



**BINNENGEKOMEN
TEAM DOCUMENTSERVICES
D.D. 30-05-2023
No. 2023.02580
Portefeuillehouder: Aarts
Organisatieonderdeel: Ec&Cultuur**

Aan het college van burgemeester en wethouders van Maastricht
Postbus 1992
6201 BZ MAASTRICHT

Maastricht, 29 mei 2023

Betreft: Schriftelijke vragen SP over nieuw 'merk' Maastricht

Geacht college,

Op dinsdag 16 mei jl. werd er een stadsronde georganiseerd rond het thema 'evenementen in de stad'. Tijdens die stadsronde hoorden wij van vertegenwoordigers Maastricht Marketing en het Centrum Management (men lijkt hier samen op te trekken) dat er gewerkt wordt aan een zogenaamd nieuw merk 'Maastricht'.

Wij vroegen in een van de gesprekken aan de vertegenwoordiger van Maastricht Marketing, waarom dit project is gestart en waarom het zogenaamde 'oude' merk Maastricht dan niet meer zou voldoen, terwijl de stad nu al uit haar voegen barst van bezoekers en toeristen. Met andere woorden: is het vooral een merk voor de commercie met tot doel om nog meer bezoekers en toeristen naar de stad te trekken? Er kwam helaas geen helder antwoord, anders dan dat de bezetting van hotels buiten de weekeindes om nog wel wat groter kan c.q. dat men op die dagen op zoek is naar meer omzet.

Daarom wil de SP het college daarom vragen om op een paar dingen te reflecteren. Nog niet zo lang geleden 'moest' de stad Maastricht Marketing financieel redden via tonnen aan gemeenschappelijke gelden, die oorspronkelijk bedoeld waren om gezinnen en ideële organisaties uit de brand te helpen tijdens de pandemie. U herinnert zich vast de discussie en de schriftelijke vragen die hieromtrent door de SP werden gesteld. Wij staan dan nu ook verbaasd te kijken dat diezelfde organisatie grote sommen geld aan het uitgeven is aan een nieuw 'merk' Maastricht. Een project dat notabene wordt uitgevoerd door een externe partij.

Naar aanleiding van dit nieuws, heeft de SP een aantal vragen voor het college:

1. Kunt u een reactie geven op hetgeen hiervoor uiteengezet is? Weet het college van deze ontwikkelingen en hoe staat het college daar tegenover?
2. Wat is er mis met het 'oude' merk Maastricht? Waarom is er aanpassing nodig? Is dat onderzocht?



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?
4. Wat zijn de verwachte resultaten van het zogenaamde 'nieuwe' merk Maastricht?
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?
6. Moet de raad niet mee besluiten over een dergelijk belangrijk onderwerp als het merk van de stad?
7. Wordt dit nieuwe merk ook afgestemd met de inwoners van onze stad en hoe dan?

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 Landbouwbelang en poetst daarmee de laatste rafelrandjes weg. Sluit de stad nu ook de poorten voor 'andersoortige' evenementen in de rest van de stad?

8. Kan het college op het bovenstaande reflecteren en onze zorgen wegnemen?

Hoogachtend,

Jack van Gelooven
Fractievoorzitter SP