



> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

Aan de fractie van SP
mevrouw S. Blom

BEZOEKADRES
Mosae Forum 10
6211 DW Maastricht

POSTADRES
Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

ONDERWERP
Schriftelijke vragen inzake inhuur extern
bureau 'brandingsproces' rondom positionering
gebied Trega-Zinkwit.
BEHANDELD DOOR
Camiel Kruchten

DATUM
8 december 2025
Verzonden: 08-12-2025

BIJLAGEN
--

TELEFOONNUMMER
043 350 51 82

ONZE REFERENTIE
2025.03941

E-MAILADRES
Camiel.Kruchten@maastricht.nl

UW REFERENTIE

Geachte mevrouw Blom,

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

Vraag 1:

Welk 'professioneel bureau' heeft het college ingeschakeld voor het 'brandingstraject' van het Trega-Zinkwiterrein?

Antwoord 1:

Er is gekozen voor het lokale bureau Perron9.

Vraag 2:

Wat zijn de totale geraamde kosten voor de inhuur van dit bureau en de uitvoering van dit gehele 'brandingstraject'? Wij ontvangen hier graag een gespecificeerd overzicht van.

Antwoord 2:

01 Projectonderzoek, participatie, analyse en verwerking	€3.520,00
02 Kernwaarden, positionering en kernboodschap	€3.080,00
03 Genereren naamvoorstellen en pay-off	€4.400,00

(deze post vindt plaats in een later stadium)

04 Ontwikkelen visuele identiteit	€5.280,00
-----------------------------------	-----------

Vraag 3:

Op welke wijze is dit bureau geselecteerd? Heeft er een openbare aanbesteding plaatsgevonden, of is dit bureau onderhands geselecteerd?

Antwoord 3:

Er is onderzoek gedaan naar meerdere bureaus die zijn beoordeeld op ervaring met gebiedsbranding en strategische merkontwikkeling.

De selectie is gedaan via een onderhands inkooptraject, conform de gemeentelijke inkooprichtlijnen voor opdrachten onder de aanbestedingsdrempel.

Schriftelijke vragen



DATUM
8 december 2025

Vraag 4:

Welke specifieke selectiecriteria zijn gehanteerd bij de keuze voor dit bureau? En waarom acht het college juist deze partij het meest geschikt om de 'identiteit' voor dit nieuwe stadsdeel te ontwikkelen?

Antwoord 4:

De belangrijkste criteria waren:

- *Aantoonbare ervaring met gebiedsontwikkelingen en gebiedsbranding*
- *Een gedegen aanpak waarin kwalitatief onderzoek en participatie sterk verweven zitten*
- *Kennis van de stad en regionale context*

Perron9 voldeed aan deze criteria én scoorde goed op de verhouding prijs-kwaliteit.

Vraag 5:

In de RIB wordt gesteld dat er parallel aan het traject een 'manifest' wordt opgesteld dat als 'gedeeld kompas' en 'toetssteen' (waarvoor?) moet fungeren. Waarom acht het college het noodzakelijk om, naast de reeds bestaande (Omgevings)visie en andere beleidskaders, een extern bureau te betalen voor het opstellen van een dergelijk manifest?

Antwoord 5:

We hebben de keuze gemaakt om een manifest te laten ontwikkelen op basis van de goede ervaring die we hebben met 'Het manifest van de Sphinx'.

Voor een gebiedsontwikkeling als die van TregaZinkwit werken we met ontzettend veel partijen samen om deze ambitieuze woonwijk te realiseren. In de komende jaren zullen nog veel keuzes moeten worden gemaakt. Om te voorkomen dat iedere partij vanuit haar eigen perspectief keuzes maakt, is een gedeeld kompas nodig.

Het manifest, waarin de identiteit van het gebied wordt vastgelegd, is een concretisering van beleidskaders zoals de Omgevingsvisie, gespecificeerd op de gebiedsontwikkeling van TregaZinkwit. Een inspirerend verhaal om te zorgen dat alle toekomstige keuzes bijdragen een hetzelfde doel en dezelfde ambities. Het helpt betrokkenen te begrijpen waar het gebied voor staat en welke waarden leidend zijn. Het biedt kaders zonder de creativiteit te beperken. Het bewaakt de kwaliteit en zorgt ervoor dat alle neuzen in dezelfde richting staan.

Vraag 6:

Is het college het met de SP eens dat het investeren in de 'positionering' en 'uitstraling' van een gebied middels externe bureaus wringt, zolang de structurele aanpak van armoedebestrijding en andere problemen als het oplossen van de fietsproblematiek in de stad nog niet op orde zijn? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 6:

We begrijpen dat publieke middelen doelmatig moeten worden ingezet. We zien het echter niet als een keuze tussen óf investeren in armoedebestrijding óf investeren in deze gebiedsontwikkeling. We doen het beide.



DATUM
8 december 2025

Dit traject gaat niet om marketing of “mooie plaatjes”, maar om richting en kwaliteit. Binnen deze ontwikkeling hebben we continue oog voor het feit dat we een wijk bouwen voor iedereen. Voor alle inkomens, alle levensfasen en alle situaties. Juist omdat het een gebied moet worden waar iedereen zich welkom voelt en het geen anoniem gebied wordt investeren we in positionering en uitstraling.

Hoogachtend,

Namens het college van burgemeester en wethouders van Maastricht,

Frans Bastiaens
Wethouder Stedelijke Ontwikkeling, Cultuur, Veerkrachtige Wijken en Ouderenbeleid

Schriftelijke vragen