



Gemeente Maastricht

> RETOURADRES POSTBUS 1992, 6201 BZ MAASTRICHT

Gemeenteraadsfractie MV en CDA
dhr. J. Hoen
mevr. V. Heijnen

BEZOEKADRES

Markt 78
6211 CL Maastricht

POSTADRES

Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

WWW.GEMEENTEMAASRICHT.NL

ONDERWERP

Vragen art. 39 RvO over BV Limburg

DATUM

8 augustus 2014

BIJLAGEN

1

VERZONDEN - 8 AUG. 2014

BEHANDELD DOOR

WimJan Doelman

DOORKIESNUMMER

043 350 4470

ONZE REFERENTIE

2014.30798

E-MAILADRES

Wimjan.doelman@maastricht.nl

FAXNUMMER

043 350 -- --

UW REFERENTIE

Geachte meneer/mevrouw,

Alvorens te reageren op uw vragen van 30 juni jl., welke bij ons zijn binnengekomen op 5 augustus 2014, wijst het college u op het volgende.

Uw raad heeft ten aanzien van Magisch Maastricht middelen toegekend vanaf 2011 tot en met de editie in 2014. In de raadsinformatiebrief d.d. 1 april 2011 inzake doorontwikkeling Magisch Maastricht staat dat de relatie met de stichting Vrijthof Mooi onder andere wordt vormgegeven middels een garantstelling voor de aantoonbaar onrendabele top van de schaatsbaan voor de jaren 2011 tot en met 2014 (zie p.1, onderaan). Verder staat erin dat met de Stichting Vrijthof Mooi een meerjarige optieregeling wordt afgesproken tot en met editie 2014 (het recht om als eerste een activiteit op een locatie te ontwikkelen, met de jaarlijkse plicht vergunning aan te vragen) (zie p.7. bovenaan). Het onderdeel van Magisch Maastricht op het Vrijthof met ondermeer kerstmarkt en schaatsbaan, editie december 2014, wordt dan ook uitgevoerd door de desbetreffende stichting Vrijthof Mooi. Tijdens de raadsvergadering van 8 juli jl. heeft wethouder Aarts er dan ook op gewezen dat het niet aan de orde is dat BV Limburg de editie 2014 zou kunnen doen. De stichting Vrijthof Mooi heeft voor de aankomende editie al contracten aangegaan, zoals de verhuur aan standhouders. Door de publiciteit hebben zij al verontruste vragen gekregen of het wel door gaat, wat zakelijk een slechte zaak is.

Ten aanzien van de evaluatie 2013 is tijdens de raadsvergadering gezegd dat die bijna klaar was en voor de commissievergadering van september aan u zou worden aangereikt.

Op donderdag 31 juli jl. heeft de portefeuillehouder de evaluaties 2012 en 2013 in concept ontvangen. Na behandeling door het college op 26 augustus, de eerste vergadering na het reces, kunnen de genoemde stukken aan u worden toegestuurd.

Tijdens de raadsvergadering is per motie gevraagd om te verkennen of er opties zijn om Magisch Maastricht 2018 met geen ofwel minder overheidsgeld te realiseren en na 2018 zonder overheidsgeld. De wethouder heeft in zijn antwoord daarop toegezegd dat indien partijen zich aanmelden daarnaar gekeken wordt en in die zin de motie wordt overgenomen. De enige die zich aangemeld had en heeft is BV Limburg. Toegezegd is dat met de BV Limburg contact zal worden

PAGINA

1 van 3



DATUM
8 augustus 2014

opgenomen om met een goed plan te komen. Desgevraagd heeft de wethouder toegezegd, indien het nodig is ook in het reces aan tafel te gaan.

Korte tijd na de raadsvergadering van 8 juli heeft de wethouder ambtelijk gevraagd contact op te nemen met BV Limburg. Toen werd hem medegedeeld dat dit contact al daags na de raadsvergadering op initiatief van BV Limburg was gelegd en er al afspraken in de maak waren om tijdens BV Limburg te komen tot een plan. De heer Rooijackers zou na zijn vakantie contact opnemen met de ambtelijke projectleider Magisch Maastricht, de heer Doelman. Daar is niets meer op vernomen. Wel is door mevrouw Caenen van BV Limburg per mail en telefonisch informatie opgevraagd, welke ambtelijk is gegeven.

Ten aanzien van de evaluatie(s) van Magisch Maastricht is gewezen op de vindplaats op de website van de gemeente. De evaluaties voor 2012 en 2013 waren nog niet beschikbaar zoals tijdens de raadsvergadering ten aanzien van het jaar 2013 is gemeld.

Ten aanzien van de jaarstukken van de stichting Vrijthof Mooi is gemeld dat die op basis van de juridische regelgeving niet zonder meer ter beschikking mochten worden gesteld. Alle overige gevraagde informatie is geleverd.

In een mail d.d. 16 juli 2014 bedankt mevrouw Caenen de ambtelijk medewerker voor zijn telefoontje en de verstrekte informatie ter zake, welke helpt bij het opmaken van hun plan. Dit plan zou naar zeggen van BV Limburg medio augustus worden opgeleverd. Op vrijdag 25 juli 2014 vraagt BV Limburg per mail rechtstreeks aan wethouder Aarts om een afspraak op 14 of 15 augustus omtrent hun plan. De week daarop laat wethouder Aarts weten dat 15 augustus prima is. In dezelfde week verschijnt een artikel op Maastricht Dichtbij (d.d. 29 juli 2014), waarin BV Limburg klaagt dat ze geen medewerking krijgt van de gemeente. Overigens is dit artikel zonder hoor en wederhoor tot stand gekomen. Voor 25 juli was wethouder Aarts geen verzoek bekend voor een gesprek. Kennelijk is wel eerder telefonisch met de secretaresse om een afspraak op genoemde data gevraagd, waarop deze heeft gevraagd of het niet na het reces kon en het anders per mail te vragen.

Vraag 1:

Heeft uw college kennis genomen van de publicatie op Maastricht Dichtbij van 29 juli met als kop: BV Limburg woedend over tegenwerking inzake Kerstmarkt?

Antwoord 1:

Ja.

Vraag 2:

Waarom geeft het college geen gehoor aan de door een meerderheid van de Raad gesteunde oproep om snel tot een gesprek te komen met de 50 leden tellende organisatie met vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven en de culturele sector?

Antwoord 2:

Zoals uit het voorgaande blijkt is aan de toezegging om contact op te nemen wel degelijk gevolg gegeven. Dat het initiatief tot dit contact op 9 juli is uitgegaan van BV Limburg doet daaraan niet af. Het contact was gelegd en kan moeilijk nog eens gelegd worden. Het contact heeft ook geleid tot informatie uitwisseling welke BV Limburg vroeg om haar plan te maken. Aan het verzoek van BV Limburg om op 14 of 15 augustus een gesprek te hebben met de wethouder is ook gevolg gegeven.



DATUM
8 augustus 2014

Inmiddels is dit gesprek op hun verzoek vervroegd naar 12 augustus. Eerder konden zij niet.

Vraag 3:

Wat is de reden dat het college en medewerkers niet snel handelen om een gesprek aan te gaan?

Antwoord 3:

Uw stellingname welke in de vorm van een vraag is verwoord, is onjuist. Zodra de wethouder tijdens het reces vernam dat om een gesprek werd gevraagd is daar positief op gereageerd.

Vraag 4:

Is er bij het college begrip voor dat BV Limburg tijdig het gesprek aan wil gaan om nog mogelijk bij de editie van 2014/2015 betrokken te kunnen zijn?

Antwoord 4:

Tijdens de raadsvergadering is reeds gemeld dat Vrijthof Mooi de editie 2014 organiseert en daarmee volop in uitvoering is. Ook de heer Rooijackers was tijdens de raadsvergadering aanwezig. Als BV Limburg aan de editie 2014 iets wil bijdragen dient zij zich te richten tot de stichting Vrijthof Mooi. Van een betrouwbare overheid kan niet verwacht worden bestaande rechten te schenden, zoals omschreven in de raadsinformatiebrief d.d. 1 april 2011. Dat zou onrechtmatig zijn. Ter zake kan dan ook geen sprake van spoed zijn. Het is niet aan de orde, zoals reeds tijdens de raadsvergadering onweersproken is gezegd. Overigens doet dit niks af aan de snelheid welke gevraagd wordt. Immers BV Limburg heeft steeds gesteld medio augustus met een plan te komen en dan een gesprek te willen. Dit gesprek is, ondanks dat door hen geen spoed is aangetoond, ingepland op de door hun gewenste datum van 12 augustus

Burgemeester en Wethouders van Maastricht,

De Secretaris,

De Burgemeester,

W/A

CC
BV Limburg
Stichting Vrijthof Mooi





Gemeente Maastricht

> RETOURADRES POSTBUS 1992, 6201 BZ MAASTRICHT

Gemeente Maastricht
de gemeenteraad
Postbus 1992
6201 BZ MAASTRICHT

BEZOEKADRES

Mosae Forum 10
6211 DW Maastricht

POSTADRES

Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

WWW.MAASTRICHT.NL

ONDERWERP

Raadsinformatiebrief
doorontwikkeling Magisch Maastricht

DATUM

01 april 2011

BIJLAGEN

4

BEHANDELD DOOR

H. (Hans) Dassen

DOORKIESNUMMER

043 350 49 81

ONZE REFERENTIE

-

E-MAILADRES

hans.dassen@maastricht.nl

FAXNUMMER

043 350 43 85

UW REFERENTIE

Geachte leden van de Raad,

Het college informeert u via deze raadsinformatiebrief over de doorontwikkeling van het in 2010 ontwikkelde concept voor het evenement 'Magisch Maastricht'. Basis hiervoor is de positieve evaluatie van het concept. Bezoekers, ondernemers en eigen inwoners beoordeelden het concept positief.

Het College vindt nog steeds dat Magisch Maastricht als evenement door marktpartijen georganiseerd moet worden. De rol van de gemeente beperkt zich tot de sturing vanuit de kaders van de stadsvisie, het evenementenbeleid (versterking van en balans tussen imago, beleid en leefbaarheid) en de Algemene Plaatselijke Verordening. Dat marktmodel is op de korte termijn echter niet haalbaar.

Daarom is het voorstel dat de gemeente, in 2011 en 2012, samen met VVV Maastricht en het Centrummanagement optreedt als regisseur van de doorontwikkeling van het concept Magisch Maastricht. In die periode werken de gezamenlijke partners aan de volgende drie onderdelen.

- (nog) meer kwaliteit,
- een verdienmodel waarmee marktpartijen hun verantwoordelijkheid nemen voor het concept en de deelevenementen,
- en een externe organisatiewijze die invulling hieraan kan geven.

Om dit mogelijk te maken, moet de gemeente nog tijdelijk financieel bijdragen. Met de financiële ondersteuning heeft de gemeente twee doelen voor ogen:

- het mogelijk maken dat Stichting Vrijthof Mooi financieel kan groeien naar de beoogde kwaliteit,
- het zorgen voor een financiële basis onder de collectieve onderdelen van het concept, te weten de cultuurprogrammering, de marketing en een stimuleringsprogramma voor de schaatsbaan. Deze onderdelen zijn onrendabel en niet aan de markt door te berekenen,

De relatie met Stichting Vrijthof Mooi wordt tijdelijk vormgegeven via twee sporen:

- een garantstelling voor de aantoonbaar onrendabele top van de schaatsbaan (voor de jaren 2011 t/m 2014),
- aanvullend een garantstelling voor eventuele aantoonbare aanloopverliezen van Stichting Vrijthof Mooi (voor de jaren 2011/2012).

PAGINA

1 van 11



DATUM
01 april 2011

Beide garantstellingen kennen maxima (85.000 euro schaatsbaan, 50.000 euro eventueel verlies) en worden afrekenbaar vastgelegd.

Zowel de rol van de gemeente als de financiële relatie is afbouwend in aard en omvang. De financiële ondersteuning is nodig om te komen tot de gewenste kwaliteit en organisatie. Er wordt hiermee tijd gecreëerd om het evenement te ontwikkelen en stabiel in de markt te verankeren.

In 2011 kan deze opzet vanuit bestaand budget betaald worden en is daarmee een collegebevoegdheid. Voor de jaren 2012-2014 kan de gemeenteraad bij de kaderbrief en de begrotingsbehandeling beslissen of ze hiermee akkoord gaat.

Leeswijzer

Hoofdstuk 1 historie van de besluitvorming.

Hoofdstuk 2 belangrijkste evaluatiepunten.

Hoofdstuk 3 belangrijkste geconstateerde knelpunten c.q. uitdagingen.

Hoofdstuk 4 de hierop gebaseerde voorgestelde strategie.

Hoofdstuk 5 de financiële consequenties.

1. Het proces in 2010

Het College besloot begin 2010 de samenwerking voor de organisatie van een kerstevenement op het Vrijthof met de Stichting Winterland Maastricht niet voort te zetten. Om deze reden, en vanuit het belang van een kerstevenement voor de stad, is onder regie van de gemeente een traject gestart om te komen tot een opvolging van Winterland Maastricht. Dit samen met overkoepelende organisaties en trekkende ondernemers. De opzet was om invulling te geven aan een winter/kerstevenement, dat meer bijdraagt aan het imago, het beleid en de leefbaarheid van de stad.

Het College zette een projectorganisatie op die de opdracht kreeg een visie te ontwikkelen, actief zorg te dragen voor een passende invulling op het Vrijthof als pijler van een nieuwe concept en voorstellen te doen voor de doorontwikkeling.

Het College benoemde in februari 2010 uitgangspunten voor het uit te werken concept. Het gaat op hoofdlijnen om:

- richten op de doelgroepen; eigen bevolking en de (inter)nationale bezoekers,
- een voor iedereen (en vooral voor de jeugd) toegankelijk evenement,
- authenticiteit,
- een centrumbreed concept, met locaties die complementair aan elkaar zijn,
- maximale wisselwerking tussen en inzet van lokale en regionale ondernemers,
- een kwalitatieve ruimtelijke inpassing die het imago van de stad versterkt,
- de kern van het evenement op het Vrijthof bestaat uit een grote schaatsbaan, gezelligheid erom heen, een sfeervolle kerstmarkt en in de schil een reuzenrad, een historische carrousel en een aanvullende kerstattractie voor kinderen,
- monitoren van de ervaringen tijdens de organisatie, de opbouw en de uitvoering van het evenement.

Er is afgesproken dat het een groeimodel is. Daarbij gaf het College aan dat de nadruk ligt op het evenement op het Vrijthof en het ontwikkelen van een centrumbrede visie. Met als aanvulling, dat indien mogelijk en passend



DATUM
01 april 2011

er al ontwikkelingen elders in het centrum kunnen plaatsvinden. Extra gestelde randvoorwaarde voor het Vrijthof was dat - na een aanbesteding - na het eerste jaar het evenement weer de verantwoordelijkheid is van de markt.

Er zijn een drietal ateliersessies georganiseerd met diverse specialismen vanuit de gemeente en externe partijen zoals ondernemers, cultuurinstellingen, buurtkaders en brancheorganisaties. Tijdens deze sessies is gekeken op welke wijze Maastricht zich als Kerststad in de markt kan zetten, met oog voor haar kernwaarden als kwaliteit, allure en gastvrijheid. In juli 2010 heeft het College de uitkomsten besproken.

Als uitwerkingslijn zijn door het college de volgende vijf punten vastgesteld:

- activiteiten op maximaal 7 locaties en met elkaar aanvullende thema's,
- upgradung van de kerstverlichting (doel: sfeer, aanlichten bijzondere locaties, verbinding),
- ontwikkelen van een centrumbrede culturele programmering, amateur en professioneel (doel: sfeer, cultuurparticipatie),
- zorgen voor een centraal gestuurde marketing (doel: eenduidige boodschap, imagooversterking, binding),
- een proef met kerstterrassen (voor enerzijds de beoogde aankleding en sfeer en anderzijds als hefboom om ondernemers mee te laten investeren in het concept).

De VVV en het Centrummanagement namen als partners deel in de projectorganisatie en gaven mee invulling aan inhoud en de financieel onderbouwing van het concept.

Tegelijkertijd zette de gemeente een aanbestedingstraject in werking voor het specifieke kerstevenement op het Vrijthof. Dit was het al eerder genoemde spoor om na 1 jaar weer te komen tot een marktpartij die als trekker voor het Vrijthof ging fungeren. De aanbesteding heeft helaas niet tot het gewenste resultaat geleid, omdat de gestelde eisen op dat moment een volledig commerciële exploitatie niet mogelijk maakte.

Aangezien het Vrijthof een onmisbare locatie is in het totale Kerstevenement is gezocht naar een partner die risicodragend het evenement daar zou kunnen en willen ontwikkelen.

De Stichting Vrijthof Mooi, gedragen door 4 horecaondernemers aan het Vrijthof, heeft dit opgepakt en gezorgd voor een maximaal haalbare invulling op het Vrijthof. Om dat mogelijk te maken is een privaatrechterlijke overeenkomst gesloten tussen de gemeente en de stichting Vrijthof Mooi. In de overeenkomst is opgenomen dat Stichting Vrijthof Mooi een bijdrage van € 70.000 ontvangt als voldaan wordt aan een aantal concrete afspraken over de aard van de invulling en het voldoen aan verplichtingen.

Enquete

Tijdens en direct na afloop van het evenement zijn bezoekers, bewoners (algemeen en binnenstad specifiek), partners en ondernemers en belangengroepen breed bevroegd naar hun bevindingen. Dat is gebeurd door een samenwerking van gemeente (team statistiek en informatie) en de externe bureau 's Eurecom en Flycatcher. Ook is een quick scan gedaan naar andere kerststeden in binnen- en buitenland om te leren van de wijze waarop zij hun kerstevenement georganiseerd hebben. Gekeken is naar de aard en de duur van het evenement en de rol van de gemeente hierin.

De uitkomsten van deze enquete zijn zonder meer positief te noemen. Niet alleen de bezoeker maar ook de doelgroep 'eigen inwoners' heeft het evenement goed gewaardeerd. De uitkomsten geven goede handvatten om het concept kwalitatief door te ontwikkelen en de spin-off voor de stad verder te versterken.



DATUM
01 april 2011

2. Projectevaluatie

Dit hoofdstuk geeft de uitkomsten van de evaluatie op hoofdlijnen. Als bijlage 2-4 treft u de integrale projectevaluatie aan. Bijlage 2 bevat de hoofdlijnen. Bijlage 3 de achtergronden. Bijlage 4 bevat daarbij de tabellen van de monitoring die heeft plaatsgevonden.

2.1 Inhoud/concept

Alle partijen (bezoekers, bewoners, organisatoren, bedrijfsleven) beoordeelden het concept Magisch Maastricht positief. Het concept is onderscheidend van andere Kerstmarkten door de combinatie van een overkoepelende regie, de centrumbrede spreiding met sfeerverlichting, de culturele programmering en de centrale marketing. Dat uit zich in de hoge waardering van bezoekers en inwoners van het totaal concept. Maar ook de onderdelen schaatsen, attracties, en kerstterrassen scoren hoog bij de ondervraagden. Gebleken is dat het kerstmarktgevoel er pas is als er ook voldoende kerstkramen staan.

Met 27% staat Magisch Maastricht op de derde plaats als motief om de stad te bezoeken, na kerst/funshoppen (46%) en stedenbezoek (35%),

Ondanks de hoge waardering is het wel noodzakelijk om op de invulling van het evenement een verdere kwaliteitsslag door te voeren. Deze worden gepresenteerd in hoofdstuk 3.4 (afweging scenario's).

2.2 Organisatie

Uit de enquêtes en afstemming met betrokken organisatoren en bedrijven blijkt dat door de aard van het concept, een overkoepelende organisatie nodig blijft. Deze richt zich voornamelijk op de collectieve thema's sfeerverlichting, culturele programmering en marketing, maar ook op de regie over de invulling van de deellocaties (conceptsturing).

Door de samenwerking vindt ook een meer afgestemde sponsorwerving door Centrummanagement, VVV en organisatoren plaats. De huidige samenwerking is als zeer positief beoordeeld.

2.3 Financieel

Er is inmiddels ook meer zicht op de opbrengsten, kosten en financiering van dit evenement. Het blijkt dat een beperkt aantal marktpartijen fors heeft geïnvesteerd en (aanloop)verlies heeft geleden. De tijdsdruk, maar ook het uitzonderlijk slechte weer en de aantoonbaar onrendabele onderdelen (zoals de schaatsbanen) hebben een belangrijke invloed gehad op dit resultaat.

Het blijkt dat de opbrengsten vooral bij andere dan de direct in het evenement investerende marktpartijen terecht komen. Het verkrijgen van sponsorgelden is moeizaam verlopen en onvoldoende geweest gezien het verlies. Het 'free rider' probleem, evenals de onrendabele top van deelementen van het concept, zijn belangrijke aandachtspunten in de doorontwikkeling van Magisch Maastricht.

2.4 Beleidsversterking (drie doelen van het evenementenbeleid)

Qua economische spin-off zijn de bestedingen in kaart gebracht. Op de locaties spendeert de bezoeker van Maastricht in december gemiddeld € 19, in de reguliere winkels € 125, in de horeca € 65 en in de hotels € 60.

Over de bezoekersaantallen kunnen wetenschappelijk onderbouwd geen harde uitspraken worden gedaan. *Indicatief* is op basis van passantentellingen gesproken over 400.000 bezoekers in de maand december aan de stad. Dit ondanks het extreem slechte weer. Een hard gegeven is dat 27% als bezoekmotief Magisch Maastricht had. De bezoekers spendeerden gemiddeld € 190 p.p. in de stad(*). Indicatief zouden we in dat geval spreken over minimaal € 20.5 mln. aan *extra* bestedingen als direct gevolg van Magisch Maastricht.



DATUM
01 april 2011

(*) Het totale gemiddelde is niet de som van de gemiddelden per locatie. Dat heeft te maken met statistische wegingsfactoren.

Maar liefst 90% van de ondervraagde ondernemers geeft aan dat het evenement voortgezet zou moeten worden; 22% geeft aan mee te willen investeren/ bij te dragen.

Leefbaarheid bestaat uit lusten (vertier, te doen voor diverse doelgroepen) en lasten (hinder). Inwoners van Maastricht hebben het evenement inhoudelijk positief beoordeeld. Van de inwoners gaf 22% aan zich veiliger te hebben gevoeld. Overlast werd door de inwoners als volgt ervaren: geluid 9%, verlichting 6%, onveilig gevoel 3%.

Gelet op de positieve beoordeling door bezoekers en inwoners heeft het evenement onmiskenbaar bijgedragen aan een beter imago van de stad als kerststad.

3. Strategie doorontwikkeling Magisch Maastricht

3.1 Eindbeeld

De evaluatie van het concept en haar onderdelen is positief. Het biedt perspectief om Maastricht onderscheidend als kerst(bezoek)stad neer te zetten en het evenement nog meer te laten bijdragen aan gemeentelijke beleidsdoelen (economische spin-off, werkgelegenheid, cultuur, sport, jongeren).

Eindmodel is een concept dat gedragen en getrokken wordt door marktpartijen en waarin de gemeente vanuit haar beleidskaders sturing geeft. Evenementen zijn belangrijk in een leefbare stad. Maar zij zorgen ook voor meer druk op het centrum. Sturing op imago, beleid en leefbaarheid is daarom noodzakelijk.

Dat eindmodel is nu nog niet realiseerbaar. Bijlage 1 geeft inzicht in twee onderliggende factoren:

1. De eisen die aan evenementen gesteld worden (inhoudelijk, ruimtelijk, duur, veiligheid, ...) leiden tot een druk op de financiële haalbaarheid van een kwalitatief evenement;
2. Het feit dat niet iedereen die profiteert, bijdraagt in de kosten, het zogenaamde free rider probleem. Het alternatief verdienmodel (verruimen van de commerciële verdienmogelijkheden) is strijdig met het beoogde doel en soms het geldend beleid (zoals een langere duur, zichtlijnen, ...).

Deze kloof tussen kwaliteit en haalbaarheid vergt een besluit over de rol die de gemeente inneemt. De gemeente ziet evenementen immers als instrument van beleid, haakt kosteneffectief aan bij initiatieven van externe partijen (in plaats van zelf te organiseren) en vraagt kwaliteit.

Op deze rolvraag wordt principieel ingegaan in de nog op te stellen raadsnota 'evaluatie en kaderstelling evenementenbeleid'. In deze brief wordt ingezoomd op de consequenties voor Magisch Maastricht.

3.2 Het vertrekpunt (situatieschets)

Uit de evaluatie blijkt dat Maastricht zich met haar concept kan onderscheiden. Er is meer tijd nodig om het gewenste eindbeeld te bereiken. Sprake is van een overgangperiode. Met de ontwikkeling en uitvoering van Magisch Maastricht is een forse inspanning gepleegd door gemeente en partners. De evaluatie geeft aan dat het resultaat zelfs boven verwachting goed is. Partijen willen verder, maar onder voorwaarden. Die voorwaarden hebben op hoofdlijnen te maken met :

1. Behouden van de overkoepelende regie van gemeente, VVV en Centrummanagement;



DATUM
01 april 2011

2. Mee blijven denken in het vinden van oplossingen voor de altijd aanwezige knelpunten, ook voor procedures die onnodig energie wegnemen van partijen die willen ondernemen en organiseren;
3. Het ook mee financieel haalbaar maken van een evenement dat nog in zijn groeifase zit (partnership markt-overheid).

Aantoonbaar hebben een aantal partners (aanloop)verlies geleden in 2010. Om door te gaan moet er voldoende perspectief zijn. De organiserende ondernemers hebben aangegeven alleen door te willen gaan als dat perspectief er meerjarig is. Een financieel haalbaar evenement is ook voorwaarde voor de kwaliteit die gevraagd wordt. Daarmee staat of valt het concept.

3.3 Van vertrekpunt naar eindmodel; de stappen

3.3.1 Regierol gemeente, VVV en Centrummanagement

De basis van Magisch Maastricht is dus het centrumbrede concept van 2010.

De regierol wordt nog twee jaar ingevuld, in nauwe samenwerking met VVV Maastricht en het Centrummanagement. De partners zetten zich in de overgangperiode samen in:

- op het dichten van de kloof tussen eisen/randvoorwaarden voor het evenement en de financiële haalbaarheid,
- om het free rider gedrag kleiner te maken,
- om een externe organisatie op te zetten die de verantwoordelijkheid draagt vanaf de editie 2013.

Via de regierol kan de gemeente meer sturing geven op de delen van het concept die de markt wel/niet oppakt en op het subsidie geven. Het risico is groot dat, zonder de ondersteunde rol van de gemeente, het concept uiteenvalt omdat dan de beoogde kwaliteit niet gehaald wordt of doordat er op locaties geen activiteiten meer plaatsvinden.

Tijdelijk ondersteunen van evenementen vanuit de beleidsvelden cultuur, sport en jongerenbeleid is niet ongebruikelijk. Magisch Maastricht is vooral een economisch evenement dat leidt tot een grote economische spin-off van de stad. Het is een reëel perspectief dat het om tijdelijke gemeentelijke bijdragen kan gaan, leidend tot een forse kwaliteitsimpuls.

Er zijn met Stichting Vrijthof Mooi al gesprekken gevoerd over hun plannen. Mits zij het meerjarig perspectief zien, zal er sprake zijn van een verdere kwaliteitsverbetering op het plein qua inrichting, zichtlijnen, invulling van de kerstmarkten e.a.. Met de tijdelijke ondersteuning vermijdt de gemeente dat er commerciële activiteiten bijgeplaatst moeten worden, die minder bijdragen aan de nagestreefde sfeer. De tijd wordt geboden om kwalitatief te groeien. Door samen te gaan werken met bijvoorbeeld het Kerstevenement in Valkenburg aan de Geul kan de marketing regionaal gecoördineerd worden. Vanuit de regiegroep zal ook met de andere locaties gesproken worden over hun plannen en de samenhang met de uitgangspunten van het concept.

3.3.2 Pijler Vrijthof

Vanuit het belang voor het concept zal in de periode 2011-2014 een af te bouwen financiële relatie blijven bestaan met de Stichting Vrijthof Mooi. Het Vrijthof is en blijft één van de pijlers van het concept. Hiermee wordt het door Stichting Vrijthof Mooi gevraagde meerjarig perspectief geboden. De onrendabele top van de schaatsbaan, en haar maatschappelijke doelstelling, is hiervoor de ingang. In dit scenario:

- neemt de gemeente afbouwend een financiële rol in de onrendabele exploitatie van de schaatsbaan (2011 t/m-2014), en gebruikt deze om gemeentelijke beleidsdoelen te realiseren (eigen jeugd, sportstimulering).



DATUM

01 april 2011

- wordt in 2011 en 2012 aan Stichting Vrijthof Mooi aanvullend een garantstelling toegezegd voor mogelijke verliezen in 2011 en (na evaluatie) 2012.
- zal met Stichting Vrijthof Mooi een meerjarige optieregeling worden afgesproken tot en met editie 2014 (het recht om als eerste een activiteit op een locatie te ontwikkelen, met de jaarlijkse plicht vergunning aan te vragen).

Dat biedt partners meerjarig perspectief en de ruimte om te investeren. Door meerjarige contracten af te sluiten, of te investeren in plaats van huren, kunnen betere afspraken gemaakt worden. Hierdoor draagt de gemeente bij aan het verdienmodel (lagere kosten, meer geld voor kwaliteit). Er wordt binnen het evenement Magisch Maastricht een verdienmodel ontwikkeld, waar mogelijk andere evenementen in de stad van kunnen profiteren. Uitgangspunt is en blijft dat de organisatoren risicodragers zijn. De gemeente pakt tijdelijk een verdergaande rol op basis van de extra doelen die beoogd zijn.

Het aantal weken dat het evenement duurt, wordt gehandhaafd. Later beginnen gaat ten koste van het verdienmodel en de medewerking van externe partijen om risicodragend mee te investeren in de gewenste kwaliteit. Ook maakt een kortere duur de beoogde (Eu)regionale samenwerking met partners die veel langer open zijn onmogelijk.

3.3.3 Overige (collectieve) pijlers

De kracht en het onderscheidende vermogen van het concept is ook gebaseerd op de pijlers cultuur, marketing, kerstterrassen en licht. Een monitor geeft handvatten om bij te sturen.

De *centrale marketing* wordt getrokken door VVV Maastricht. Op basis van de ervaringen zal de marketing steviger doorgezet worden, en zullen meer ondernemers hierbij financieel worden betrokken. De gemeentelijke bijdrage voor marketing zal tenminste door de markt gematcht worden.

De *cultuurprogrammering* wordt in samenwerking getrokken door het Centrummanagement, Kumulus en het Theater aan het Vrijthof. Op basis van de ervaringen van 2010 wordt ingezet op een programma dat minder kosten heeft en meer effect (magisch qua sfeer maar ook cultuurparticipatie). Ook dit bedrag is de hefboom voor het verkrijgen van financiering van derden (matchingprincipe).

Extra capaciteit wordt ingezet om een *stimuleringsprogramma* te ontwikkelen voor de schaatsbaan voor de basisscholen en doelgroepen uit de buurten.

De *proef met de kerstterrassen* wordt met 1 jaar verlengd. In die periode wordt gekeken naar de duurzaamheid, aangezien de terrasverwarming niet duurzaam is, naar meer comfort en meer uitstraling/sfeer. Hierbij wordt ook ingezoomd op de hefboom die de kerstterrassen hebben (als inkomstenbron) naar ondernemers om hen (meer) te laten investeren in de beoogde kwaliteit van het concept (het voor wat hoort wat principe).

De *sfeerverlichting* wordt hooggewaardeerd door de bezoekers van Magisch Maastricht. Vanuit dat gegeven beziet de regiegroep Magisch Maastricht welke adviezen van de Westland Monumenten Commissie ten aanzien van een aantal onderdelen haalbaar zijn.

Tot slot wordt ook jaarlijks *gemonitord* op de ervaringen van het concept, als input voor de doorontwikkeling.

3.3.4 Andere locaties

Met uitzondering van een deels tijdelijke relatie met het evenement op het Vrijthof is er geen financieel stimulerende rol van de gemeente voor de locaties in de stad. Het Vrijthof is in het concept benoemd als de



DATUM
01 april 2011

meest cruciale (onmisbare) locatie. Lijn was al dat andere locaties wel activiteiten kunnen ontwikkelen, maar geheel voor eigen rekening en risico.

Alle locaties profiteren van in dit scenario de voorgestelde sturing en financieel aanjagen van het cultuurprogramma en de marketing. Het Centrummanagement zet verder in op het lichtconcept. Ook met andere partijen kunnen meerjarige optieregelingen worden afgesproken, met spelregels hoe partijen met elkaar omgaan. Alle organisatoren worden conform beleid ontwikkelingsgericht ondersteund in het vergunningsproces.

4. Financiële consequenties

De financiële consequenties voor het overgangsmodel zijn als volgt:

Soort	Gemeentelijke kosten	Dekking
2011		
Projectleiding	€ 100.000	Post onvoorzien College van B&W 2011
Cultuurprogramma	€ 50.000	€ 15.000 budget cultuurparticipatie Post onvoorzien 2011 € 35.000
Extra capaciteit maatschappelijk - sport programma	€ 24.000	Post onvoorzien 2011
Collectieve Marketing	€ 50.000	Evenementenbudget 2011
Onrendabele top Schaatsbaan garantstelling	€ 85.000	Evenementenbudget 2011
Garantstelling exploitatietekort Vrijthof Mooi editie 2011	€ 50.000	Via Verordening 'evenementen openbare ruimte Maastricht' € 15.000 Evenementenbudget 2011 € 35.000
Monitor en evaluatie	€ 20.000	Evenementenbudget 2011
2012		
Projectleiding	€ 30.000	Kaderbrief 2011
Cultuurprogramma	€ 50.000	€ 15.000 cultuurbudget Kaderbrief € 35.000
Extra capaciteit maatschappelijk - sport programma	€ 24.000	Kaderbrief 2011
Collectieve Marketing	€ 50.000	Kaderbrief 2011
Onrendabele top Schaatsbaan garantstelling	€ 85.000	Kaderbrief 2011
Garantstelling exploitatietekort Vrijthof Mooi editie 2012	€ 50.000	Via Verordening 'evenementen openbare ruimte Maastricht' € 15.000 Kaderbrief 2011 € 35.000
Monitor en evaluatie	€ 20.000	Kaderbrief 2011
2013 – 2014		
Cultuurprogramma	€ 50.000	€ 15.000 cultuurbudget Via kaderbrief meerjarig begroten 2013-14 € 35.000
Extra capaciteit maatschappelijk - sport programma	€ 24.000	Via kaderbrief meerjarig begroten 2013-14



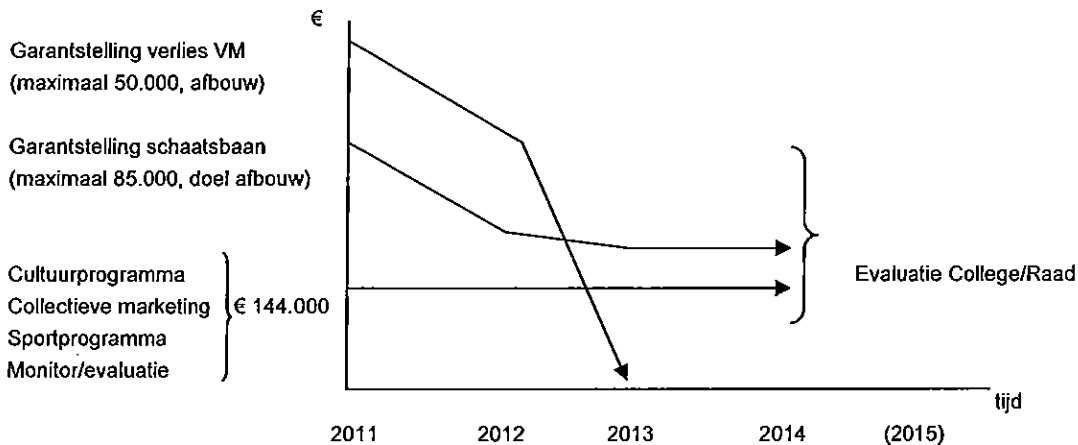
DATUM
01 april 2011

Collectieve Marketing	€ 50.000	Via kaderbrief meerjarig begroten 2013-14
Onrendabele top Schaatsbaan	€ 85.000	Via kaderbrief meerjarig begroten 2013-14
Monitor en evaluatie	€ 20.000	Via kaderbrief meerjarig begroten 2013-14

Conclusie

In 2011 kunnen de kosten van de gemeentelijke ondersteuning van het evenement geheel gedekt worden binnen de bestaande programmabegroting. Voor 2012 en verder zal de dekking onderdeel uitmaken van de integrale afweging bij de kaderbrief 2011.

Om het afbouwend scenario helder te maken toont indicatief onderstaande figuur de (dalende) out of pocket kosten – bijdragen.



Schaatsbaan, marketing en monitor samen putten het in 2011 beschikbare evenementenbudget geheel uit. Het beschikbare evenementenbudget bedraagt in 2011 € 235.000 (waarvan € 45.000 structureel). Indien hieruit de voorgestelde kosten (naast de al harde verplichtingen naar TEFAF, JIM en de propele carnaval) worden gedekt, is er geen ruimte meer voor andere initiatieven. In 2010 is hieruit bijvoorbeeld een bijdrage aan KRO 's Kerststerren bekostigd, dit is dan voor 2011 niet meer mogelijk, evenals voor andere nieuwe initiatieven.

5. Verdere stappen

De financiële consequenties van de overgangsstrategie vanaf 2012 worden verwerkt in de kaderbrief 2011. Besluitvorming van uw Raad in juni 2011.

De gemeente stelt op korte termijn met VVV Maastricht en Centrummanagement een plan van aanpak op voor de doorontwikkeling van het concept en de uitvoering op deellocaties.

Wij zullen u in het najaar van 2011 wederom actief informeren, zodra er zicht is op de al in 2011 bereikte resultaten van de doorontwikkeling.

Burgemeester en wethouders van Maastricht,

de secretaris,

de burgemeester,



DATUM
01 april 2011

Bijlage 1 Trends en ontwikkelingen

Evenementen zijn een onmisbare wijze van vrijetijdsbesteding geworden van een leefbare stad waarin wordt gewoond, gewerkt en gerecreëerd.

De schaal van evenementen is sterk toegenomen, zowel in aantal, omvang en complexiteit. Dat leidt enerzijds tot meer positieve spin-off maar anderzijds ook (ook in combinatie met andere functies van een stad) tot meer druk op de leefbaarheid.

Overheden, politie e.a. stellen steeds meer eisen aan evenementen (inhoudelijk, veiligheid, inpassing, aanpak hinder, ...). De bundeling van randvoorwaarden en inhoudelijke eisen zet de financiële haalbaarheid onder druk c.q. gaat ten koste van de ook gewenste kwaliteit. Hier ontstaat meer en meer een kloof tussen beoogd doel en de haalbaarheid. Ook de organisator moet immers zijn doelen kunnen realiseren met haar evenement (ideeel, commercieel, ...) onder hanteerbare (financiële) risico's en condities.

Wat betreft Magisch Maastricht; de beoogde authenticiteit en relatie met stad en regio impliceert een (gedeeltelijke) invulling van de kerstmarkten met lokale en regionale aanbieders (streekproducten, lokale winkeliers,...). Qua imago is dat sterk. De gewenste kwaliteit betekent echter mogelijk ook een lagere omzetsnelheid en dus een kleinere kans dat de organisator voldoende pachtinkomsten realiseert. De gewenste open zichtlijnen naar het decor maken dat er minder (commerciële) voorzieningen op een plein geplaatst kunnen worden. Het door de gemeente toegepaste verbod op gok-, kans-, en behendigheids spelen betekenen een (fors) verlies aan potentiële pachtinkomsten. Het doel van kerstmis en geen kermis betekent ook minder kermisattracties en minder pachtinkomsten. Een grote schaatsbaan op het Vrijthof is wezenlijk onderdeel van het concept; per saldo is een schaatsbaan sec echter niet rendabel. Het stellen van een maximale duur aan het evenement betekent minder kans deze investering terug te kunnen verdienen.

De combinatie van eisen (inhoud, veiligheid, hinder, ...) heeft als consequentie voor de organisator dat deze meer moet investeren, zijn kosten ziet stijgen, en tegelijkertijd zijn inkomsten ziet dalen (minder 'money makers' als dekking voor niet rendabele delen).

Dat betekent dat –tenzij de kaders veranderen en/of de gemeente en/of markt financieel bijspringt – organisatoren van Magisch Maastricht afhaken, de gewenste kwaliteitsimpuls niet haalbaar is en de economische spin-off voor de stad substantieel afneemt.

Het free rider probleem

De markt moet in principe in staat zijn de geschetste kloof te dichten. Uit de monitor blijkt echter dat sprake is van een free rider probleem. Enkele ondernemers nemen direct risico, investeren en hebben (in 2010) verlies geleden op hun inzet, die de stad aantoonbaar breed ten goede is gekomen. Kosten en opbrengsten dalen op verschillende plaatsen neer in de stad. Zoals uit de monitor blijkt, spendeert de bezoeker gemiddeld € 19 op de locaties, € 125 in de reguliere winkels, € 65 in de horeca en € 60 in hotels. De meest risicodragende investerende partijen (de investeerders op de locaties) lijken dus het minst te profiteren als het gaat om omzet op de locaties zelf. Aan de verlichting is overigens wel bijgedragen door alle betrokken ondernemers; de basisverlichting wordt betaald uit budget Centrummanagement.

Uit de enquêtes blijkt dat slechts 22% van de ondernemers van de stad bereid is te investeren in het evenement, hoewel 90% vindt dat het evenement doorgang moet vinden. Dat uitte zich o.a. in het moeizaam vinden van sponsors. Hier zit een fundamenteel punt dat niet kan worden opgelost door (alleen) de organisatoren zelf.



DATUM
01 april 2011

Overige bijlagen:

- 2 : Rapportage Magisch Maastricht 2011
- 3 : Bijlagen bij rapportage Magisch Maastricht
- 4 : Rapport Magisch Maastricht (tabellenboek monitoring)

