



> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

BEZOEKADRES
Mosae Forum 10
6211 DW

Aan de fractie van SP
de heer J.M. van Gelooven

POSTADRES
Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

ONDERWERP
Schriftelijke vragen inzake een nieuw merk
voor Maastricht rond thema
evenementenbeleid

DATUM
31 mei 2023
Verz. 1 juni 2023

BIJLAGEN
--

BEHANDELD DOOR
SM (Sanne) Groen, de

TELEFOONNUMMER
043 354067

ONZE REFERENTIE
2023.02580

E-MAILADRES
Sanne.de.Groen@maastricht.nl

FAXNUMMER

UW REFERENTIE

Geachte heer van Gelooven,

Onderstaand treft u de beantwoording aan van de schriftelijke vragen die uw fractie gesteld heeft.

Vraag 1:

Kunt u een reactie geven op hetgeen hiervoor uiteengezet is? Weet het college van deze ontwikkelingen en hoe staat het college daar tegenover?

Antwoord 1:

Het college is op de hoogte van deze ontwikkeling en wordt betrokken bij de herijking van het Merk Maastricht.

Vraag 2:

Wat is er mis met het 'oude' markt Maastricht? Waarom is er aanpassing nodig? Is dat onderzocht?

Antwoord 2:

Het betreft een herijking van het Merk Maastricht. Hierbij wordt er gekeken naar nieuwe ontwikkelingen. In het convenant dat gekoppeld is aan de begroting subsidie is de herijking van het Merk Maastricht benoemd als een van de taken. Met diverse stakeholders wordt gesproken of en welke aanpassingen noodzakelijk zijn aan het Merk Maastricht.

Vraag 3:

Is het betreffende merkenadviesbureau dat door Maastricht Marketing ingehuurd is afkomstig uit Maastricht, zodat het 'ons' geld in elk geval in de stad blijft?

Antwoord 3:

Het betreft een netwerkorganisatie die ondersteunt in de herijking van het merk en als gespreksleider optreedt. Een van de partners van deze organisatie woont in de regio Maastricht.

Vraag 4:

Wat zijn de verwachte resultaten van het zogenaamde 'nieuwe' merk Maastricht?



DATUM
31 mei 2023

Antwoord 4:

Zoals reeds benoemd gaat het niet om een nieuw merk, maar om de herijking van het bestaande merk. Het proces is op dit moment nog in volle gang. Voor de zomervakantie zal er meer duidelijkheid zijn.

Vraag 5:

Is deze opdracht door Maastricht Marketing op eigen houtje gestart, of is er overleg met de gemeente geweest? Is er een opdracht gegeven? Hoe verhoudt dat nieuwe merk zich tot het Maastrichtse coalitieakkoord?

Antwoord 5:

De herijking van het merk Maastricht is als taak benoemd in het convenant dat is gekoppeld aan de begroting subsidie. In de herijking worden ook de gemeentelijke visies zoals vastgesteld door de Raad en het coalitieakkoord meegenomen.

Vraag 6:

Moet de raad niet mee besluiten over een dergelijk belangrijk onderwerp als het merk van de stad?

Antwoord 6:

De richting is door de Raad bepaald in de diverse door de Raad vastgestelde visies en het coalitieakkoord. Deze dienen als uitgangspunt bij de herijking van het Merk Maastricht. Met het opnemen van de herijking van het Merk Maastricht in het convenant geeft het college opdracht aan Maastricht Marketing om hier verdere invulling aan te geven.

Vraag 7:

Wordt dit nieuwe merk ook afgestemd met de inwoners van onze stad en hoe dan?

Antwoord 7:

De uiteindelijke herijking van het merk wordt mede bepaald door inmenging van meerdere partijen en instellingen in de stad. Samen wordt vervolgens ook bepaald hoe er breed afgestemd en vervolgens gecommuniceerd gaat worden. Daar worden inwoners ook zeker in meegenomen. Hoe en wanneer wordt ook voor de zomervakantie duidelijk.

Vraag 8:

Door meerdere partijen die aanwezig waren in de raadszaal werd geopperd dat het bovengenoemde nieuwe 'merk' als een soort van paraplu zou moeten gaan dienen en daarmee ook als een soort van toets voor evenementen in de stad. Men zou binnen de merkkaders moeten werken om überhaupt toegelaten te worden als evenement. Zet daarnaast de overige strenge voorwaarden en eisen en dito grote kosten die zowel aan grotere als kleinere organisatoren worden opgelegd. Wij vrezen dat vooral kleinere organisaties hiervan dupe zullen worden en dat er uiteindelijk een soort eenheidsworst zal ontstaan door de strenge uniforme regulering. Het lijkt erop dat er geen ruimte meer is (of wordt gemaakt) om ook creatieve nieuwe ideeën en experimenten ergens een plek te geven. Evenementen die net uitblinken in het hebben van géén uniform karakter. De stad sluit na eerdere de Mandril, nu ook het Landbouwbelaan en poetst daarmee de laatste rafelrandjes weg. Sluit de stad nu ook de poorten voor 'andersoortige' evenementen in de rest van de stad? Kan het college op het bovenstaande reflecteren en onze zorgen wegnemen?

Antwoord 8:

Het voorliggende geactualiseerde beleid gaat nog altijd uit van de 60 dagenmaximum op het Vrijthof en de 50 dagenmaximum voor de overige locaties. Hiermee wordt er dus in eerste instantie niet op



DATUM
31 mei 2023

kwaliteit gestuurd maar wordt in eerste instantie gekeken of er wel of geen plek is. De opmerking dat evenementen enkel zijn toegestaan als ze binnen de merkkaders passen is dus niet correct. Pas op het moment van schaarste is het Merk Maastricht één van de criteria op basis waarvan een afweging gemaakt wordt welk evenement wel of niet toegelaten kan worden op het programma.

Hoogachtend,
Namens het college van burgemeester en wethouders van Maastricht,

John Aarts
Wethouder Mobiliteit, Stadsbeheer, Duurzaamheid en Hospitality

Schriftelijke vragen