



## Samenvatting

Op dit moment wordt er onvoldoende aandacht besteed aan de individuele zakelijke markt. Deze markt is in opkomst en biedt met name kansen op het gebied van de gewenste spreiding. Door middel van de opdracht Bleisure weg te zetten bij Maastricht Marketing zal er een verkenning plaatsvinden die kijkt waar de meeste (economische) impact gemaakt kan worden met als resultaat een of meerdere pilots die worden uitgevoerd.

## Beslispunten

1. Akkoord gaan met het verstrekken van de opdracht 'Bleisure' aan Maastricht Marketing.
2. In te stemmen om het restant van de middelen uit 2024 in de reserve overloop te storten zodat de middelen in 2025 ook kunnen worden besteed.

## Besluit Burgemeester en Wethouders d.d. 3 december 2024:

Conform.



## 1. Aanleiding

Bij het opstellen van het nieuwe convenant voor Maastricht Marketing is geconstateerd dat er op dit moment onvoldoende aandacht wordt besteed aan de individuele zakelijke markt. Het Maastricht Convention Bureau (MCB) focust zich met name op de C binnen het domein MICE (Meetings, Incentives, Conventions & Conferences, Exhibitions). Maastricht Marketing richt zich binnen de bezoekerseconomie met name op de leisure kant.

## 2. Context

Zakelijk toerisme is de laatste jaren enorm aan veranderingen onderhevig geweest. Er zijn hybride vormen van ontmoeting ontstaan en nadat de reisbeperkingen na corona werden opgeheven en een groeiend aantal werknemers weer op zakenreis ging, diende de trend bleisure zich aan. Bleisure is een sterk groeiende ontwikkeling waarbij de zakenreis wordt gekoppeld aan een persoonlijke reis. Daarbij zie je ook vaak dat de partner meereist met de mogelijkheid om op afstand te kunnen werken. Het is een samentrekking van de Engelse termen 'Business' en 'Leisure'. Deze reizen zijn hybriden van werk en plezier.

## 3. Gewenste situatie

Inzetten op dit specifieke domein biedt kansen doordat het:

- Een vorm is van duurzaam verblijfstoerisme. Er is namelijk vaak sprake van meerdaags verblijf. Dit draagt bij aan een hoogwaardige stadsbeleving en een goede promotie van de stad. Ervaring met de stad zowel zakelijk als leisure worden gedeeld met collega's en vrienden/familie. Daarmee is het dus ook een stimulans voor herhaalbezoek.
- Gericht is op verblijfsbezoek in de dalmomenten en bijdraagt aan de gewenste spreiding van toerisme.
- Ondanks digitalisering deze vorm van toerisme inspeelt op de behoefte aan live ontmoetingen. Het ervaren van de lokale cultuur en bezienswaardigheden kan een diepere waardering en begrip voor de stad en haar inwoners bevorderen, wat de algehele beleving en het bezoekmotief versterkt.

Inspelen op deze ontwikkeling zal tevens ondersteunend zijn aan de werkzaamheden van het MCB en de samenwerking tussen MCB en MM verder bevorderen.

## 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 (incl. Smart City)**

Niet van toepassing

**8. Financiën**

Voor de uitvoering van deze eenmalige opdracht is €100.000 begroot. Deze is afkomstig uit budget economie en cultuur vanuit de economische visie.

De opdracht wordt in 2024 verstrekt aan Maastricht Marketing. Echter zullen de middelen niet meer dit jaar (het is dan ook einde van het jaar) worden besteed. Het totale bedrag van €100.000 zal dan ook gestort worden in de reserve overloop en besteed worden in 2025.

Het betreft hier een opdracht die de gemeente Maastricht aan Maastricht Marketing verstrekt voor taken die het algemene belang dienen en niet Maastricht Marketing zelf. De activiteiten die worden uitgevoerd dienen de stad. Het bedrag is exclusief BTW en de gemeente kan de btw op de kosten hiervan compenseren bij het BTW-compensatiefonds.

**9. Aanbestedingen**

Niet van toepassing

**10. Participatie tot heden**

Niet van toepassing

**11. Voorstel**

1. Akkoord gaan met het verstrekken van de opdracht 'Bleisure' aan Maastricht Marketing.
2. In te stemmen om het restant van de middelen uit 2024 in de reserve overloop te storten zodat de middelen in 2025 ook kunnen worden besteed.

**12. Uitvoering, evaluatie en vervolg**

Om op een juiste manier invulling te geven aan deze opdracht zal er een verkenning gedaan worden naar de (economische) impact die bewerking van dit domein zou kunnen hebben op de



bezoekerseconomie. Deze verkenning resulteert in een rapport waarbij de kansen inzichtelijk zijn gemaakt en hoe deze verzilverd kunnen worden. Aanvullend wordt een doorvertaling gemaakt naar één of meerdere pilots. Daarbij wordt er bezien welke van deze pilots binnen de middelen van deze opdracht kunnen worden uitgevoerd en voor welke pilots aanvullende financiering vanuit de markt moet worden opgehaald.

Er is sprake van een vooruitbetaling met prestatieverplichting. Waarbij de voortgang van de prestatie wordt gemonitord via de bestaande overleg en verantwoordingsstructuur die met Maastricht Marketing plaatsvindt. Dit houdt in: maandelijks overleg met de ambtelijk accounthouder en per kwartaal met de portefeuillehouder. Daarnaast vindt er per kwartaal ook een inhoudelijke en financiële verantwoording plaats van Maastricht Marketing aan de gemeente Maastricht. Daaraan zal deze opdracht worden toegevoegd waardoor inzichtelijk wordt gemaakt waar de middelen aan besteed worden.

Collegevoorstel