



## Samenvatting

In 2023 heeft Maastricht Marketing, in samenwerking met meer dan 80 stakeholders, het merk Maastricht herijkt. Daaruit vloeide voort dat het merk en dus de positionering en herkenbaarheid van Maastricht, veel breder kan worden ingezet dan enkel de bezoekerseconomie. Vanuit de gemeente wordt een opdracht verstrekt om invulling te geven aan het breder inzetten van het merk voor Maastricht als kennis- en innovatiestad.

## Beslispunten

1. In te stemmen met het verstrekken van de opdracht: Positionering Maastricht als kennis- en innovatiestad 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. 16 december 2024:

Conform.



## 1. Aanleiding

In 2023 heeft Maastricht Marketing – als regisseur van het merk Maastricht – vele stakeholders betrokken bij het herijkingsproces van het merk Maastricht. De centrale vraag was: Hoe kan er een toekomstbestendig merk worden gebouwd? Gebaseerd op het bestaande DNA van stad en regio, met een gezonde dosis ambitie en van meerwaarde voor bezoekers, bewoners maar juist ook voor bedrijven en (kennis)instellingen in Maastricht en regio. Vanuit een enorme hoeveelheid input kwam een krachtige en toekomstbestendig herijkt merk Maastricht tevoorschijn. Maar ook de constatering dat het merk en dus de positionering en herkenbaarheid van Maastricht, veel breder kan worden ingezet dan enkel de bezoekerseconomie.

## 2. Context

De ambitie die in de economische visie staat beschreven is om Maastricht in de toekomst economisch gezond te houden. Daarbij wordt geduid dat “vitale steden zijn steden waar bewoners, bezoekers en ondernemers graag vertoeven. Grofweg geldt: hoe beter het leefklimaat, hoe meer bereikbare banen, hoe aantrekkelijker een stad. Daarvoor is de eigen identiteit, de kracht (oftewel het DNA) van de stad belangrijk.” Het duiden van het DNA is waar Maastricht Marketing, samen met meer dan 80 stakeholders, mee aan de slag is gegaan. Daarmee kunnen zij dus een belangrijke rol vervullen in het realiseren van de ambitie. Het herijkte merk is op 19 december 2023 middels een collegememo met het college gedeeld en op 23 mei 2024 gelanceerd in het bijzijn van de ‘Top 30’ en vele stakeholders.

Ook wordt in de economische visie aangegeven dat wanneer gesproken wordt over de economie van Maastricht, in principe gesproken wordt over de economie van Zuid-Limburg en de (EU)regio. Een goede positionering van Maastricht als centrumstad werkt versterkend voor de hele regio.

Daarnaast wordt beschreven in de economische visie dat de *“kennis en vakmanschap op het gebied van gezondheid (zoals voeding en life sciences), duurzaamheid (zoals circulariteit) en creativiteit (zoals de kunsten en de creatieve industrie)”* zichtbaarder moet worden. Het in de etalage zetten van Maastricht is hetgeen waar Maastricht Marketing voor aan de lat staat. Maastricht Marketing kan dus ondersteunen en faciliteren bij de genoemde actie in de economische visie, door bijzondere en innovatieve kennis daadwerkelijk in de etalage te zetten en de vraag aan ondernemers en partijen in de stad en regio te stimuleren om hetzelfde te doen.



In de SWOT analyse van de economische visie wordt als sterk punt het merk 'Maastricht' genoemd. En dat klopt ook. Als je kijkt naar het onderzoek dat periodiek wordt uitgevoerd (het steden en merken onderzoek van Hendrik Beerda) staat Maastricht al jarenlang in wisselende positie in de top 3 van Nederland. Daarnaast zijn we ook uitgeroepen tot 2e gezondste stad van Nederland. Naast het behouden van genoemde noteringen blijkt uit onderzoek dat het sterke merk Maastricht te eenzijdig, vanuit toerisme, geladen is. Daarmee wordt het potentieel nog niet benut om het merk Maastricht in te zetten voor (het vestigingsklimaat van) meerdere sectoren en doelgroepen.

### **3. Gewenste situatie**

Het merk 'Maastricht' breder inzetten voor de positionering van Maastricht als kennis-en innovatiestad, waarin cultuur expliciet wordt meegenomen als een versterkende factor voor het vestigingsklimaat. Om dit te realiseren een opdracht geven aan Maastricht Marketing voor het verder laden van het merk Maastricht met een duidelijke inhoudelijke focus op de ontwikkelingen en innovaties die in Maastricht en regio (welcome to Maastricht Region) plaatsvinden. In het bijzonder in relatie met de Maastricht Health Campus. Om zo in gezamenlijkheid te werken aan een sterke positionering van stad en regio. Waarbij de tone of voice is: 'In Maastricht en regio combineren wij innovatie en carrièrekansen met een hoge kwaliteit van leven. Volkomen in balans.'

Vanuit de regionale samenwerking wordt gewerkt aan Welcome to Maastricht Region (carrière bestemming) Maastricht Marketing geeft invulling aan het profiel en branding van Welcome to Maastricht Region. Dit houdt in: Website uitbouwen tot platform (campagnes/ jobportal) en Marketing/ communicatie: naast werktafel coalitie focus op Maastricht Region als carrière bestemming. Deze opdracht geeft het fundament om invulling te geven aan het bovengenoemde.

Deze opdracht en het budget vanuit de economische visie dient als aanjaagbudget voor onder andere de ontwikkeling van het strategische plan, de toolkit en de content. Na de opstartfase en het verbruik van het aanjaagbudget zullen werkgevers binnen Maastricht en de regio de producten afnemen en het project verder (financieel) ondersteunen.

### **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)**

Nieuwe Europese wetgeving over privacy en informatievoorziening zal eind 2025/begin 2026 van kracht worden. De afdeling Informatievoorziening en Automatisering zal begin 2025, samen met de Accounthouder, overleg plegen met Maastricht Marketing om ervoor te zorgen dat alle processen voldoen aan deze nieuwe wetgeving.

## **8. Financiën**

Voor de uitvoering van deze eenmalige opdracht is €235.000 begroot. Deze is afkomstig uit budget economie en cultuur vanuit de economische visie en arbeidsmarkt.

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 €235.000 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. In te stemmen met het verstrekken van de opdracht: Positionering Maastricht als kennis- en innovatiestad 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

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 afstemming in het PO Economie. 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.

Aanvullend wordt:

- Een Strategisch plan opgeleverd.
- Aan de verschillende projecten worden (waar mogelijk) concrete KPI's gekoppeld.
- Gezamenlijk geëvalueerd en wordt de strategie aangepast op basis van veranderingen in het economische landschap en de betrokkenheid van stakeholders.