



Samenvatting

In november 2017 wordt het event Made in Maastricht gehouden. De kern van het event is een tentoonstelling/expo, die de parels van Maastrichts ondernemerschap laat zien. De hoofddoelstelling is om aan een zo groot mogelijk publiek te laten zien dat Maastricht een ondernemende stad is met een sterke bedrijvensector, die een transitie heeft ondergaan van industriestad naar een stad met een innovatieve, creatieve, weerbare en multidimensionale economie. De expo wordt een visueel aantrekkelijke beleving, die voor brede doelgroepen interessant moet zijn. De verhalen en de personen achter de producten en productiemethoden staan hierin centraal. We beogen de nieuwe kant van de maakindustrie op een innovatieve en interactieve manier aansprekend in de markt te zetten en hierbij vooral ook de relatie met Maastricht als internationale universiteitstad te laten zien. Om de expo heen wordt een randprogramma ontwikkeld, waar evenementen kunnen landen die de boodschap verder inhoudelijk versterken. Het college heeft ingestemd met het organiseren van het event en daar een bedrag van 150.000 voor aan te wenden vanuit het Uitvoeringsbeeld 2017.

Beslispunten

1. Akkoord gaan met de aanwending van het bedrag van € 150.000, - ten behoeve van het organiseren van het event Made in Maastricht (expo/randprogramma).
2. In stemmen met het opnemen van het bedrag bij het Uitvoeringsbeeld 2017

Besluit Burgemeester en Wethouders 9 mei 2017:

Conform.



1. Aanleiding

Maastricht is al 2000 jaar een ondernemende en innovatieve stad. Een stad van zowel makers als wetenschappers. Een stad die bruist van creativiteit en stoelt op een rijk verleden van traditionele maakindustrie, die anno 2017 tal van nieuwe exponenten en afgeleiden kent in de creatieve en innovatieve industrie, life sciences en nieuwe ambachtelijkheid. En een stad die door de jaren heen zich ontwikkeld heeft tot een internationale universiteitsstad.

Zowel in onze stadsvisie als economische visie Made in Maastricht wordt benadrukt dat de traditionele en nieuwe economie van groot belang is voor Maastricht en positieve uitwerkingen kent op het gebied van arbeidsmarkt, de weerbaarheid, het algemene vestigingsklimaat en uitstraling. Daarom wil Maastricht met het uitvoeren van het programma van de 1^e en 2^e pijlers van de economische visie deze innovatieve economie (industrie en diensten) behouden en verstevigen door de bedrijvigheid in deze sector te faciliteren en te etaleren. Want ondanks dat in Maastricht vele unieke producten worden bedacht, ontworpen, geproduceerd en wereldwijd geëxporteerd, zijn deze producten en de bedrijven die ze maken in Maastricht en regio niet of nauwelijks bekend. En dat is een gemis, want onbekend maakt onbemind.

De (maak)bedrijven ondervinden op verschillende facetten de gevolgen van hun onzichtbaarheid en het mindere imago vooral bij het aantrekken en behouden van personeel. Dit wordt versterkt door een krappere wordende arbeidsmarkt en toenemende regionale concurrentie. Daarom zien de bedrijven ook, meer dan ooit, het belang om samen te werken aan imagoversterking en Maastricht te profileren als een innovatieve, weerbare en bedrijvige stad.

2. Context

Zowel in onze stadsvisie als economische visie Made in Maastricht wordt benadrukt dat de traditionele en nieuwe economie van groot belang is voor Maastricht.

Daarom zijn er in het kader van de stads- en economische visie verschillende stappen genomen met partijen als het LIOF, LED en de Brightland Campussen, die de innovatieve en creatieve industrie stimuleren en de zichtbaarheid vergroten. Het inzetten van impuls gelden voor diverse projecten die bijdragen aan de unieke bedrijvigheid in de stad is hier een onderdeel van. Door deze stimulans zijn verschillende mooie initiatieven gesteund, zoals Citylab dat innovatie (zoals 3D-printing, reshoring en de time-to-market versnelling) bij bedrijven bewerkstelligd. Tevens zijn er platforms ontwikkeld waar bedrijven elkaar ontmoeten, van elkaar leren en elkaar versterken (Staalport, Maakbedrijven Maastricht, Customer Service Valley). Daarnaast worden verschillende publieke momenten, onder andere de Maastricht Awards, ingezet om de ondernemende kant van Maastricht te etaleren.



3. Gewenste situatie

In het verlengde van deze context wordt in november 2017 het event Made in Maastricht gerealiseerd. De kern van het event is een tentoonstelling/expo, die de parels van Maastrichts ondernemerschap laat zien. De hoofddoelstelling is om aan een zo groot mogelijk publiek te laten zien dat Maastricht een ondernemende stad is met een sterke bedrijvensector, die een transitie heeft ondergaan van industriestad naar een stad met een innovatieve, creatieve, weerbare en multidimensionale economie. Vast staat dat de expo een visueel aantrekkelijke beleving wordt, die voor brede doelgroepen interessant moet zijn. De verhalen en de personen achter de producten en productiemethoden staan hierin centraal. We beogen de nieuwe kant van de maakindustrie op een innovatieve en interactieve manier aansprekend in de markt te zetten en vooral ook de link met internationale universiteitstad te laten zien.

Om de expo heen wordt een randprogramma ontwikkeld, waar evenementen kunnen landen die de boodschap verder inhoudelijk versterken. Door slimme koppelingen te maken, versterkt het een het ander en ontstaat kruisbestuiving. Hierdoor bereiken we een veel groter publiek. Tevens is het een manier om extra meerwaarde voor onze doelgroepen te creëren. Er wordt actief met de verschillende doelgroepen gekeken naar mogelijkheden om ook hun belangen door middel van dit event te versterken. De doelgroepen waar we ons op richten zijn de bewoners en bezoekers van Maastricht, de bedrijven, leerlingen, studenten (van MBO tot en met universiteit) en 'baanzoekers'. Bij allen beogen we een gevoel van trots te creëren, het gevoel 'Wauw, ik wist niet dat dit allemaal in Maastricht gemaakt wordt' moet overheersen na een bezoek aan de expo. Het onzichtbare zichtbaar maken; waardoor de bezoekers als het ware ambassadeurs en storytellers worden van de Maastrichtse successen.

Zo krijgen de bedrijven een podium om de onderneming en hun producten op een aantrekkelijke en spannende manier te presenteren aan (toekomstig) personeel. Voor werkzoekenden, uitkeringsgerechtigden vormt de tentoonstelling een laagdrempelige kennismaking met de bedrijven, een deur naar werkgelegenheid wordt geopend.

Door in het randprogramma het bezoek van scholen (instroom van technisch personeel en stages) en een banenmarkt (met UWV, Podium 24/Sociale Dienst) te organiseren, komt potentieel personeel in aanraking met Maastrichtse bedrijven. Het event dient als impuls om jongeren en werkzoekenden te enthousiasmeren voor een beroep in bijvoorbeeld de Maastrichtse maakindustrie en de



werkgelegenheid in de stad als dusdanig aantrekkelijk te presenteren dat voor deze doelgroepen het uitwijken naar andere regio's minder relevant wordt.

De bedoeling is dus om niet alleen de ondernemers erbij te betrekken, maar juist ook de inwoners en studenten/scholieren. Met het oog op transitie zal zowel de expo, als het randprogramma landen in het Sphinxkwartier. De expo, met een duur van vier weken, wordt gerealiseerd in de nieuwe expositieruimte van de Eiffel. Deze locatie geeft een inhoudelijke boost aan het event én versterkt de opening van het Eiffelgebouw. Voor evenementen in het randprogramma kunnen wij, waar nodig, uitwijken naar de Timmerfabriek, Bureau Europa, Lumière en Pathé.

4. Effect op duurzaamheid en/of gezondheid

Niet van toepassing.

5. Effect op de openbare ruimte

Niet van toepassing.

6. Personeel en organisatie

Niet van toepassing.

7. Informatiemanagement en automatisering

Niet van toepassing.

8. Financiën

De kosten voor het event zijn begroot op €150.000,-. Dekking van dit budget komt uit de meeropbrengsten toeristenbelasting 2017. De regie van het event blijft binnen de afdeling economie. Wel zal voor bepaalde deelopdrachten externe expertise benodigd zijn (communicatie, marketing en inrichting expo). Deze zullen worden ingehuurd.

9. Aanbestedingen

Niet van toepassing

10. Participatie tot heden

Niet van toepassing.



11. Voorstel

1. Akkoord gaan met de aanwending van het bedrag van € 150.000, - ten behoeve van het organiseren van het event Made in Maastricht (expo/randprogramma).
2. In stemmen met het opnemen van het bedrag bij het Uitvoeringsbeeld 2017

12. Uitvoering, evaluatie en vervolg

Indien uw college akkoord gaat met het voorstel zal de expo en randprogramma worden voorbereid samen met een extern communicatieburo en curator. Tevens zullen diverse partners worden betrokken bij dit initiatief, waaronder de deelnemende bedrijven, ondernemersverenigingen, maar ook LED, Kamer van Koophandel en Brightlands Maastricht Health Campus. Na afloop zal een evaluatie plaatsvinden op grond waarvan uw bestuur het besluit kan nemen om dit event ook in de toekomst te herhalen of dat het een eenmalig initiatief was.