijk ook eens op thebigdrawmaastricht.wordpress.com.

FESTIVAL DE NEDERLANDSE DANSDAGEN

Festival de Nederlandse Dansdagen (van 7 t/m 9 okt. 2016) is het belangrijkste moment van het jaar voor de Nederlandse dans. Tijdens het festival worden het erfgoed, de actualiteit en de toekomst van de dans gevierd. De Nederlandse Dansdagen tonen zowel opvallend werk van opkomende choreografen als indrukwekkende voorstellingen van de gevestigde dansgezelschappen: van urban dance en avant-garde tot klassieke en moderne dans. Bezoek ook: www.nederlandsedansdagen.nl.

MUSICA SACRA

Het derde weekend van september (15 t/m 18 sept) staat de Maastrichtse binnenstad geheel in het teken van Musica Sacra Maastricht, hét kunstenfestival vol muziek, dans, theater, performance, film en beeldende kunst. Het programma van de 34e editie is veelbelovend en bestaat dit jaar uit maar liefst 120 programmaonderdelen. Onmiskenbare hoogtepunten in deze nieuwe editie zijn de (Nederlandse) premières van de Johannespassie van Klaas Hoek, Salomé dances for Peace van Terry Riley, van Sacrificium van John Casken, een nieuwe mis van Jean Lambrechts, Verklärte Nacht, Land van Belofte, Schaduwliefde en meer. Kijk op www.musicasacra.nl voor meer informatie.



THEMA AVONDEN

OPROEP!

MELD JE NU AAN

10 OKT — Social Media VOOR DETAILHANDEL

Stel: Je bent ondernemer en je hebt een mooi bedrijf. Je maakt al gebruik van social media, maar je zou er meer mee willen doen. Misschien twijfel je nog over het nut van social media of laat je je nog afschrikken door de techniek die erbij komt kijken. Toch kan de inzet van online activiteiten je mooie resultaten opleveren. Wij helpen je graag op weg! Laat je tijdens deze thema-avond informeren door een gepassioneerd spreker over de diverse platforms, de actuele trends en de tools om social media te monitoren en te managen. Ook leer je hoe je de nieuwste 'channel' variant, Omnichannel, kunt inzetten voor je bedrijf. Na afloop is er voldoende gelegenheid om over deze onderwerpen een-op-een vragen te stellen aan professionals.

14 NOV — Blurring VOOR HORECA & DETAILHANDEL

De scheidslijn tussen de traditionele supermarkt, horeca, catering en speciaalzaken wordt steeds vager. Deze grensvervaging wordt ook wel 'blurring' genoemd. Door blurring ontstaan nieuwe concepten, mengvormen van bijvoorbeeld retail met horeca of horeca en cultuur. Wat blurring voor jouw onderneming zou kunnen betekenen, vertellen we je graag! Tijdens deze thema-avond krijg je informatie over het begrip blurring, gaan we in op de wet- en regelgeving en hoor je hoe en binnen welke kaders blurring kan worden toegepast in je bedrijf. Als afsluiting van de avond gaan we op bezoek bij ervaringsdeskundigen in de binnenstad waar je onder het genot van een hapje & wijntje vragen kunt stellen of ervaringen kunt uitwisselen.

Interesse om een avond bij te wonen?

Kijk voor meer informatie op **www.cmmaastricht.nl** en meld je zo snel mogelijk aan via **info@cmmaastricht.nl**.

Heb je zelf nog een thema dat je graag besproken zou zien of weet je nog een boeiende spreker? Laat het ons weten!

Centrummanagement Maastricht
Vrijthof 23
6211 LE Maastricht
043 - 861 89 77
www.cmmaastricht.nl
info@cmmaastricht.nl

Disclaimer
De informatie in deze publicatie is met zorg en aandacht samengesteld. Er kunnen echter op geen enkele wijze rechten aan worden ontleend.