

Maastricht Midweekend

De sneak preview

Een eerste beeld van hét nieuwe midweekend van Nederland. Een kijkje in de nieuwe website, de campagne en een doorkijk naar de co-creërende toekomst.

De Sneak Preview

Wat heeft een midweek in Maastricht allemaal te bieden? Vanuit die gedachte is de eerste conceptvorming van het Maastricht Midweekend begonnen. Inmiddels hebben veel enthousiaste ondernemers zich aangemeld als deelnemer van dit project en daarom vonden Centrummanagement en Maastricht Marketing het hoog tijd worden om deze ondernemers, samen met nieuw geïnteresseerden van het project, een exclusieve sneak peek te geven in de look&feel van de campagne, in het verhaal en in de elementen die de campagne Maastricht Midweekend uniek maken.

Op 3 oktober vond de Sneak Preview plaats die startte met een informatieve presentatie over het concept en eindigde in een brainstormsessie die de ondernemers in staat stelde middels creativiteit samen te werken aan een succesvol Maastricht Midweekend!

www.maastrichtmidweekend.nl

1. HET MAASTRICHT MIDWEEKEND

"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 & happening, met een accent op service en persoonlijke aandacht."

De boodschap is duidelijk: persoonlijke aandacht, gastvrijheid, en verrassende elementen. We presenteren aan de gasten van Maastricht Midweekend de werkelijke 'Maastricht Star Treatment'!

De campagne Maastricht Midweekend, die tenminste van 2016 t/m 2018 actief (inter)nationaal wordt uitgerold, stimuleert het doordeweeks kortverblijf (zondagmiddag t/m donderdag) in Maastricht. Enerzijds wordt er een andere beleving voor bezoekers gecreëerd en anderzijds krijgen ondernemers een extra tool om hun omzet te boosten.

Middels een geheel nieuwe website krijgen gasten van het Maastricht Midweekend een overzicht van bijzondere en verrassende extra's die worden aangeboden door de Maastrichtse hotels, restaurants, winkels en attracties. Zo kunnen de gasten hun verblijf geheel op eigen wijze samenstellen en hun ultieme midweek in Maastricht creëren. Op 31 oktober 2016 zal de eerste lancering van de website plaatsvinden om alvast te kunnen proeven en testen. Vervolgens zal 30 april 2017 de datum zijn waarop de site volledig staat als een huis, zowel qua aanbod als campagne.

Veel enthousiaste ondernemers die deelnemen aan het initiatief hebben al creatieve en leuke ideeën aangeleverd. Zo geeft Atelier Pauline de 'Show van de hoed' waarbij de ervaren modiste samen met de gasten van Maastricht Midweekend de perfecte hoed gaat uitzoeken, alles onder het genot van Limburgse lekkernijen. Ook Le Theatre Hotel neemt al deel en geeft de gasten een 'Maastricht Star Treatment' door ze naast een late check-out, o.a. een gratis upgrade en een glaasje Prosecco bij ontvangst te bieden.

1. CREATIEF BRAINSTORMEN

Na de informatieve presentatie en de sneak peek van de website nam de avond een creatieve wending. De aanwezige ondernemers werden gevraagd middels een brainstorm na te denken over leuke en verrassende extra's die de vier verschillende sectoren (horeca, accommodaties, retail en cultuur) zouden kunnen aanbieden aan de gasten van het Maastricht Midweekend.

Maastricht Midweekend stelt ondernemers in staat om al het moois dat Maastricht te bieden heeft, te gebruiken en in te zetten als extra communicatietool om bezoekers aan te spreken. Maar waar moeten we dan aan denken? Wat kun je als ondernemer precies bieden?

Om antwoord te geven op deze vraag werden de aanwezigen verdeeld over de vier sectoren: horeca, retail, accommodaties en cultuur. Vervolgens werd de intuïtie van de ondernemers geprikkeld door te brainstormen via de 'snelkookpan-methode': met behulp van prikkelende beelden, woorden en zinnen werden de aanwezigen uitgedaagd om in slechts vijf minuten per sector snel na te denken en te reageren. Hieruit zijn veel creatieve ideeën voortgekomen die nu per sector besproken zullen worden. De overzichtelijke mindmaps die continu in ontwikkeling zijn, kunt u [hier](#) downloaden.

1.1. HORECA

Tijdens de brainstorm voor de sector Horeca werd benoemd dat het Bourgondische aspect iets is dat Maastricht zo uniek maakt. Streekproducten worden van groot belang gezien, maar ook als iets waar nog veel meer mee gedaan kan worden. Laat de gasten van Maastricht Midweekend niet alleen kennismaken met deze typische 'Mestreechse' gerechten zoals 'knien in ut zoer' of 'zoervleis', maar zorg voor meer interactie. Een leuk idee dat hiervoor werd aangedragen was om de deelnemers een kijkje achter de schermen te geven, oftewel een meet and greet met de chef. Laat ze de ambacht van de chef ervaren, samen met de chef hun menu samenstellen of laat de gasten van Maastricht Midweekend hun eigen diner bereiden!

Het werken met streekproducten kwam ook terug in een ander idee: het aanbieden van een Maastrichtse amuse voorafgaand aan het diner van de Midweekend gasten. Op deze manier krijgen gasten de kans om op een net iets andere wijze kennis te maken met de Maastrichtse culinaire cultuur.

Een andere speciale extra die is bedacht: samenwerken met andere restaurants en een speciale culinaire route samenstellen of Midweekend gasten gerechten aanbieden die niet standaard op de kaart staan. Midweekend gasten hebben dus een aparte kaart, waardoor er sprake is van exclusiviteit; een verrassing en persoonlijke aandacht!

1.2. RETAIL

Een glimlach, een vriendelijke begroeting en aandacht voor de klanten zijn volgens de ondernemers belangrijke eigenschappen van retailers. Dit is echter voor de meeste retailers al vanzelfsprekend. Dus wat kunnen ze nou aanvullend aanbieden om de Maastricht Midweekend gasten meer dan normaal in de watten te leggen?

Ook hier is de creativiteit losgebarsten en kwamen er veel leuke ideeën naar voren. Zo werd een mooi idee aangedragen voor een schoenenwinkel: een voetmassage bij aankoop van een paar schoenen. Daarnaast werd ook hier samenwerking gezien als een goede aanpak om de gasten van het Maastricht Midweekend te verrassen! Dit hoeft niet alleen tussen retailers zelf te zijn, maar juist een samenwerking met een andere sector kan een creatieve uitkomst opleveren. Samenwerken met de toneelschool kan bijvoorbeeld leiden tot toneelspelers in de winkel. Hiermee heeft de bezoeker een echte beleving.

Daarnaast willen mensen graag het verhaal achter de winkel en de producten horen: gebruik de kracht van storytelling onder het genot van een glaasje en wat hapjes! Geef de bezoeker een persoonlijk advies of ga zelfs te werk als een personal shopper in combinatie met andere winkels. Wees creatief!

1.3. CULTUUR

Dat Maastricht een stad is met een breed aanbod van cultuur, daar waren de ondernemers het allemaal over eens. Er zijn veel plekken die uniek zijn voor Maastricht, zoals het Bassin en het Jekerkwartier. Enkele ondernemers kwamen dan ook met het idee om deze plekken te betrekken in wandelingen. Laat een architect of een andere deskundige de gasten rondleiden door deze bijzondere plekkjes en laat ze de verborgen pareltjes zien.

Daarnaast waren de ondernemers het er over eens dat er meer interactie moet komen met culturele instellingen. Geef gasten bijvoorbeeld een kijkje achter de schermen bij een toneelgroep, of laat ze dineren of lunchen met de directeur of andere medewerkers van een culturele instelling. Een samenwerking tussen de verschillende culturele instellingen zien ondernemers hier wel zitten.

Tot slot kan bij de Maastrichtse cultuur natuurlijk niet ons bijzondere taaltje ontbreken. Stel de gasten van Maastricht Midweekend in staat om het dialect te leren door ze een cursus Maastrichts aan te bieden en ze de meest frappante uitdrukkingen te leren.

1.4. ACCOMMODATIES

Tot slot de sector Accommodaties, de sector waar het Midweekend begint! De brainstormsessie heeft laten zien dat accommodaties alle kanten op kunnen gaan wat betreft het aanbieden van een leuke extra.

Allereerst kwam ook hier weer het belang van streekproducten naar voren. Accommodaties kunnen hun gasten verrassen met verse streekproducten, door bijvoorbeeld het ontbijt volledig samen te stellen uit producten als verse appelstroop, een kopje koffie van Blanche Dael of een glaasje bubbels van Zuid-Limburgse afkomst. Daarnaast leek het enkele ondernemers ook leuk als accommodaties de gasten van Maastricht Midweekend verrassen met een kleine picknickmand op de kamer, gevuld met lokale producten, zodat de gasten dit mee op pad kunnen nemen.

Een ander leuk idee dat werd geopperd was een samenwerking met Conservatorium Maastricht. Maastricht Midweekend gasten kunnen bijvoorbeeld een serenade boeken en hun reisgenoot hier op een speciale plek mee verrassen. Of verras gasten tijdens het wakker worden aan de ontbijttafel met mooie muziek van een klein strijkorkest.

Tot slot leek het de ondernemers leuk als accommodaties het fenomeen 'op pad met een local' zouden aanbieden. De locals van Maastricht zijn ten slotte die mensen die de leukste plekjes voor de gasten weten te vinden. Ze zouden zelfs met de gasten van Maastricht Midweekend een persoonlijke route kunnen samenstellen door de interesses van de gasten goed te bevragen.

2. VERVOLG

De brainstormsessie toonde aan dat alle sectoren veel te bieden hebben aan de gasten van Maastricht Midweekend. Het liet ook zien dat het soms helpt om eerst naar een ander te kijken, om ook voor je eigen onderneming je creativiteit weer een boost te geven!

Aan het einde van de avond werd geconcludeerd dat ondernemingen en instellingen samen moeten én willen werken. Daarom organiseren we (een) vervolgbijeenkomst(en)!

Heeft u behoefte aan een brainstorm in een kleinere groep, dan kunt u zich via [dit formulier](#) aanmelden. Wij zullen de aanmeldingen beoordelen en u uitnodigen voor een vervolgbijeenkomst.

Mochten er naar aanleiding van deze avond of dit verslag nog ideeën ontstaan of opkomen en wilt u graag een individuele brainstorm inplannen, dan kunt u dit verzoek mailen naar Ester van de Ven via mail@cmmaastricht.nl.

3. DANKWOORD

We willen iedereen bedanken die de tijd en moeite heeft genomen om zijn of haar ideeën met ons te delen op – voor velen – een kostbare vrije avond!

Centrummanagement Maastricht en Maastricht Marketing kijken terug op een geslaagde avond waar we weer een stap dichterbij een Maastricht Midweekend zijn gekomen waar we samen achter staan.

Namens Centrummanagement en Maastricht Marketing, heel erg bedankt voor uw inzet!