



# Made in Maastricht

*Economische visie Maastricht 2020*



Gemeente Maastricht



# Made in Maastricht

*Economische visie Maastricht 2020*



Gemeente Maastricht



# Voorwoord

Een sterke economie is een van de belangrijkste voorwaarden om te kunnen blijven bouwen aan een sociale stad. Het hebben van een baan in een veilige en prettige omgeving draagt in belangrijke mate bij aan het welzijn van mensen. Werk zorgt voor financiële zekerheid, leidt tot sociale contacten en versterkt de eigenwaarde.

Maastricht heeft van oudsher een sterke economie. De historisch gegroeide brede economische structuur van industrie, kennis en diensten, zorgt voor een stad die ook in onzekere tijden tegen een stootje kan. De vraag is of de stad een antwoord gaat vinden op alle uitdagingen, die zich in een veranderende economische wereldorde voor onze gemeenschappelijke huisdeur gaan aandienen. Economische groei is niet langer vanzelfsprekend en zal hard en vooral gezamenlijk slim bevochten moeten worden. Dat is in Maastricht op dit moment voelbaar. De kantorenleegstand neemt toe, de arbeidsparticipatie blijft achter en de bedrijvigheid staat onder druk. De stad vergrijsst en ontgroent. Globale ontwikkelingen als de digitalisering en het groeiende belang van kennis en creativiteit vragen om meer creatief vermogen van de stad. Deze ontwikkelingen vereisen een andere wijze van denken, van zowel gemeente, bewoners als ondernemers. Samenwerking ook in de regio, flexibiliteit en durf om kansen te zien en te benutten zijn daarin, meer dan voorheen, noodzakelijke uitgangspunten. Wil Maastricht haar robuuste economie behouden, dan zal het fundament daarvoor verstevigd en uitgebouwd dienen te worden. Sterke punten verbeteren, maar ook vernieuwen en organiseren. Dat doen we aan de hand van een nieuwe economische visie 2020: “Made in Maastricht”. Deze visie is tot stand gekomen via een uitgebreid participatieproces. Woord van bijzondere dank gaat daarbij uit naar de leden van de commissie Economische en Sociale Zaken. Op vernieuwende wijze hebben zij zich betrokken getoond bij de economische ontwikkeling van de stad. Samen met vele partners hebben zij de basis gelegd voor dit document.

In de economische visie 2020 slaat Maastricht duidelijke piketpalen voor de toekomst. Maastricht ambieert een duurzame, internationaal georiënteerde kenniseconomie waarin voor burgers voldoende banen op alle niveaus bereikbaar zijn. De gemeente neemt daarin de rol van aanjager en verbinder met als doel het realiseren van zoveel mogelijk collectieve actie. We creëren goede randvoorwaarden, zorgen voor een aantrekkelijk vestigingsklimaat en leggen verbindingen in (Eu)regio, tussen cultuur, kennis en internationale ontmoetingstad. Dat doen we samen met onze partners in Zuid-Limburg en de (Eu)regio.

“Made in Maastricht” willen we graag inzetten als een label en een identiteit, die dit zelfbewustzijn onderstreept en de ondernemers en (kennis)instellingen in onze stad met elkaar verbindt. Juist in deze tijd zijn we ons ervan bewust hoe belangrijk het is ondernemers optimaal te faciliteren en te ondersteunen. Ondernemen is lef hebben. Een kans zien, op weg gaan en niet weten waar de reis eindigt. Ondanks deze onzekerheid is bij velen de sociaal-maatschappelijke betrokkenheid groot. Daar ben ik ‘gruuts’ op. Beginnende ondernemers weten niet of zij ooit winst gaan maken. Hun moed en visie zijn echter onontbeerlijk om de economie dynamisch en vitaal te houden en daarmee banen te creëren en onze verzorgingstaat mogelijk te maken. Het meest sociale beleid is economisch beleid.

Ik spreek de hoop en wens uit dat we, op basis van de voorliggende gedeelde visie, gezamenlijk en daadkrachtig verder werken aan de economische toekomst van de stad. Ik daag iedereen uit.

John Aarts

WETHOUDER ECONOMIE, WERKGELEGENHEID, TOERISME EN EVENEMENTEN, FINANCIËN EN ORGANISATIE



# Inhoudsopgave

Samenvatting	7
Inleiding	9
1. Het karakter oftewel het dna van Maastricht	13
1.1 Inleiding	13
1.2 Ligging en positionering	13
1.3 Maastricht en haar inwoners	13
1.4 Bedrijven, overheden en kennisinstellingen	16
1.5 Bezoekers	22
1.6 Maastricht in cijfers	26
2 Trends en ontwikkelingen	28
2.1 Inleiding	28
2.2 Wereldwijd: steden als economische motor	29
2.3 Nederland: vitale economische steden zijn aantrekelijke steden	29
2.4 Maastricht en de regio	31
2.5 De belangrijkste ontwikkelingen op een rij	34
3 Maastricht in 2020: stip aan de horizon	37
3.1 Inleiding	37
3.2 Internationale kennisstad: het versterken van kennis en informatie	37
3.3 Complete cultuurstad: het versterken van de relatie tussen cultuur en economie	38
3.4 Internationale ontmoetingsstad: versterken van nieuwe werken, winkelen en bezoeken	40
3.5 Randvoorwaarden	41
4 De economische agenda van Maastricht	45
4.1 Inleiding	45
4.2 Speerpunten	45
4.3 Rollen en verantwoordelijkheden & nieuwe manieren van financieren	45
4.4 De economische agenda van Maastricht op hoofdpunten	47
Colofon	52



ramsi  
boeken tegen  
lage  
prijzen  
8

JOHN GRISHAM

Zijn nieuwe bestseller

... de microvisuele  
... te meestd

...  
...  
...



## Samenvatting

Maastricht is een stad met vele bijzondere kenmerken: een hoge kwaliteit van leven, een historische binnenstad, een Europese ligging, een grote studentenpopulatie, een internationale sfeer en een voor Nederlandse begrippen zeer herkenbare 'Maastrichtse' identiteit.

Sinds de economische nota uit 2005 zijn er wereldwijd veel nieuwe ontwikkelingen in gang gezet die een sterke invloed hebben op de positie van de stad en haar regio. Als antwoord op deze ontwikkelingen is eerder de Stadsvisie Maastricht 2030 aangepast. Er zijn opnieuw bewuste keuzes gemaakt en ambities geformuleerd. Maastricht kiest in de Stadsvisie voor een internationale kennisstad, een complete cultuurstad en een sterke woonstad.

De Economische visie "Made in Maastricht" geeft aan met welk economisch beleid een bijdrage kan worden geleverd aan de welvaart en het welzijn van de burgers van Maastricht. Werk is hiervoor een van de belangrijkste middelen. De visie geeft aan hoe de stad vanuit een eigen visie en verantwoordelijkheid met partners gaat werken aan een economisch vitale en toekomstbestendige stad. Deze visie draagt samen met de structuurvisie en de nog op te stellen sociale visie bij aan het algemeen welzijn van de burgers van de stad en de kwaliteit van de samenleving.

"Made in Maastricht" markeert een overgang naar een nieuw tijdperk waarin flexibiliteit, ondernemersgerichtheid, pro-activiteit en trots op het ondernemerschap centraal staan. De eigen organisatie gaat zich veel meer extern richten en is zich meer bewust van haar internationale rol in de (Eu)regio en Brainportregio. "Made in Maastricht" staat voor hoe in Maastricht wordt gewerkt en zaken worden gedaan. Made in Maastricht wordt ingezet als een label en een identiteit die dit zelfbewustzijn onderstreep en de ondernemers en (kennis)instellingen in onze stad met elkaar verbindt. De huidige bedrijven en instellingen vormen een stevig fundament in de economische structuur. Die structuur wil de stad graag optimaal faciliteren en ondersteunen.

De stad kiest voor drie prioriteiten waarin de kansen voor economische ontwikkeling van de stad vooral liggen. De kansen liggen er op het gebied van kennis

en innovatie, het versterken van de relatie tussen cultuur en economie en het versterken van Maastricht als ontmoetingstad.

Maastricht als universiteitstad en internationale kennisstad sluit aan bij de uitvoering van de gezamenlijke Brainportagenda op Zuid-Oost Nederlands niveau. Doel hiervan is stad en regio te laten aansluiten bij de top 3 van kennisregio's in Europa en de top 10 van de wereld. De gezamenlijke agenda richt zich op de groei van de meest kennisintensieve topsectoren, waarvan een forse economische groei wordt verwacht. Het is een agenda die in de regio samen met bedrijfsleven en kennisinstellingen wordt uitgevoerd en op Zuid-Limburgs schaalniveau in LED-verband wordt opgepakt. Voor Maastricht als stad betekent dit het optimaal faciliteren van de Maastricht Health Campus in Randwyck. Gemikt wordt op een groei van 40 nieuwe bedrijven, een groei van de werkgelegenheid met 1100 banen (directe werkgelegenheid) en een groei van het aantal (wetenschappelijke) congressen. Belangrijk is ook het mogelijk maken van de groei van de Universiteit Maastricht naar 25.000 studenten. Dit zal gezamenlijk worden vertaald in een actieprogramma dat ondermeer betrekking heeft op het stimuleren van ondernemerschap. Het huidige MKB en de kennisinstellingen spelen een belangrijke rol in kennisvalorisatie en innovatie. Ook dat wil de gemeente Maastricht zoveel mogelijk faciliteren.

Maastricht ziet de creatieve industrie als een topsector die zich nog beter kan ontplooiën en daarom een economische sector is met veel perspectief. Gestreefd wordt naar een groei met 1500 banen in 2020. Gerichte ondernemersondersteuning en diverse faciliteiten voor starters maken een culturele carrière in meerdere opzichten mogelijk. Belvédère kan hiervoor een uitstekend klimaat bieden. "Maastricht complete cultuurstad" richt zich op een optimaal en inzichtelijk compleet cultureel aanbod, over de (Eu)regionale grenzen heen en vanuit de ambitie van Maastricht Culturele Hoofdstad 2018. Het is immers een voorwaarde voor een uitdagend vestigingsklimaat, ook voor de kenniswerkers en de bedrijven die stad aan zich wil binden.

Service en gastvrijheid zit in het DNA van Maastricht en past bij de ambitie Maastricht als ontmoetings-

stad. Maastricht is nationaal een top winkelstad en wil in de top-3 blijven. Dat gaat niet vanzelf. Daarom zal worden gestreefd naar het mogelijk maken van nieuwe functies en combinaties van functies in de binnenstad. Ook wordt gekeken naar modernisering van de winkeltijden.

Daarnaast wil de stad meer en langer verblijf in Maastricht stimuleren. Vooral het zakelijk toerisme is van belang omdat dit een van de belangrijkste inkomstenbronnen van de stad is. Ook moet worden gedacht aan het initiëren van ontmoetingsmogelijkheden voor jongeren, studenten en internationals. Voor een deel zal dit samenvallen met het actieprogramma dat samen met de Universiteit wordt ontwikkeld om de schaastrap te faciliteren.

Ondernemers en werknemers moeten allerlei vormen van het nieuwe werken mogelijk gemaakt worden. Hiervoor is functiemenging een voorwaarde en zullen nieuwe, meer flexibele werkplekken aangevuld met WIFI-verbindingen in de stad mogelijk gemaakt worden.

Voor een stevig economisch beleid is het onderwijs- en arbeidsmarktbeleid randvoorwaardelijk. Ook hier geldt dat we nadrukkelijk kiezen voor excellent toponderwijs, passend bij het economisch profiel van stad en regio, waarbij nadrukkelijk aandacht is voor doorlopende leerlijnen op alle niveaus. Immers iedereen is nodig. Focus, aanjagen, afstemmen en zorg dragen voor samenwerking en afstemming tussen alle partijen die zich op dit terrein begeven, is alleen al vanuit economisch perspectief meer dan noodzakelijk. Het verhogen van de arbeidsparticipatie is beslist noodzakelijk om de ambities van de stad waar te kunnen maken, evenals het aantrekken van internationale kenniswerkers.

Tot slot: voor een economisch vitale, toekomstbestendige internationale stad zijn goede (EU) regionale verbindingen en optimale stedelijke (woon)voorzieningen zoals geformuleerd in de structuurvisie noodzakelijk.

# Inleiding

## **Een nieuwe economische visie**

Maastricht is een stad met vele bijzondere kenmerken: een hoge kwaliteit van leven, een historische binnenstad, een Europese ligging, een grote studentenpopulatie, een internationale sfeer en een voor Nederlandse begrippen zeer herkenbare 'Maastrichtse' identiteit.

Sinds de economische nota uit 2005 zijn er wereldwijd veel nieuwe ontwikkelingen in gang gezet die een sterke invloed hebben op de economische positie van de stad en haar regio. Te denken valt aan de veranderde bevolkingssamenstelling, de economische transitie, klimaatveranderingen en de grondstofschaarste.

Als antwoord op deze ontwikkelingen is eerder de Stadsvisie Maastricht 2030 aangepast. Er zijn opnieuw bewuste keuzes gemaakt en ambities geformuleerd. Maastricht kiest in de Stadsvisie voor een internationale kennisstad, een complete cultuurstad en een sterke woonstad.

De economische en de sociale visie, evenals de structuurvisie moeten elk vanuit hun eigen invalshoeken maar vooral in hun samenhang een bijdrage gaan leveren aan het realiseren van de ambities van de Stadsvisie. Daarom zijn en worden de visies ook daar waar het de uitvoeringsagenda's betreffen, op elkaar afgestemd.

Het hoofddoel van de economische visie is aan te geven welk economisch beleid een bijdrage kan leveren aan de welvaart en het welzijn van de burgers. Werk is hiervoor heel belangrijk. Werk biedt mensen de kans tot ontwikkeling, bevordert de integratie, biedt sociale contacten en structuur, betreft de burger bij de samenleving en is de beste garantie tegen armoede en sociale uitsluiting. Participatie, zelfontplooiing en inkomen staan in nauwe relatie tot gezondheid en welzijn.

De economische visie geeft aan hoe de gemeente Maastricht samen en vanuit een eigen verantwoordelijkheid met partners gaat werken aan een economisch vitale en toekomstbestendige stad. Uit de visie volgt helder waar deze stad voor staat. Internationalisering vormt daarbij een rode draad. Niet als doel

op zich, maar als een middel om onze doelstellingen op economisch vlak samen met onze partners te realiseren.

## **Keuzes**

Deze economische visie markeert de overgang naar een nieuw tijdperk. In dit nieuwe tijdperk staan kernthema's als flexibiliteit en ondernemersgerichtheid en het zoeken naar nieuwe bestuurlijke rollen en de internationale identiteit van de stad centraal. De gemeentelijke rol ligt in het nemen van verantwoordelijkheid voor het algemene vestigingsklimaat, het faciliteren en stimuleren van ondernemerschap, het organiseren van netwerken en verbindingen in de regio, maar ook in het stellen van regels. Voor een goed economisch beleid moeten belangrijke randvoorwaarden gerealiseerd worden, zoals een stevig onderwijs- en arbeidsmarktbeleid, goede (Eu) regionale verbindingen, goede woonvoorzieningen en geschikte werklocaties. Nog belangrijker is een open (internationale) houding en het geven van experimenteer ruimte. Kansen voor een goede economische ontwikkelingen liggen er in het bijzonder op het gebied van kennis en innovatie, het versterken van de relatie tussen cultuur en economie en het versterken van Maastricht als ontmoetingstad.

## **Terugblik**

Maastricht heeft lange tijd de vruchten kunnen plukken van een brede economische structuur. Daarnaast heeft Maastricht vanaf begin 2000 veel investeringen gedaan die tot op dit moment van invloed zijn op de economische ontwikkeling van de stad. De investeringen door overheden en private partijen zijn zelfs ongekend hoog voor een relatief kleine stad van 121.000 inwoners.

Genoemd kunnen worden de ondertunneling van de A2, die inmiddels in volle gang is en het verbreden en het deels verleggen van de Noorderbrug. Door deze maatregelen wordt de bereikbaarheid van Maastricht drastisch verbeterd. Het kernwinkelgebied heeft een forse kwaliteitsimpuls gekregen en is uitgebreid met Mosae Forum, Entre Deux en diverse nieuwe winkelformules. De ontwikkeling van de Health Campus op Randwyck is gestart met als resultaat de vestiging van de neuro-incubator. De herstructurering van de Beatrixhaven is in volle gang, zodat de zware industrie het gebied optimaal kan gebruiken.

De economische resultaten van deze investeringen zijn groot. Maastricht is de meest aantrekkelijke winkelstad van Nederland en prijkt bovenaan de lijst van de meest toeristische en culinaire steden in Nederland. Maastricht is op zowel Nederlandse als Europese schaal gaststad van grote internationale evenementen, beurzen en congressen, waardoor de naamsbekendheid van Maastricht groot is. Ook zijn belangrijke keuzes gemaakt voor de toekomstige economische positie van Maastricht, zoals de kandidaatstelling van Maastricht en de Euregio als Culturele Hoofdstad van Europa 2018, de ontwikkeling van Belvédère en de samenwerking met de Chemelot Campus en de High Tech Campus in Brainport 2020 en in Limburg Economic Development-verband (LED) om zo ook aan te haken aan het topsectorenbeleid. Deze projecten tonen een voortzetting van het hoge ambitieniveau.

Er zijn ook zorgpunten die te maken hebben met de economische ontwikkelingen. De werkloosheid is tegen de landelijke trend in gedaald – ondanks de recessie - en gaat richting het landelijk gemiddelde. Met een werkloosheidspercentage van rond de 8,5% is dit echter nog te hoog. De arbeidsparticipatie is in Maastricht met 58,4% nog steeds laag, vooral onder vrouwen. Het aandeel midden- en hoge inkomens is in vergelijking tot andere Nederlandse steden niet gestegen.

Ook in de opbouw van de economische structuur van Maastricht zijn er zorgpunten. De positie van de dienstensector is toegenomen, terwijl juist deze sector sterk reageert op conjuncturele ontwikkelingen. Het totaal aantal bedrijfsvestigingen is in Maastricht wel gestegen, maar niet de totale omvang van de werkgelegenheid. Bovendien stagneert de dynamiek in de omliggende regio. Er is sprake van een dreigende krimp en wijzigende samenstelling van de bevolking, met gevolgen voor de woningmarkt en de vraag naar voorzieningen. Hierdoor komt de omvang van de beroepsbevolking in de regio onder druk te staan. Niet alleen de dynamiek van de economie hapert, de ooit gangbare manieren van ontwikkelen en financieren werken niet altijd meer en onze partners hebben het moeilijk. De leegstand van kantoren neemt toe en niet alle plannen kunnen worden gerealiseerd. Groeiscenario's zijn dan ook

niet aan de orde. Meer dan ooit moet de gemeente nu prioriteiten stellen en kiezen waarin zij welke rol kan of moet spelen.

### Proces

De raadscommissie Economische en Sociale Zaken (ESZ) van de gemeente Maastricht heeft tussen november 2011 en juni 2012 vier raadsconferenties georganiseerd waarin experts, ondernemers, partners en burgers zijn uitgenodigd om met elkaar en met raadsleden in discussie te gaan over de nieuwe economische visie. Thema's tijdens de bijeenkomsten waren: de economie algemeen, de Health Campus, de binnenstad en de industrie. Hierna is een eerste conceptambitie gedeeld. Als belangrijkste uitgangspunten voor de nieuwe economische visie zijn genoemd:

- schakel tussen individu (burgers) en stad (het geheel van burgers, ondernemers, maatschappelijke organisaties) en schakel tussen stad en (Eu)regio, want elke partij heeft daarin een verantwoordelijke rol;
- kies voor een brede opzet en een integrale benadering en maak de juiste verbindingen met sociaal, fysiek en cultureel beleid;
- focus en maak scherp wat de doelen, spelregels en randvoorwaarden zijn die de gemeentelijke overheid stelt;
- blijf flexibel inspelen op trends en sociaaleconomische transformaties.

De resultaten van de discussies van de raadsconferenties zijn verwerkt in deze economische visie. Naast de raadsconferenties is voor deze visie ook gebruik gemaakt van gesprekken met diverse deskundigen en van een zorgvuldige analyse van beschikbare cijfers, vergelijkende onderzoeken en rapporten. Op basis van een discussie met stakeholders en met de burgers van Maastricht is het voorliggende concept van de economische visie aangescherpt en verrijkt.

Voorjaar 2013 wordt een deel II opgesteld, waarin de speerpunten verder worden uitgewerkt. In de voorjaarsnota worden kaderstellende prioriteiten vastgesteld. Daarnaast zal er gekoppeld aan deze economische visie, een aparte nota internationalise-

ring worden opgesteld. In de stadsvisie en voorliggende economische visie komt dit thema al aan bod. Immers Maastricht kiest voor een internationale kennisstad. Internationalisering raakt echter vrijwel alle vormen van gemeentelijk beleid. Vandaar dat er voor is gekozen om internationalisering in een aparte nota verder uit te werken.

### **Leeswijzer**

In het eerste hoofdstuk wordt het karakter van Maastricht geschetst, ook zoals burgers, bezoekers, ondernemers en werknemers dat ervaren. In dit hoofdstuk 1 kijken we naar 'dat wat Maastricht specifiek tot Maastricht maakt'. Ter ondersteuning van het hoofdstuk en de nota is een aparte infographic gemaakt: een schematische weergave van de

belangrijkste economische cijfers van Maastricht, de Zuid-Limburgse regio en de Euregio. In hoofdstuk 2 staat een analyse van de economische structuurverandering en geven we op basis van de belangrijkste trends en ontwikkelingen de kansen en bedreigingen aan. Hier wordt als het ware de kracht geanalyseerd en uitgangspunten van de visie geformuleerd. Hoofdstuk 3 geeft de belangrijkste ambities van Maastricht weer. Deze ambities geven antwoord op de kansen en bedreigingen en creëren vanuit economisch opzicht de voorwaarden voor de realisatie van de doelstellingen uit de stadsvisie. Hoofdstuk 4 is het uitvoeringsprogramma van de economische visie, waarin de belangrijkste acties van de gemeente Maastricht en de bijdrage daarin van partners staan beschreven aan de hand van een agenda.





Economie kent geen (gemeente-)grenzen. Een derde van de Maastrichtenaren werkt niet in Maastricht. En de helft van de Maastrichtse banen wordt ingevuld door niet-Maastrichtenaren. Als we het hebben over de economie van Maastricht dan hebben we het dus over de economie van Zuid-Limburg en in toenemende mate, de Euregio. Vanuit Limburg Economic Development (LED) geven we sturing aan die regionale economie, waarbij de aansluiting op de Brainport-2020 agenda het belangrijkste hoofddoel is. Deze Brainport-2020 agenda is ook bepalend voor de verdere economische transitie van Zuid Limburg zoals vastgelegd in de provinciale strategie: “Een koers voor Limburg . Als ons dat lukt, dan brengen we de regio in de wereldtop-tien van toptechnologische regio’s en dat heeft voor Zuid-Limburg als gevolg: 17.000 extra banen, 8,5 miljard euro extra bijdrage aan de BV Nederland, en het vrijwel uitbannen van werkloosheid. Dit lukt alleen als we het allemaal samen doen. De economische toekomst van de Zuid-Limburgers – en dus ook de Maastrichtenaren - kan niet anders dan vanuit dat regionale perspectief worden geregisseerd. Wat niet wegneemt dat elke stad en gemeente daarin een specifieke eigen rol heeft en dit regionale programma vanuit hun eigen sterkten invult. Dat geldt zeker voor de grootste en bekendste stad daarbinnen: Maastricht. Zoals de lijfspreuk van d’Artagnan: Een voor allen, allen voor een. Het is dan ook belangrijk dat Maastricht zijn bijdrage aan dat grotere programma verkent en uitvoert, zoals in het Limburg Economic Development (wordt) uitgewerkt. Zodat iedereen zijn steentje bijdraagt aan dat ene grotere doel: perspectief voor alle inwoners van Zuid-Limburg.”

*Jos Schneiders, voorzitter Limburg Economic Development 2013*

# 1. Het karakter oftewel het DNA van Maastricht

## 1.1 Inleiding

Van oudsher is een stad een sterke concentratie van mensen, markten, economische initiatieven en bedrijvigheid. Voor bedrijven biedt de dichtheid van stedelijke agglomeraties economische kansen zoals een grote, gevarieerde afzetmarkt, beroepsbevolking, kennis en gespecialiseerde diensten. Economisch vitale steden zijn steden waar bezoekers, bewoners en ondernemers graag vertoeven. Er zijn ook nadelen zoals congestie, slechte bereikbaarheid, beperkte ruimte en hoge grondprijzen. Zolang de voordelen de nadelen overtreffen, zullen steden magneten zijn van menselijke en economische activiteiten.

De aantrekkelijkheid van de stad wordt in belangrijke mate bepaald door de kwaliteit van de stedelijke voorzieningen, de bereikbaarheid van banen en de mate waarin een stad zich hierin onderscheidt. Hoe beleven bewoners, bezoekers en ondernemers deze stad? Inzicht in de kwaliteit, onderscheidendheid en identiteit van Maastricht is noodzakelijk, evenals een eerste analyse van de sterke en zwakke punten van Maastricht. Daarom gaan we in dit hoofdstuk in op dat 'wat Maastricht tot Maastricht maakt'. Deze schets is verdeeld in de thema's bewoners, ondernemers en bezoekers. Maar het onderscheid is in de praktijk soms moeilijk te maken, bijvoorbeeld het cultureel- of winkelaanbod draagt zowel bij aan de aantrekkelijkheid van de stad voor haar bewoners, ondernemers als voor haar bezoekers.

## 1.2 Ligging en positionering

Maastricht neemt binnen Nederland een bijzondere positie in. De stad is vanuit de Randstad gezien perifeer gelegen. Internationaal gezien ligt Maastricht echter strategisch als onderdeel van sterke economische netwerken zoals de Brainport- en de ELAt-regio en wordt de stad omringd door diverse culturen. Wereldwijd is Maastricht goed bekend als gevolg van 'het verdrag van Maastricht' en vele grootschalige evenementen. De universiteit en andere internationale opleidingen en instituten zijn een internationale troefkaart. Tegelijkertijd zien we dat de internationale verbindingen nog niet optimaal zijn om van die ligging gebruik te maken.

Maastricht heeft een grote aantrekkingskracht op Nederlanders en mensen uit de nabije regio. Zij wonen er, werken bij de vele bedrijven en kennisinstellingen, studeren, winkelen en recreëren er. Het is een stad waar de kwaliteit van woon- en leefomgeving geroemd wordt. Dit geldt zowel voor de stedelijke voorzieningen als voor de openbare ruimten en gebouwen. Maastricht heeft door haar centrumfunctie en toeristisch profiel een zeer hoogwaardig totaalpakket van voorzieningen voor een stad van deze omvang. Maastricht is een van negen culturele brandpunten in Nederland en met de kandidatuur voor Maastricht Culturele Hoofdstad is lef getoond om hier een extra impuls aan te geven. Daarnaast heeft Maastricht een internationaal en Bourgondisch karakter, waardoor een aantal doelgroepen de stad verkiest boven veel andere (Nederlandse) steden. Maastricht ligt aan de uitlopers van drie grote landschappelijke gebieden, de Ardennen, de Kempen en de Eifel, en wordt in de directe omgeving omringd door buitengebieden, waaronder het Heuvelland en de Haspengouw. De nabijheid van deze groene gebieden met diverse wandel- en fietspaden en de kleinschalige landbouw waar specifieke streekproducten worden geteeld, draagt bij aan de identiteit en aantrekkelijkheid van Maastricht. Qua leefbaarheid onderscheidt en profileert Maastricht zich met haar kleinschaligheid en charme, allure en kwaliteitsbesef gecombineerd met het Bourgondische op de grens van drie taalgebieden.

## 1.3 Maastricht en haar inwoners

### Samenstelling van de bevolking

Maastricht heeft in 2012 een inwonertal van 121.044 inwoners. De verwachting is dat het inwonertal, in tegenstelling tot veel andere Zuid-Limburgse gemeenten, licht zal stijgen met ca 3% tot 2030. Deze lichte groei gaat gepaard met veranderingen in de bevolkingssamenstelling. Maastricht kent een toenemende vergrijzing van de bevolking, dalende geboortecijfers en dus op termijn een afnemende potentiële beroepsbevolking. Hierdoor zal de druk op de arbeidsmarkt gaan toenemen. Omdat de groep van 50 jaar en ouder een steeds groter deel van de totale bevolking inneemt, heeft dat grote gevolgen voor bijvoorbeeld de zorg, de consumptieve

bestedingen en de vrijetijdsbeleving. Deze trend is al enige tijd gaande. De groep 15-29 jarigen is in Maastricht relatief groot en groter dan in de omringende Nederlandse steden. Dat komt door de vele studenten die Maastricht aantrekkelijk vinden als stad en vanwege de kwaliteit van kennisinstellingen als de UM en de Zuyd Hogeschool. Beide instellingen scoren in landelijke onderzoeken naar de kwaliteit van het onderwijs bijzonder hoog.

72% van de Maastrichtse jongeren wil in Maastricht en omstreken - in een straal van maximaal 30 km rondom Maastricht - wonen na hun studie en in het begin van hun carrière. Hiervan wil 96% met partner samen wonen. Van deze 96% wil 78% een gezin. De studenten zijn iets minder enthousiast: hiervan blijft 62% om en nabij Maastricht wonen. Driekwart van de jongeren noemt Maastricht mooi, sfeervol en gezellig.

*Enquête jongerenraad 2011*

Het aantal burgers in Maastricht van niet-Nederlandse komaf bedraagt 28%. In vergelijking met andere gemeenten wonen in Maastricht veel allochtonen. Het aantal mensen afkomstig uit Aziatische en Amerikaanse landen is sinds 2000 verdubbeld. Maastricht kent een hoger aantal burgers van niet-Nederlandse komaf dan veel andere Nederlandse steden met een vergelijkbaar inwonertal. De Universiteit Maastricht draagt in belangrijke mate bij aan de internationalisering van de stad: 43% van het totale aantal (15.916) studenten komt uit het buitenland. Voor de Zuyd Hogeschool betreft het 12% (van de 14.401 studenten in Zuid-Limburg). Op Zuid-Limburgse schaal zijn daarnaast ca. 4000 internationale kenniswerkers aan het werk.

### **Woon-werk pendel**

Het merendeel van de beroepsbevolking pendelt voor het woon-werkverkeer in de regio Zuid-Limburg. Voor Maastricht is vooral sprake van een grote inkomende pendel: bijna de helft (34.000) van de 74.000 arbeidsplaatsen wordt ingevuld door werknemers die van elders komen. Maastricht heeft daarmee voor de regio een sterke centrumfunctie. De kansen op de arbeidsmarkt zijn voor Nederlandse begrippen relatief slecht: minder dan 1 bereikbare baan per inwoner. Dit heeft met name te maken met de grensligging. Indien de grensbelemmeringen worden weggenomen, stijgt het aantal bereikbare banen naar 2,6 (Nyfer, Marlet 2010). Net zoals in vergelijkbare regio's en steden ziet men ook in Maastricht een toenemende groep arbeidsmigranten.

### **Cultuurparticipatie**

Maastricht heeft een rijke en vaak in lange tradities gewortelde amateurkunst en volkscultuur. Uit cijfers blijkt dat cultuureducatie in Maastricht een groot bereik heeft. Steeds meer mensen, met name jongeren, volgen lessen op het gebied van cultuur. Het totaal aantal beoefenaren van amateurkunst ligt ongeveer op het landelijk niveau. 62% van de Maastrichtenaren vindt het cultuuraanbod goed. Landelijk scoort Maastricht met het aantal voorstellingen en producties oftewel het cultureel aanbod hoog als het gaat om theater (5de plek), onder het gemiddelde voor popmuziek en bovengemiddeld (3de plek) als het gaat om klassieke muziek. Het aantal sportende Maastrichtenaren is recent gestegen naar 62%, maar ligt daarmee wel onder het landelijk gemiddelde.

### **Internationale open stad**

Gezien de cijfers lijkt Maastricht een internationale, dynamische en open stad met een diverse bevolkingsopbouw. Het aantal hoger opgeleiden ligt boven het gemiddelde niveau. De stad kent zelfs geen braindrain, maar een braingain omdat vooral mensen vanuit de regio zich na hun opleiding in Maastricht vestigen. In het algemeen scoort Maastricht redelijk goed als het gaat om de leef- en woonkwaliteit. Er zijn echter ook factoren die maken dat Maastricht in de praktijk dit beeld van open, internationale stad niet altijd kan waarmaken.

“Ik geloof dat Maastricht nog veel meer werk kan maken van zijn internationale karakter. We zijn nog steeds vooral een internationale stad op papier, in een verdrag. In de uitwerking is er veel meer te halen en daarin kan MCH 2018 heel erg ondersteunen.

*Stijn Huijts, directeur Bonnefanten museum 2012*

Veel internationals geven aan Maastricht te ervaren als weinig internationaal en enigszins gesloten. Zij missen toegankelijke informatie over activiteiten en voorzieningen. Niet alleen in Maastricht, maar met name ook in de (Eu)regio. Studenten geven aan een aantal voorzieningen te missen op het gebied van cultuur en sport. Zij vinden dat de stad onvoldoende op hen gericht is.

Daarnaast kan de situatie op de arbeidsmarkt, zoals de lage arbeidsparticipatie, de relatief hoge werkloosheid onder bepaalde bevolkingsgroepen en de toenemende kennisintensivering, leiden tot een kloof tussen de lager opgeleide onderlaag van de bevolking en de toenemende groep hoger opgeleide kenniswerkers. Dit moet worden voorkomen. De verbinding en interactie tussen beide groepen is voor een meer internationaal en open karakter van Maastricht erg belangrijk en moet ook uitgangspunt zijn van de sociale visie. Bovendien leidt juist de kennisintensieve werkgelegenheid tot meer afgeleide, indirecte werkgelegenheid in andere sectoren. Goede voorbeelden hiervan zijn de persoonlijke dienstverlening, beveiliging en schoonmaakbranche.

Het open, internationale karakter van de stad heeft ook betrekking op het verbinden van de stad Maastricht met de diverse (bestaande) netwerken. Deze bestaan uit formele en informele netwerken tussen instellingen, overheden en bedrijven maar ook uit individuele netwerken. Ook de Maastrichtenaar in het buitenland of de voormalige student aan de UM in het buitenland is een ideale ambassadeur voor de stad en vergroot het internationale en open karakter.



## 1.4 Bedrijven, overheden en kennisinstellingen

### **Economische structuur**

Maastricht kent een breed gedifferentieerde economie met een grote dienstensector. Het aantal bedrijfsvestigingen is sinds 2006 gestegen van 6.200 naar 8.859 vestigingen in 2012. Maastricht loopt in de pas met de economische structuur van heel Nederland, maar wijkt enigszins af van de provincie Limburg: in Limburg als geheel is de industrie zwaarder vertegenwoordigd.

Grote werkgevers in Maastricht zijn: het Academisch Ziekenhuis Maastricht (AZM), de Universiteit Maastricht (UM), de gemeente Maastricht, de Provincie Limburg, Hago Nederland, Vodafone, de MTB, Teleperformance, Mercedes en Sappi. Maastricht kent relatief veel kleine bedrijven, enkele grotere bedrijven en relatief weinig middelgrote bedrijven.

### **Bedrijven en ondernemers**

Het aantal bedrijfsvestigingen is in Maastricht de laatste tien jaar toegenomen: de laatste vijf jaar gemiddeld met circa 5%. Het totaal aantal werkzame personen bij deze bedrijven en instellingen is ongeveer gelijk gebleven; de banengroei is gering geweest. Maastricht kent relatief veel zelfstandige zonder personeel (zzp'ers) en is daarmee zelfs met 13% nationaal gezien tweede na Amsterdam. De term zelfstandige zonder personeel (ZZP) is geïntroduceerd door de belastingdienst, maar de definitie is niet eenduidig: de rechtsvorm kan namelijk verschillen. In het algemeen gaat het om een ondernemer die geen personeel in dienst heeft; die niet werkzaam is in de detailhandel; meerdere opdrachtgevers heeft en slechts een beperkte eigen bedrijfsruimte heeft. Een starter is niet per definitie een zzp'er: het is een startende ondernemer die minder dan 3 jaar een onderneming runt. Jaarlijks heeft Maastricht ongeveer 800 starters. Dat aantal is relatief kleiner dan in vergelijkbare Nederlandse steden, maar is op regionale schaal iets hoger.

In Maastricht zijn 115 buitenlandse bedrijven gevestigd. Dat is 22% van de 515 buitenlandse bedrijven in Limburg. De vijf buitenlandse bedrijven die de meeste banen genereren zijn: Vodafone (1200),

Teleperformance (1000), Eurocontrol (op Maastricht Aachen Airport), Mercedes (690) en Sappi (640). Het aantal werkzame personen in de zakelijke dienstverlening ligt op dit moment op 11.511 en vormt daarmee 15,7% van de totale werkgelegenheid. De industrie biedt met 304 bedrijfsvestigingen aan 9,4% van het totaal aantal werkzame personen werkgelegenheid.

### **Bedrijventerreinen en kantorenlocaties**

Een groot deel van de bedrijven is gevestigd op de diverse bedrijventerreinen in de stad. De totale omvang hiervan is 483 ha. Een van de grotere bedrijventerreinen is de Beatrixhaven, waar een omvangrijk staalcluster aanwezig is. Zowel dit terrein als het bedrijventerrein Bosscherveld/Sandersweg (onderdeel van het Belvédèregebied) wordt in de komende tijd

De maakindustrie is de kennisfabriek van Nederland en is van vitaal belang om ons uit de recessie te innoveren. Een goed voorbeeld van een fabrikant die onder zware omstandigheden Nederland trouw is gebleven is Mosa. Directeur Arthur Thomaes: "Mosa heeft heel bewust alles bij elkaar gehouden in deze stad. Dat had niet alleen te maken met ons moreel besef: het heeft geen zin hier honderden mensen te ontslaan om in een lagelonenland honderden nieuwe mensen op te leiden. We willen ook korte lijnen houden tussen onze marketeers en verkopers van de productie. Zo blijft iedereen betrokken en houd je de creativiteit om tot vernieuwende productie te komen."

*De Limburger september 2011*



vernieuwd. Daarnaast zijn er enkele bedrijvencentra voor starters: AINSI (creatieve starters), Biopartner (life sciences), Geusselt en Malberg.

Een ander belangrijk deel van de bedrijven is gevestigd op de verschillende kantorenlocaties in de stad. De kantoorvoorraad is vanaf midden jaren negentig gegroeid van 350.000 m<sup>2</sup> naar 575.000 m<sup>2</sup> vloeroppervlakte. Het leegstandspercentage is met name de laatste jaren opgelopen naar circa 15%. Vooral in Randwyck is de leegstand groot. De Maastrichtse kantorenmarkt scoort bovengemiddeld goed als het gaat om de kwaliteit, zo blijkt uit landelijk onderzoek: alle onderzochte Maastrichtse locaties zitten in de top-100. Criteria zijn onder meer de ligging, het percentage leegstand, de voorraad en de kwaliteit (Jones Lang Lasalle 2012).

Diversiteit in bedrijvigheid vraagt om variatie in het aanbod. Waar de ene ondernemer vraagt om een omvangrijke kantoorlocatie op een triple A-locatie, heeft de andere ondernemer een voorkeur voor een kleinschalige bedrijfsruimte. Gemiddeld 57% van de Nederlandse ondernemers is tevreden over de variëteit in het aanbod van werklocaties. Ondernemers in Maastricht, Leiden en Eindhoven zijn het meest tevreden over de variëteit in het aanbod.

*Monitor tevredenheid Vestigingsklimaat 2012*



#### **Horeca en detailhandel**

De detailhandel met meer dan 1327 vestigingen biedt 7.619 mensen werkgelegenheid. De detailhandel concentreert zich, net als de horeca, in de binnenstad. De horeca kent 593 vestigingen en biedt werkgelegenheid aan bijna 5.000 werknemers. De café-dichtheid per inwoner is een van de hoogste van Nederland. In Maastricht alleen al zijn meer dan 62 hotels, pensions en conferentieoord. Van de 33 hotels zit 80% in het hogere segment. Met 7.944 bedden is Maastricht zelfs een van de grootste hotelsteden van Nederland. De gemiddelde hotelbezetting is recent toegenomen, na enkele jaren van een lichte daling. De kwaliteit van het culinair aanbod geldt als het hoogste van heel Nederland.

**Amsterdam - Sjinkerij De Bóbbel in Maastricht is het beste café van Nederland. Dit maakte het vakblad Misset Horeca dinsdagavond bekend. Maastricht scoorde met vier cafés in de top 100 zeer wel.**

*De Limburger 2011*

#### **Overheid en kennisinstellingen**

Maastricht kent 87 internationale instellingen en instituten (2012). Daarvan zijn er 44 gelieerd aan de UM, 15 aan de Zuyd Hogeschool, 9 niet gouvernementale organisaties (NGO's) en 6 honorair consulaten en overige instituten.

De gezondheids- en welzijnssector is, dankzij een academisch ziekenhuis en diverse zorg- en welzijnsinstellingen, goed voor 21,5% van de totale werkgelegenheid.

Bijna 7% van het totaal aantal werkzame personen in Maastricht werkt bij de provinciale-, gemeentelijke- of rijksoverheid.

Het primair- en voortgezet en het internationaal onderwijs zoals bijvoorbeeld United World College en het aanwezige MBO, HBO en WO, is goed voor meer dan 10% van de totale werkgelegenheid. De Zuyd Hogeschool concentreert zich in Maastricht rondom het kunstvakonderwijs, European business en de hotelschool, maar heeft binnen de regio een omvangrijk onderwijsaanbod waarbij ook een nauwe relatie wordt gelegd met de Universiteit Maastricht en het regionale bedrijfsleven. Voorbeelden hiervan



zijn de gezondheidszorgopleidingen en de opleiding Bèta Sciences and Technology. De Zuyd Hogeschool behoort tot de top-5 van de beste hogescholen van Nederland. Ongeveer een derde van de ca 15.000 studenten studeert in Maastricht, verspreid over drie grote locaties en is er woonachtig. 13,5 % van het totaal aantal studenten is afkomstig uit het buitenland. Voor de Zuyd Hogeschool is voor het ontwikkelen van nieuwe opleidingen de mate waarin deze aansluiten bij de regionale economische structuur steeds meer van belang.

De Universiteit Maastricht kent de studierichtingen Cultuur- en Maatschappijwetenschappen, Business en Economics, Health, Medicine and Life Sciences, Humanities and Sciences, Rechten, Psychologie en Neurowetenschappen. De UM blinkt uit met het probleemgestuurd onderwijs en scoort als een van de beste universiteiten in Nederland. Recent zijn door verbindingen met meerdere faculteiten, ook met bijvoorbeeld de RWTH en het bedrijfsleven nieuwe onderwijsconcepten ontwikkeld, aansluitend bij de expertise van de UM, de maatschappelijke opgaven en het bedrijfsleven in de regio. Een goed voorbeeld hiervan is het Science College. De universiteit telt bijna 16.000 studenten, waarvan

43% internationaal. Binnen de staf is dat aandeel 24%. Duitsers, Belgen en Polen voeren de ranglijst van nationaliteiten aan. De universiteit is prominent gehuisvest op diverse locaties in de binnenstad en op Randwyck. De Universiteit Maastricht wil door een schaa sprong groeien naar 25.000 studenten. Daarmee zal de economische en maatschappelijke betekenis van de Universiteit voor de stad fors toenemen.

**“In het Nederlandse kenniscomplex werken in totaal 287.000 personen. 73% van hen werk in een van de 13 kennissteden. Bij elkaar vertegenwoordigt deze groep in Nederland een economische omvang van 14,5 miljard euro. Daarvan komt 10,9 miljard in de dertien steden terecht. Dat is gemiddeld 25.000 euro per student. Afgezet tegen de stedelijke economie is dat 37,5% van de economie van Wageningen, 18,5% van de economie van Leiden en rond de 6% van de economie in Amsterdam en Rotterdam. In kleinere steden is dat aandeel natuurlijk groter dan in de grote steden. Met zulke aandelen is het hoger onderwijs een (middel) grote sector in de economie van de dertien steden.”**

*TNO, kennis als economische motor 2009*

### **Cultuur**

De culturele sector is in Maastricht goed vertegenwoordigd. Nergens in Nederland is het kunstvakonderwijs zo uitgebreid en divers als in Maastricht. Het belang van de creatieve industrie als economische sector neemt toe; inmiddels zijn er in de stad 2500 banen in de creatieve sector. In de Euregio gaat het om 120.000 banen.

Maastricht kent een groot aanbod op het gebied van de podiumkunsten en scoort daarmee bovengemiddeld ten opzichte van veel Nederlandse steden.

Maastricht is door het Rijk aangewezen als één van de acht brandpunten in Nederland.

Vanaf 2001 is er geïnvesteerd in de culturele infrastructuur, zowel op het gebied van productie (maken en tonen van cultuur) als bereik (deelnemen aan cultuur door bewoners en bezoekers). Er is een breed palet van culturele activiteiten dat het hele spectrum van ontwikkeling, productie en participatie beslaat: het kunstvakonderwijs dat talenten opleidt en cursussen aanbiedt, van de Toneelacademie en Academie Beeldende Kunsten tot Kunstencentrum Kumulus en Centre Céramique; de vele instellingen die culturele producties maken, van het Mestreechs Volleks Tejater tot Opéra Comique of de harmonieën en fanfares van Maastricht; de podia waar de burgers en bezoekers van Maastricht cultuur kunnen zien, horen en beleven, van Theater aan het Vrijthof tot Filmtheater Lumière, Kumulus en tenslotte de website [www.zichtopmaastricht.nl](http://www.zichtopmaastricht.nl) over de geschiedenis van de stad. Bijzonder is het feit dat de stad haar eigen, regionaal en lokaal gekleurde culturele evenementen en instellingen heeft.

**In het Mestreechs Volleks Tejater zijn 80 tot 100 vrijwilligers actief uit alle geledingen van de samenleving. Afgelopen jaren trokken we meer dan 200.000 bezoekers.**

*Peter Noten, Mestreechs Volleks Tejater, 2012*

#### **Ondernemersklimaat**

Ondernemers zijn matig tevreden over de bereikbaarheid en de dienstverlening van de gemeente Maastricht. Dit blijkt uit meerdere onderzoeken die jaarlijks georganiseerd worden (MKB vriendelijkste gemeente 2011, Monitor vestigingsklimaat 2012 e.a.). Ontevreden is men over de snelheid van handelen, met name op het gebied van de vergunningverlening. Onder meer de communicatie blijkt een struikelblok, omdat het ondernemers niet altijd duidelijk is welke vormvereisten er zijn voor een vergunning. Daarom duurt het soms langer voordat een vergunning daadwerkelijk in behandeling kan worden genomen, terwijl de ondernemer denkt dat het

eerste contact hierover de start is van de aanvraag. De kwaliteit van de leefomgeving en het imago van Maastricht scoren echter hoog.

De relaties tussen overheden, kennisinstellingen en culturele instellingen op het economische vlak worden steeds vaker gelegd, maar nog als weinig hecht ervaren. Zeker in een regio waar kennis en innovatie hoog in het vaandel staan, zou dit netwerk moeten floreren. In Limburg Economic Development vindt sinds kort een afstemming plaats van de gezamenlijke agenda op Brainportniveau.

**Mate van tevredenheid ondernemers over bereikbaarheid per vliegtuig:**

1. Amsterdam
2. Rotterdam
3. Den Haag
4. Eindhoven
5. Groningen- Assen
6. Maastricht

*Monitor Tevredenheid Vestigingsklimaat 2012*

Edward de Vries (oud-directeur Sappi): “In de zeventien jaar dat ik hier nu zit, zie ik steeds meer dynamiek komen, maar ik heb één probleem met Zuid-Limburg. Er is hier heel veel, we hebben Q-park, DSM, Chemelot, de universiteit, het academisch ziekenhuis. We hebben eigenlijk alles, maar we doen er te weinig mee. En dat komt omdat we geen duidelijke keuzes durven te maken. Maak een inventarisatie van wat je al hebt, breng focus aan en zet dat duidelijk op de kaart. Zo creëer je dynamiek. Ik ben niet zo van de Olympische gedachte dat meedoen belangrijker is dan winnen. Ik wil gouden medailles.”

*Limburg Onderneemt augustus 2012*



Motieven om Maastricht  
te bezoeken:

winkelen 47%

bezoek familie,vrienden 9%

wandelen en fietsen 7%

uit eten gaan 5%

bezoek evenementen 4%

bezoek muziekvoorstelling 3%

LA-groep 2010

## 1.5 Bezoekers

### Topwinkelstad en dagbezoekers

De compacte historische binnenstad met meer dan 1600 monumenten trekt jaarlijks miljoenen bezoekers naar Maastricht.

Het zijn bezoekers uit stad en (Eu)regio die een dagje komen winkelen, een evenement bezoeken, cultuur opsnuiven of (inter)nationale toeristen en zakelijke bezoekers die de stad aandoen. De naamsbekendheid en het imago van Maastricht als bezoekstad is goed.

Maastricht vervult een centrumfunctie als het gaat om het regionaal kooptoerisme. De historische binnenstad heeft hierin een belangrijke trekkersrol. Het winkelaanbod is er uitgebreid en naast de bekende ketens zijn er ook vele exclusieve en gespecialiseerde zaken. Het voornaamste winkelgebied kent twee gedeelten: het kleinstedelijk stadsdeel Wyck aan de oostelijke Maasoever en het westelijk stadsdeel aan de Maas met het oudste deel rond het Stokstraatkwartier. In het oude centrum tussen de St. Servaasbrug en de Markt en het Vrijthof bevinden zich vele winkelstraten en steegjes en de nieuwe grotere winkelcentra Mosae Forum en Entre Deux.

### Evenementen

Een oud gezegde luidt: “In Maastricht zijn mensen aan het feesten, óf zij zijn een feest aan het voorbereden”. Dat klopt ook: er zijn jaarlijks veel zakelijke en niet-zakelijke evenementen in Maastricht, zoals The European Fine Art Fair (TEFAF), Preuvenemint, carnaval, Magisch Maastricht en Bassinario. Daarnaast is er een zeer uitgebreide culturele agenda. Steeds meer evenementen zijn verspreid over het jaar. Er zijn nog te weinig echte (internationale) toptentoonstellingen en evenementen die bezoekers vaker en meerdere dagen naar de stad lokken.

### Meerdaags en zakelijk toerisme

In Maastricht alleen al zijn meer dan 62 hotels, pensions en conferentieoord. Van de 33 hotels zit 80% in het hogere segment. Een hotel in de vijfsterren categorie ontbreekt. Met 7944 bedden is Maastricht zelfs een van de grootste hotelsteden van Nederland en weet zij veel nationale en internationale gasten

‘s Hertogenbosch is voor de derde keer op rij uitgeroepen tot Meest Gastvrije Stad. Op basis van onderzoek onder bezoekers aan de 21 grootste steden van ons land, uitgevoerd door VVV Nederland en Van Spronsen & Partners horeca-advies, bezet 's-Hertogenbosch opnieuw de toppositie. Evenals vorig jaar eindigt Breda op de tweede plaats, gevolgd door Maastricht op plaats drie, Haarlem op vier en Groningen dat als nieuwkomer de top vijf compleeteert.

VVV Nederland en  
van Spronsen & Partners horeca-advies 2012

te trekken. De gemiddelde hotelbezetting is recent toegenomen, na enkele jaren van een lichte daling. Maastricht kent een grote groep zakelijke toeristen. Er vinden meer dan 160 internationale evenementen en congressen plaats, veelal in het MECC. Daar bezochten in 2011 292.000 mensen een evenement. De zakelijke toerist besteedt gemiddeld €365,- per dag in Maastricht. Daarom is het congresstoerisme een belangrijke economische motor van de stad. De TEFAF en The European Vasculair Course zijn zeer grote internationale evenementen die niet alleen een ongekend economisch effect in directe bestedingen opleveren, maar ook bijdragen aan de naamsbekendheid van de stad. Dat geldt ook voor de grotere Europese top overleggen zoals de Organisatie voor Veiligheid en Samenwerking (OVSE).

De naamsbekendheid van Maastricht is groot en wereldwijd. Bovendien heeft de stad een sterk imago. Dat is vooral te danken aan de historische binnenstad, een aantal grote evenementen, het kwalitatief hoogwaardige horeca-aanbod en de grote congressenbeursfaciliteiten.

Een in opdracht van de TEFAF uitgevoerd onderzoek naar de economische effecten van de wereldberoemde kunstbeurs, wijst uit dat deze een goudmijn is voor kunsthandelaren. Zo wordt jaarlijks gemiddeld voor een half miljard euro aan kunst verkocht. Ook de regionale economie profiteert behoorlijk mee van de beurs. De bezoekers geven jaarlijks rond de 8 miljoen euro uit aan hotels, restaurants, taxi's en modebedrijven in Maastricht. Een deel van het groot aantal bezoekers komt met een eigen privé-jet aan op Maastricht Aachen Airport.

#### *Economische Effecten TEFAF 2010*

Er was sprake van een duidelijke stijging van het aantal kopers uit Rusland, China en Hong Kong. Van de bezoekers omschreef 85% zichzelf als privé koper; 21% van deze groep bezocht TEFAF dit jaar voor het eerst. "Als deelnemer aan de beurs vanaf het allereerste begin in 1988, ben ik verbaasd over het aantal nieuwe klanten dat ik dit jaar heb ontmoet", zegt bestuursvoorzitter Ben Janssens. Meer dan 34% van alle bezoekers verbleef minstens één nacht in Maastricht of omgeving. In totaal trok de beurs circa 72.000 bezoekers, waarvan 44% uit Nederland.

#### *TEFAF, maart 2012*





Magisch Maastricht 2011 was een succes en heeft zijn bestaansrecht bewezen. Het evenement heeft een grote economische spin-off en draagt positief bij aan de uitstraling van Maastricht. Dit blijkt uit de evaluatie van het evenement gebaseerd op de ervaringen van de ondernemersverenigingen.

*Evaluatie magisch Maastricht  
2011, maart 2012*

“Kleine ondernemers zijn belangrijk voor Maastricht om het uniforme winkelbeeld zoals elke stad dat heeft te doorbreken. Mensen zoeken graag iets nieuws, speciaals. Je bent anders niet onderscheidend. Ook zijn deze ondernemers belangrijk voor de samenhang, die willen dingen samen doen en steken de handen uit de mouwen.”

*Albert Berkhof, Blanche Dael Maastricht 2012*

Wat is het eerste dat u te binnen schiet als u denkt aan Maastricht: 33% noemt het Vrijthof, 31% noemt gezellige stad, gezelligheid en sfeervol, 14% noemt winkelen. *LA-groep 2010*

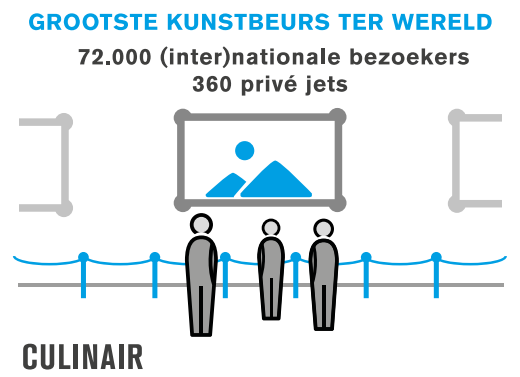


De mooiste boekhandel ter wereld. Dat schrijft de journalist Sean Dodson op de website van de Britse krant The Guardian. De monumentale Dominikaner kerk is door het Nederlandse architectenbureau Merckx + Girod modern ingericht als boekhandel. Dat resulteerde volgens Dodson in „mogelijk de mooiste boekhandel aller tijden.” Hij spreekt zelfs van „a bookshop made in heaven.”

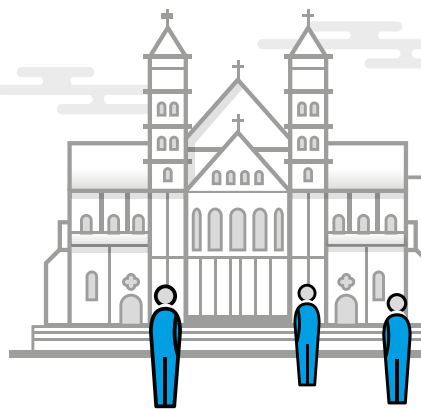
## CONGRES- EN BEURZENSTAD



## TEFAF ART FAIR



**1600 MONUMENTEN**  
2e NA AMSTERDAM



**62 HOTELS**  
2e HOTELSTAD VAN NL  
7.944 BEDDEN



**3.000.000**  
DAG- EN VERBLIJFSBEZOEK

## CULTUURSTAD

- Musica Sacra
- Pecha Kucha
- Bruis
- André Rieu
- Nederlandse Dansdagen
- TEFaf
- Great Indoors
- Ambitie Culturele Hoofdstad 2018
- Magisch Maastricht

## BEVOLKINGSDYNAMIEK 2011

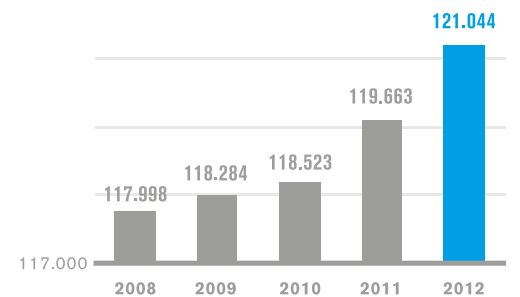


**157 RESTAURANTS**  
4 STERRENRESTAURANTS



**CULINAIR EVENT**  
CHATEAU MAESTRICHT  
PREUVENEMINT

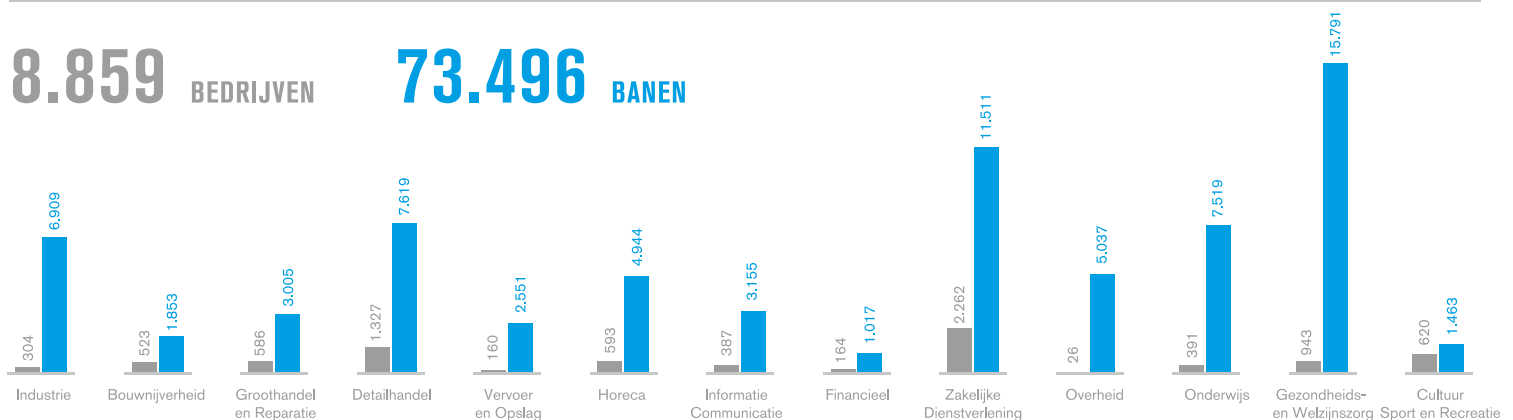
## BEVOLKINGSSOMVANG



## WERKGELEGENHEID

**8.859** BEDRIJVEN

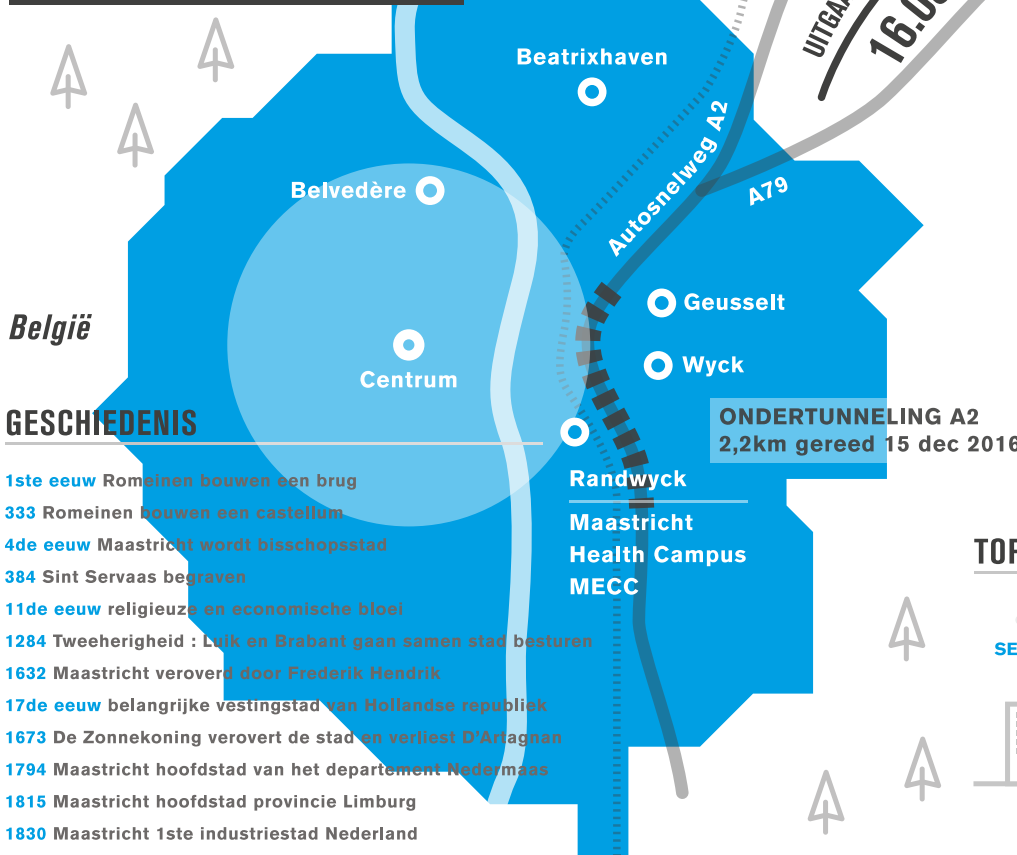
**73.496** BANEN



# MAASTRICHT

**60,03 KM<sup>2</sup>**

**121.044 INWONERS**



## GESCHIEDENIS

- 1ste eeuw Romeinen bouwen een brug
- 333 Romeinen bouwen een castellum
- 4de eeuw Maastricht wordt bisschopsstad
- 384 Sint Servaas begraven
- 11de eeuw religieuze en economische bloei
- 1284 Tweeherigheid : Luik en Brabant gaan samen stad besturen
- 1632 Maastricht veroverd door Frederik Hendrik
- 17de eeuw belangrijke vestingstad van Hollandse republiek
- 1673 De Zonnekoning veroverd de stad en verliest D'Artagnan
- 1794 Maastricht hoofdstad van het departement Nedermaas
- 1815 Maastricht hoofdstad provincie Limburg
- 1830 Maastricht 1ste industriestad Nederland
- 1940 Maastricht door Duitsland overrompeld
- 1974 Stichting Universiteit
- 1992 Verdrag van Maastricht (oprichting Euro)

## INTERNATIONALE STAD



**4.000**  
INTERNATIONALS

**87** INTERNATIONALE  
INSTITUTEN

**115** BUITENLANDSE  
BEDRIJVEN

DIE SAMEN  
**11.000**  
BANEN GENEREREN

## STUDENTEN

### UNIVERSITEIT MAASTRICHT

**16.000** STUDENTEN

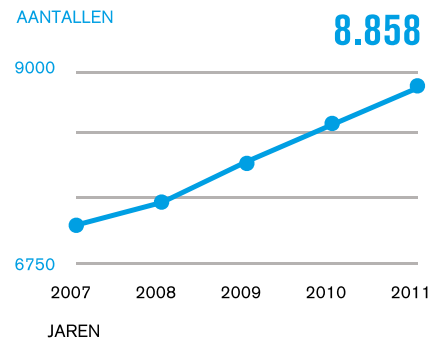
43% BUITENLANDS

### HOGESCHOOL ZUYD

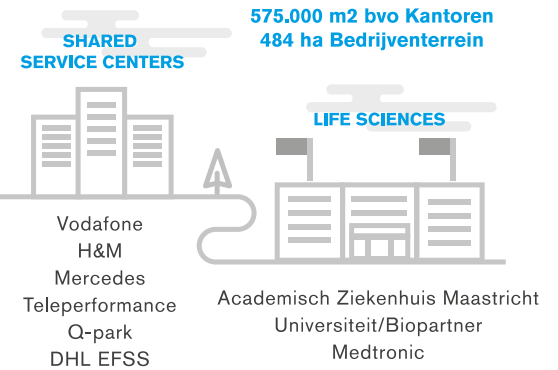
**15.000** STUDENTEN

13% BUITENLANDS

## AANTAL BEDRIJVEN



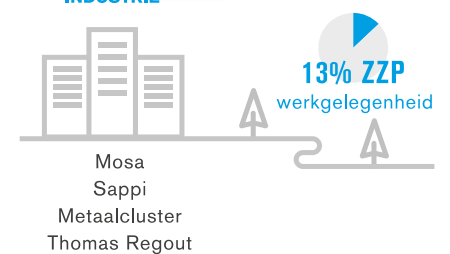
## TOPBEDRIJVEN



**ONDERNEMENDE STAD**  
**800 STARTERS**  
**PER JAAR**

**VESTIGINGINNOVATIE**  
**INDUSTRIE**

2e ZZstad van NL



## 2. Trends en ontwikkelingen

### 2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we in op de wijze waarop de economische structuur wereldwijd aan het veranderen is en wat dit betekent voor steden in het algemeen en Maastricht in het bijzonder. Welke ontwikkelingen zien we op nationale schaal en welke sectoren zullen groeien? Vervolgens zijn op basis van deze ontwikkelingen en feitelijke gegevens over Maastricht, inschattingen gemaakt van de kansen en bedreigingen voor Maastricht op economisch vlak. Dit resulteert in een aantal uitgangspunten voor de economische visie.

Uit onderzoeken van toonaangevende experts wereldwijd blijkt dat er een economische structuurverandering plaatsvindt. Kenmerkend daarin zijn globalisering, het toenemend belang van de informatie- en communicatietechnologie en het groeiende belang van kennis/creativiteit als productiefactor. Concurrentie vindt daardoor op wereldwijde schaal plaats, tussen bedrijven en werknemers, maar ook tussen steden en regio's.

Steden waar de werkgelegenheid groeit, onderscheiden zich op het gebied van:

- kennis en technologie (regionale samenwerking, kennisclusters, topsectoren);
- menselijk kapitaal (onderwijs, arbeidsmarkt, beroepsbevolking, creative class);
- kwaliteit van leven (aantrekkelijke, onderscheidende steden en ontmoeting).

Uit de analyse van de planbureaus CPB en PBL (Plan-Buro voor de Leefomgeving) blijkt dat de economie sterk verandert en dat inspelen op deze transitie zeer belangrijk is voor de economische vitaliteit van stedelijke agglomeraties. De belangrijkste conclusies uit beide rapporten ten aanzien van de economische perspectieven zijn:

- de kwaliteit en het aanbod van de stedelijke voorzieningen (cultuur, culinair, winkels), ligging en bereikbare banen is bepalend voor de vitaliteit van een stad;
- vitale steden zijn steden die inzetten op hun sterke en onderscheidende punten;
- er is sprake van een transitie: méér en kleiner ondernemerschap, creativiteit, verdiensteljing en kennisintensivering van de economie;
- er wordt in de toekomst een geringe economische groei verwacht.

“Het gaat om kenniseconomie”, aldus Hinoul. “Dat is onze toekomst. Over de hele wereld zien we een as van kenniseconomie regio's zoals Silicon Valley en Cambridge. Het gaat slechts om een tiental regio's in de hele wereld die concurreren, maar ook samenwerken. Daar wil je bij zijn of niet. Als Leuvense regio zouden we er graag toe behoren, maar eerlijk: we zijn te klein om echt mee te doen. Maar wat als we de ELAt regio beschouwen? Voldoen we dan aan de voorwaarden om ons tot het selecte gezelschap te kunnen scharen? Op die vraag heb ik mij de afgelopen jaren gestort. Ik ben gaan praten, heb studies verricht, facts & figures bekeken en vergeleken tot in detail. In eerste instantie was ik sceptisch. Maar nu ben ik helemaal om. Wij kunnen behoren tot die topregio's

*Interview M. Hinoul, KU Leuven juni 2012*

## 2.2 Wereldwijd: steden als economische motor

De informatie- en communicatietechnologie ontwikkelt zich wereldwijd steeds verder. Dit biedt ondernemers en werknemers de mogelijkheid (delen van) de productie onafhankelijk te maken van plaats en tijd. Ook biedt dit ongekeerde mogelijkheden voor consumenten. De wereld globaliseert, maar de concurrentie is daardoor ook wereldwijd. Dat geldt voor ondernemers én werknemers. Veel West-Europese bedrijven en werknemers hebben een voorsprong. Nu nog zijn zij gespecialiseerd in meer geavanceerde taken en richten zij zich op kennisintensieve hoogwaardige producten en diensten. Deze kennisintensieve werkgelegenheid leidt tot veel indirecte, vaak veel minder kennisintensieve werkgelegenheid. Duidelijk is dat de nieuwe economische grootmachten in de komende jaren een veel prominenter rol gaan spelen. De 21ste eeuw wordt de eeuw van Azië en Europa zal te maken krijgen met een beperkte groei.

Om het huidige relatieve voordeel te kunnen behouden, is het noodzakelijk dat bedrijven kunnen blijven inspelen op nieuwe vragen vanuit de (wereldwijde) markt en dus innoveren. Belangrijke voorwaarde voor innovatie zijn goed opgeleide, competente, creatieve werknemers en ondernemende bedrijven die nauw samenwerken met bijvoorbeeld kennisinstellingen. Tegelijkertijd neemt het belang van steden voor de economie toe. Hier komen immers kennis en creativiteit in mensen, bedrijven en kennisinstellingen samen. Hier ontstaan nieuwe ideeën die leiden tot nieuwe innovaties en hier weet men nieuwe groeisectoren te ontwikkelen. Die steden of stedelijke agglomeraties werken op hun beurt weer als magneten en trekken nieuwe bedrijven aan. Wereldwijd springen er op het gebied van de economie een aantal (groot)stedelijke gebieden uit. Voorbeelden zijn onder meer Silicon Valley, Medicon Valley Öresund (Zweden/Denemarken) en München. Er is steeds meer concurrentie tussen stedelijke agglomeraties en daardoor is er soms sprake van grote regionale economische verschillen. Daarom worden aspecten als kwaliteit en aantrekkelijkheid van steden, netwerken en verbindingen tussen steden steeds belangrijker.

## 2.3 Nederland: vitale economische steden zijn aantrekkelijke steden

### **De kwaliteit van de stedelijke voorzieningen en bereikbare banen**

Het belang van de kwaliteit van de stedelijke voorzieningen, verbindingen en netwerken van steden voor de stedelijke economie is op Nederlandse schaal onderzocht. Gekeken is naar de relatie tussen economische vitaliteit van een stad en de stedelijke kwaliteit. Onderzocht is welke kenmerken van een stad de verschillen in grondprijzen tussen de stad en de omliggende gemeenten verklaren. Wat maakt een stad aantrekkelijk, zodat de mensen daar een hogere prijs willen betalen? Hoe kunnen verschillen in grondprijs tussen steden onderling verklaard worden? Nu blijkt dat een belangrijk deel van de grondprijverschillen kan worden verklaard door de mate van bereikbaarheid van banen (inclusief de reistijd), zowel in de stad als vanuit de stad. Nog belangrijker is de kwaliteit van de stedelijke voorzieningen. Het gaat hierbij om zaken als de nabijheid van natuur en parken, een historische binnenstad, cultuur, horeca en het aanbod van winkels.

Vitale steden zijn steden met sterke stedelijke voorzieningen en duidelijk onderscheidende kenmerken. Het is voor steden daarom zinvoller om de sterke punten te blijven aanscherpen, dan alleen de focus te richten op de zwakke punten. Steden worden in toenemende mate consumptiesteden met een heel uitgebreid pallet van stedelijke voorzieningen.

### **Flexibilisering**

Op Nederlandse schaal is de wereldwijde economische transitie van enkele grote ondernemingen naar meer en kleinere ondernemingen volop in beweging. Inmiddels zijn er in Nederland al meer dan een miljoen ondernemingen. Ruim 70% daarvan is zelfstandige zonder personeel (zzp'er) en dit aantal neemt toe. Oorspronkelijk waren het vooral de grote bedrijven die door hun onderzoeksfaciliteiten en schaalvoordelen de nieuwe producten en innovaties realiseerden. Nu zijn het juist de kleine bedrijven die creatief, snel en flexibel weten in te spelen op nieuwe takken van de industrie, handel, zakelijke en persoonlijke dienstverlening. Grote bedrijven richten zich vooral op hun kerntaken en nemen de

diensten van andere veelal kleinere bedrijven af. Dat is immers goedkoper en efficiënter. Daardoor ontstaan netwerken van bedrijven rondom bepaalde clusters. Het belang van de grote bedrijven voor de directe werkgelegenheid neemt weliswaar af, maar zij leveren wel veel indirecte werkgelegenheid op! Dit ziet men met name terug in de industrie. De nieuwe structuur voldoet aan de behoefte aan meer flexibiliteit en maatwerk en past in een tijd waarin steeds meer mensen zelf de inhoud van hun werk willen bepalen, hun vakmanschap tot uitdrukking brengen en hun werktijden afstemmen op zaken als zorg en scholing.

**“Innoveren doe je niet alleen. Innoveren doe je samen en dat is de reden dat wij als DSM het concept van open-innovatie sterk omarmen. In plaats van not invented here, but proudly found elsewhere. Samen dingen ontwikkelen, samen innoveren met andere bedrijven, met andere kennisinstellingen, met overheden. Met alle tezamen. We denken daar een meerwaarde uit te halen. Juist daar is Nederland sterk in. We hebben topkennisinstellingen in Nederland, we hebben topinstututen en hebben een perfecte samenwerking tussen die partijen. Dat hebben we geleerd in de afgelopen jaren en daar kunnen we met z'n allen op verder bouwen.”**

*(Feike Sybesma, CEO DSM, kennisdebat 2012)*

### **Groeisectoren**

Het belang van innovatie, ondernemerschap, aanpassingsvermogen, niches bedienen en maatwerk, wordt steeds groter. Er mag worden verwacht dat de groeiperspectieven voor de consumentendiensten in Nederland relatief gunstig zijn. Dat is grotendeels te danken aan hogere arbeidsparticipatie en toegenomen inkomen, gezinsverdunding, een toename

van de eenpersoonshuishoudens en verdergaande individualisering. Gunstige groeiperspectieven worden verwacht van de zorg in relatie tot wellness, leisure-toerisme en cultuur. Deze laatste sectoren zijn tegelijkertijd ook zeer conjunctuurgevoelig. Daarnaast loopt Nederland voorop als het gaat om innovatieve toepassingen in de land- en tuinbouw.

### **Groeiscenario's**

Op dit moment verkeert Nederland in een recessie. Het CPB gaat tot 2017 uit van een lage economische groei. Bepalend voor de economische cijfers zijn het consumentenvertrouwen, de ontwikkeling van de schulden crisis wereldwijd, maar vooral in Europa en de huizenmarkt.

De komende jaren zal ook de bevolkingssamenstelling in Nederland veranderen. Alhoewel nu een aantal steden qua inwonertal nog groeit, is de inschatting dat ook deze na 2040 zullen krimpen.



## 2.4 Maastricht en de regio

Op basis van bovengenoemde belangrijkste trends, ontwikkelingen en cijfers en onderzoeken voor Maastricht maken we in deze paragraaf een analyse van de kansen en bedreigingen voor de stad. Hoe staat Maastricht ervoor op het gebied van de globalisering, het toenemend belang van kennis en innovatie en de ontwikkeling van sectoren waarin meer groei verwacht wordt?

### **Centrumstad voor de regio**

Maastricht is op dit moment een sterke (werk) centrumstad voor de nabije regio. De stad weet steeds meer bewoners, studenten, bezoekers en grote bedrijven en instellingen aan zich te binden. Globalisering, verstedelijking en schaalvergroting zullen leiden tot een toenemende versterking van de centrumfunctie van Maastricht voor zowel werk als

voor de consumptie van stedelijke voorzieningen. Maastricht kan samen met de regio Zuid-Limburg daarin nog sterker staan door onderlinge afstemming, samenwerking en profilering.

Clusters van bedrijven die elk een deel van de economische keten op zich nemen en voortdurend weten te vernieuwen, maakt dat in sommige economische sectoren ook gesproken kan worden van een topsector. Vooral de topsectoren zeggen iets over de internationale concurrentiepositie van een stad of stedelijke agglomeratie. Topsectoren komen vaak voort uit de sterke maakindustrie. Op Zuid-Nederlandse schaal – de Brainportregio - leveren High Techsystems & Materials, Chemie en Agrofood een grote bijdrage aan de Nederlandse economie. Deze drie zijn verantwoordelijk voor 68% van de private uitgaven aan onderzoek en ontwikkeling en dragen gezamenlijk bijna de helft van de Nederlandse export, de motor van de economische groei.

*Brainport 2020*





### **Groeisectoren voor stad en regio**

Potentiële groeisectoren zijn voor Maastricht vooral het (zakelijk) toerisme en de kenniseconomie op het gebied van life sciences en health, vooral in combinatie met sectoren zoals de dienstverlening (in het bijzonder de shared services), wellness en zorg. De aanwezige creatieve industrie (architectuur, design en kunsten) kan een belangrijke verbindende en vernieuwende schakel vormen met frisse ideeën over lifestyle en identiteit. Bovendien is de creatieve sector zelf steeds meer een prominente economische factor, die zeker binnen de Euregio nog groeipotentie heeft. Maastricht kan het podium bieden voor de creatieve bedrijvigheid, die veelal in de binnenstad tot zijn recht kan komen.

Voor de Zuid-Limburgse regio als geheel zit de groei in de combinaties met chemie, nieuwe materialen, zorg, energie, logistiek en de financiële dienstverlening. Grote dragers zijn de huidige bedrijven en instellingen zoals DSM, APG, AZM/UM, Zuyd Hogeschool. Er liggen hier vooral groeikansen vanuit de Chemelot Campus en de Maastricht Health Campus in de ontwikkeling van nieuwe apparaten, instru-

menten, materialen en toepassingen met een industrieel karakter. De beide campussen hebben een belangrijke rol in het verbinden van bedrijfsleven en kennisinstellingen en als podium voor startend ondernemerschap in combinatie met open research en innovatie.

Hoe sneller de wereld verandert en hoe complexer de leefomgeving van mensen wordt, hoe groter ook het verlangen naar inzichtelijkheid en de kleinschaligheid van vroeger. Mensen willen zich in toenemende mate organiseren in kleine verbanden als coöperaties en buurtgemeenschappen in zaken als energie-opwekking, voedselproductie en zorg.

Onder invloed van trends als 'local for local' liggen hier ook in Maastricht en Zuid-Limburg kansen, die passen bij het imago en de kracht van de regio. Een goed voorbeeld hiervan is versterking van de relaties en ketens tussen voeding-voedsel-levensstijl en gezondheid. Nu nog zijn op deze afzonderlijke onderdelen diverse grotere en kleinere bedrijven en kennisinstellingen aan de slag, die de potentie hebben om in de keten sterker te worden.

### **Ondernemerschap, kennis en vakmanschap: een leven lang leren**

Ondernemerschap, kennis en vakmanschap vormen de sleutel tot het succes. De (Eu)regio en Maastricht in het bijzonder beschikken over kwaliteiten en expertise die in een duurzame kenniseconomie van belang zijn. Er zijn zeer veel kennisintensieve bedrijven en instellingen, een ondernemende universiteit met een sterk imago en een hogeschool die als een van de beste van Nederland bekend staat, het hele brede scala van het kunstvakonderwijs is aanwezig en er zijn zeer veel vakopleidingen ook in de (Eu) regio die hier aanvullend in kunnen zijn. Het aantal ondernemers neemt in Maastricht toe en het aantal bedrijfsvestigingen is de laatste jaren fors gestegen. Maastricht is inmiddels procentueel gezien de tweede zzp-stad van Nederland. Het gemiddeld opleidingsniveau in de stad stijgt. Maastricht heeft in principe voldoende mogelijkheden om te investeren in menselijk kapitaal en een goede match tussen vraag en aanbod tot stand te brengen. Op dit moment is er echter sprake van een mismatch op de arbeidsmarkt. Een goede verknoping van de economische speerpunten met het arbeids- en onderwijsbeleid is van groot belang. Dit is voor onze regio nog belangrijker dan voor andere regio's: de druk op de arbeidsmarkt neemt alleen al toe vanwege de dalende beroepsbevolking en de grotere vervangingsvraag.

“In mijn beleving is één van de unieke kansen in deze regio dat jonge mensen die een bedrijf willen beginnen een kans te geven dat al te doen. Wat de gemeente Maastricht kan doen is bij de UM een appèl te doen dat deze zich niet te zeer profileert als een internationale kennisinstelling - dat zijn we al - maar dat Maastricht “een speeltuin” is voor onderzoek voor studenten om te leren en te ondernemen, dus niet alleen binnen de gebouwen van de UM, maar ook in de wijken.”

*Winand Bodewes,  
Centre of Entrepreneurship UM, 2012*

### **Nieuwe werken**

De flexibilisering van de arbeidsmarkt, de digitalisering en het nieuwe werken zijn als trends op dit moment al zichtbaar in Maastricht. De kantorenleegstand in de stad als geheel bedraagt 15% en is in sommige kantoorgebieden waar grote zakelijke dienstverleners zijn ingekrompen of naar elders verhuisd, nog hoger. In het centrum is de leegstand in de detailhandel, deels veroorzaakt door de conjunctuur, maar ook als gevolg van de toename van het internetshoppen, zichtbaar. De aandacht voor een blijvend kwalitatief hoogwaardig en divers winkel aanbod in de binnenstad neemt daarmee toe. De vraag naar bedrijventerreinen is stabiel laag, deels door de geringe bedrijvendynamiek en deels door de economische ontwikkelingen.

De studenten van de vele locaties van de Universiteit Maastricht en de Zuyd Hogeschool maken de binnenstad levendig en dynamisch. Dat geldt ook voor de grote stroom aan bezoekers. Maastricht heeft grote kansen als ontmoetingsstad: mensen wonen, winkelen en werken er graag. Dit vraagt wel om de juiste faciliteiten en een sterk onderscheidend vermogen als gastvrije stad.

### **Groeiscenario's**

Uit de diverse cijfers blijkt dat in Maastricht al enige jaren sprake is van een economische structuurverandering. De werkgelegenheid in de dienstensector groeit, maar daalt in de industrie. Het totaal aantal bedrijven is toegenomen terwijl het aantal banen ongeveer gelijk is gebleven, de vraag naar bedrijventerreinen is stabiel laag en het leegstandpercentage staat met 15% op een gemiddeld Nederlands niveau. De wereldwijde conjuncturele omstandigheden zien we terug in een historisch laag consumenten- en ondernemersvertrouwen. Het aantal faillissementen stijgt, er vestigen zich weinig nieuwe ondernemers en de gevolgen van de economische crisis zijn steeds meer zichtbaar. Maastricht zal zich verder ontwikkelen als centrumstad voor het werken in de regio. Op de korte termijn zal er echter geen sprake zijn van een grote groei van de totale werkgelegenheid in Maastricht. Veel meer zal de stad moeten inzetten op het behoud van de totale omvang van de werkgelegenheid door vervangende, nieuwe werkgelegenheid te creëren, vaak bestaande uit cross-overs tussen economische sectoren.

Al eerder is de demografische transitie in Maastricht ingezet, maar de vergrijzing is op dit moment enigszins gestabiliseerd. Tot 2030 wordt een lichte groei van de bevolkingsomvang verwacht. De beroepsbevolking daalt in Maastricht tot 2030 slechts licht en de verwachting is dat dit niet direct zal leiden tot een groot tekort aan arbeidskrachten, omdat er een aanzuigende werking vanuit de regio zal zijn. Wel zal uiteindelijk een verhoging van de arbeidsparticipatie en betere aansluiting op de arbeidsmarkt in onze regio noodzakelijk zijn om te kunnen voldoen aan de vraag vanuit bedrijfsleven, zeker op het moment dat de economie aantrekt.

Maastricht heeft al eerder weten in te spelen op de consequenties hiervan voor de woningmarkt, de bedrijventerreinen en de vraag naar voorzieningen. Daardoor kan de stad zich nu richten op het verbeteren van de reeds hoge kwaliteit van de woon- en leefomgeving en inspelen op de economische structuurveranderingen.

Recent heeft de Universiteit Maastricht de ambitie uitgesproken te willen groeien van 15.000 naar 25.000 studenten. Daarmee kan de maatschappelijke en economische betekenis van de Universiteit fors toenemen.

## 2.5 De belangrijkste ontwikkelingen op een rij

- Steden zijn belangrijke motoren van de economie. In een wereld die door globalisering steeds kleiner wordt, neemt de concurrentie tussen regio's en steden toe. Maastricht vervult binnen de regio een belangrijke centrumfunctie. Samenwerking, afstemming binnen de regio, netwerkvorming, het versterken van economische clusters en het inzetten van kennis is voor de economische ontwikkeling van Maastricht van groot belang. Maastricht kan zich in economisch opzicht sterk profileren, mits de bereikbaarheid binnen de (Eu) regio en de (grensoverschrijdende) samenwerking en uitwisseling optimaal is.
- Steden concurreren om bezoekers en bewoners. Een eigen identiteit/uniciteit en kwaliteit worden



daarbij steeds belangrijker. Aantrekkelijke steden zijn steden met veel stedelijke voorzieningen naast de deur, natuur in de buurt en werk binnen afzienbare reisafstand. Steden behalen het meeste succes door uit te gaan van hun kracht, hun sterke punten te verbeteren en aandacht te hebben voor kwaliteit. Maastricht dient daarom haar eigen identiteit en kracht als uitgangspunt te nemen.

- De economie draait steeds meer op kennis, innovatie, ondernemerschap en vakmanschap, waarvoor de beroepsbevolking moet zijn toegerust. De druk op de arbeidsmarkt neemt toe door de dalende omvang van de beroepsbevolking. (Potentiële) werkgevers moeten wel bediend kunnen worden. Daarom is het aantrekken en weten te behouden van nieuwe bewoners/kenniserkers en bedrijven van belang voor Maastricht. Hierin speelt cultuur als vestigingsfactor een belangrijke rol.

Er is één thema dat Soete straks als rector grote prioriteit wil geven: de binding met de stad en de regio. “De rol van de UM hier is veel te weinig ontwikkeld. Dat is op zich logisch, door de grote nadruk op de internationale strategie, maar het wordt echt tijd dat de blik ook op de nabije omgeving wordt gericht. Kijk, de UM is daar op zichzelf heel dominant op alle mogelijke manieren, variërend van de omzet die ze genereert tot de parkeerproblematiek vanwege de studenten met auto’s, maar voor de lokale bewoners betekenen we weinig. Waarom zou er in het onderzoek en het onderwijs niet meer aandacht gegeven kunnen worden aan de problemen hier? De kennis van de universiteit moet veel meer benut worden.”

*Interview Observant 2011,  
Luc Soete bij benoeming tot rector magnificus*

- Economische groei is niet langer meer vanzelfsprekend en er is een wereldwijde concurrentie tussen steden en regio’s. In onzekere conjuncturele tijden is behoud van de bestaande bedrijvigheid voor onze regio van belang. Het zo goed mogelijk faciliteren van de bestaande bedrijven hoort dan ook bij het economisch beleid. Het aantrekken van nieuwe bedrijven in de regio zal juist veel lastiger worden, maar blijft belangrijk.
- Groeisectoren zijn voor Maastricht vooral het (zakelijk) toerisme en de kenniseconomie op het gebied van life sciences en health, in combinatie met andere sectoren zoals de dienstverlening (waaronder shared services), wellness en zorg. De creatieve industrie is een serieuze economische sector met groeipotentie. Vooral branches als architectuur en design kunnen met hun inzichten over lifestyle en identiteit innovatieve productie stimuleren. Daarmee kan het bestaande MKB een nieuwe impuls krijgen. Onder invloed van trends als ‘local for local’ zullen er voor Maastricht en Zuid-Limburg vooral kansen zijn die passen bij het imago en kracht van de regio. Een goed voorbeeld hiervan is versterking van de relaties en ketens tussen voeding-voedsel-levensstijl en gezondheid. Voor Zuid-Limburg als geheel zit potentiële groei in de combinaties met chemie, nieuwe materialen, zorg, energie, logistiek en de financiële dienstverlening/shared services.
- Het programma schaa sprong van de Universiteit Maastricht gaat uit van een groeipotentieel van 15.000 naar 25.000 studenten. Daarmee kan de economische en maatschappelijke betekenis van de universiteit voor de stad fors toenemen.



## 3. Maastricht in 2020: stip aan de horizon

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden op basis van het geschetste karakter van Maastricht in hoofdstuk 2 en rekening houdend met de toekomstige trends, analyses en conclusies daarin, de ambities van Maastricht geschetst om haar economische hoofddoelstelling, het creëren van werk in de huidige economische transitie te kunnen realiseren. Het hoofdstuk bevat een perspectief met een stip op de horizon in 2020. Immers net zoals dat geldt voor landen en regio's, geldt voor een stad als Maastricht dat het zo goed mogelijk weten in te spelen op de economische transitie de meeste kans biedt op een bestending van de welvaartsontwikkeling. In hoofdstuk vier wordt de daarvoor relevante agenda gepresenteerd. De drie speerpunten voor Maastricht zijn:

- het versterken van kennis en innovatie;
- het versterken van cultuur in relatie tot economie;
- het versterken van Maastricht als ontmoetingstad.

Dit alles kan alleen maar als tegelijkertijd wordt ingezet op het verbeteren van een aantal cruciale randvoorwaarden, waaronder een aantrekkelijker vestigingsklimaat voor inwoners en ondernemers, het bieden van (kwalitatieve) ruimte voor ondernemerschap en het scheppen van een klimaat waarin alle mensen kunnen ondernemen en participeren. Onbekend maakt onbemind. Daarom moet voor iedereen duidelijk zijn waar Maastricht voor gaat. Waar de kansen liggen voor burgers en ondernemers en hoe Maastricht zich tot de regio verhoudt. Geen visie zonder marketing en branding. Geen actiebereidheid als niet duidelijk is wat het oplevert! Het branden van stad en regio, het ambassadeurschap van deze stad hoort daar op alle niveaus bij.

### 3.2 Internationale Kennisstad: het versterken van kennis en innovatie

Maastricht streeft naar een duurzame, internationaal georiënteerde kenniseconomie waarin voor burgers banen op alle niveaus bereikbaar blijven. Daartoe presenteert zij zich samen met Zuid-Oost Nederland (Brainport) en de buurregio's ELAT

nationaal en internationaal als één kennisregio. Maastricht richt zich als onderdeel van de Zuid-Limburgse regio op topsectoren zoals Leisure, Life Science & Health, Zorg, Nieuwe Materialen Energie, Logistiek en Smart Systems. Dat doet de stad samen met het bedrijfsleven, de kennisinstellingen en overheden in de technologiedriehoek Eindhoven, Leuven, Aken, ieder vanuit zijn eigen rol over de grenzen heen. Specifiek voor Maastricht liggen kansen in de Leisure, Life Sciences en Health en in combinatie met andere sectoren. De Chemelot Campus en de Maastricht Health Campus hebben daarin een bijzondere positie en worden sterk geprofileerd binnen de regio, zodat zij de internationale concurrentie aankunnen.

Versterkte en gebundelde aandacht voor deze topsectoren heeft een positief effect op de totale werkgelegenheid van de regio, vergroot de regionale innovatiekracht en opent als het ware de grenzen. Dit komt omdat er geheel nieuwe combinaties en dwarsverbanden ontstaan met het bestaande MKB en nieuwe allianties met kennisinstellingen over de grenzen heen. De grote MKB - van oudsher de maakindustrie en kennisinstellingen vervullen in de innovatie een sleutelpositie. In hun zoektocht naar innovatie hebben zij wereldwijd contacten maar zoeken zij vooral naar partners en personeel in de nabijheid. Vanuit de grote MKB ontstaan nieuwe bedrijvigheid en daarmee werkgelegenheid. Dat laatste bestaat ook uit minder kennisintensieve werkgelegenheid. Met name bedrijven in het onderhoud, beveiliging en schoonmaak zijn afhankelijk van de groei van dit soort bedrijvigheid willen zij zelf kunnen groeien.

Maastricht is een universiteitstad. De schaa sprong van de Universiteit Maastricht met een groei van 15.000 naar 25.000 studenten geeft de kenniseconomie een stevige impuls. Door nieuwe opleidingen op bachelor en master niveau, postacademisch onderwijs, bedrijven- en opleidingscentra, nieuwe vormen van onderwijs en onderzoekszwaartepunten tot stand te brengen samen met het bedrijfsleven en andere kennisinstellingen in de regio neemt ontstaat een innovatieve omgeving waarin hoogwaardige bedrijvigheid en spin-offs groeien.

Het bedrijfsleven is nauw betrokken bij de opleiding en bij de om- en bijscholing van (toekomstig) personeel om dit zo goed mogelijk toe te rusten op vereiste competenties en vaardigheden. Initiatieven als Service Centrum Limburg Competent worden verbreed. Daarbij wordt ook gekeken naar gebruik van het aanbod van scholingsmogelijkheden over de grenzen heen. Van bedrijven wordt verwacht dat zij sociaal en maatschappelijk ondernemen.

Onderwijsinstellingen bundelen in de regio hun krachten om een meer flexibel en hoogwaardig opleidingsaanbod te kunnen bieden. Ondernemers zijn voldoende gefaciliteerd om internationaal te kunnen ondernemen. Het geloof en de kracht in deze regio neemt toe en zorgt voor nieuw elan en dynamiek die weer aantrekkelijk is voor nieuwe kenniswerkers. Maastricht maakt niet langer deel uit van een regio die bekend staat om vergrijzing en krimp, maar als een innovatieve regio. Een regio die in staat is gebleken om krimp om te zetten in een kans en die daarmee op een duurzame wijze aan zijn toekomst werkt.

Door de groei van de werkgelegenheid en tegelijkertijd de focus van de kenniseconomie op een duurzame verbetering van de gezondheid zijn burgers overtuigd van het nut en noodzaak van deze ambitie en heeft dit draagvlak.

Maastricht heeft de nabijheid van de grenzen omgezet in een belangrijk voordeel: een stad waar de meertaligheid van haar burgers en de nabijheid van native speakers een belangrijke vestigingsfactor is geworden en waar burgers juist veel meer kansen op werk hebben door de economische dynamiek van een grensregio. De groep van internationale kenniswerkers voelt zich thuis in een stad die door de vele faciliteiten, openheid en door haar grensligging véél meer internationaal perspectief biedt dan veel andere steden.

### 3.3 Complete cultuurstad: het versterken van de relatie tussen cultuur en economie

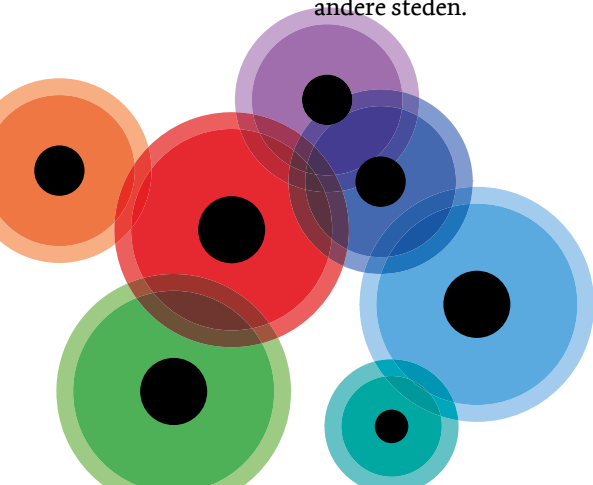
Maastricht wil een complete cultuurstad zijn. Maastricht ziet de professionele culturele infrastructuur, een sterke creatieve sector en de weg richting Maastricht Culturele Hoofdstad 2018 (participatie) als een grote impuls voor de kenniseconomie. De creatieve industrie wordt een belangrijke topsector en groeit qua directe werkgelegenheid met minstens 1000 banen.

Centraal in de ambitie staat de groei van nieuwe en de versterking van bestaande culturele en creatieve ondernemingen en initiatieven vanuit de in Maastricht (en in de Euregio) aanwezige kunstvakopleidingen: muziek, grafische vormgeving, architectuur, visuele communicatie, (binnenhuis) architectuur en performing arts. Daar begint, net zoals bij sectoren als toptechnologie en life sciences, de cyclus van waardecreatie en directe en indirecte economische meerwaarde. De mate waarin Maastricht er in slaagt het aanwezige potentieel aan kennis, vakmanschap en inspiratie in te zetten voor het creëren van relevante, kwalitatief hoogwaardige aantoonbaar in Maastricht geboren en dus door de markt gemaakte initiatieven, zal bepalen hoe sterk en duurzaam Maastricht haar profiel als cultureel kernpunt binnen Nederland en als sterke en productieve cultuurstad binnen de Euregio kan uitbouwen.

Want binnen de Euregio kan de creatieve industrie een sector worden die ook in Europa het verschil maakt. De creatieve industrie weet haar eigen Maastrichtse identiteit uit te dragen op vele internationale festivals, podia en exposities. De creatieve industrie wordt een belangrijke topsector en groeit qua directe werkgelegenheid;

- Made in Maastricht wordt zowel een begrip als een label dat een brug weet te slaan naar de vele ambachtelijke ondernemers;
- De Euregio wordt vanzelfsprekend eerste exportland.

Het culturele klimaat weet nieuwe kenniswerkers te interesseren voor deze regio en aan zich te



binden. Creatieve ondernemers vestigen zich graag op de diverse locaties in de binnenstad die binnen handbereik komen. De binnenstad wordt op die manier een stuk aantrekkelijker voor de bezoekers. De ondernemers gaan zelf aan de slag met de panden en maken creatieve broedplaatsen die weer anderen inspireren. Zij kunnen gebruik maken van ondernemersondersteuning op maat, maar zoeken daarin vooral hun eigen weg. Waar mogelijk is er een netwerk van coaches van meer gevestigde ondernemers. De creatieve sector weet door haar inzichten over identiteit en design de huidige bedrijven in stad en regio zoals de maakindustrie een impuls te geven. Goede voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld het

FABLAB. Nieuwe concepten worden ontwikkeld die aansluiten op zowel de lokale als wereldwijde schaal. Op die manier kunnen niches worden ontwikkeld en nieuwe markten bediend.

Ook weet Maastricht een brug te slaan tussen de reeds langer in Maastricht aanwezige bevolking en de nieuwkomers en hen beide volop te laten participeren in nieuwe evenementen, nieuwe cultuuruitingen en bestaande cultuuruitingen die Maastricht uniek maken. Maastricht Culturele Hoofdstad jaagt het cultureel en creatief potentieel aan en legt de verbindingen in de Euregio, waardoor het culturele aanbod veel toegankelijker en meer divers is.

## IMPRESSIES EN TOEKOMSTVISIES OVER VERSTERKEN RELATIE CULTUUR EN ECONOMIE IN MAASTRICHT

### **Made in Maastricht**

“Wat betekent “Made in Maastricht”? Die vraag mag je je best stellen. Er zijn in Maastricht veel ondernemingen die unieke producten maken, die wereldwijd worden gebruikt, maar waarvan niemand weet dat ze er zijn, laat staan dat ze in Maastricht gemaakt of bedacht zijn. Made in Maastricht: dat zijn de pareltjes van de stad en dat zouden we met z’n allen best wat meer mogen uitstralen. Om een voorbeeld dichtbij huis te noemen: wereldwijd zou niemand meer geld kunnen pinnen als wij onze gespecialiseerde geleiders niet zouden leveren aan de fabrikanten van pinautomaten.“

*Joost van Luyken, CEO Regout groep, Maastricht 2012*

### **Creatieve industrie**

“In Maastricht en de Euregio worden stappen gezet in de creatieve industrie als het bijvoorbeeld gaat om mode of de filmindustrie. Talentontwikkeling die zich doorzet is een voorwaarde voor de creatieve industrie om zich door te ontwikkelen.”

*Guido Wevers, MCH 2018, Maastricht 2012*

## Talentontwikkeling

“In Maastricht denken we veel te vaak dat we iets fout doen en dat Maastricht niet langer leuk is, terwijl het wegtrekken van studenten na hun afstuderen bijna een natuurlijke trek is die in alle studentensteden plaatsvindt. Maastricht zou zich daarom minder moeten focussen op diegenen die wegtrekken, maar op de mensen die willen blijven. Vaak kennen zij de kansen die in Maastricht zijn nog onvoldoende, daarvoor zouden stad, kennisinstellingen en regio krachten moeten bundelen om hen te helpen hun weg te vinden en hun talent verder te ontwikkelen.”

*Winand Bodewes, Centre of Entrepreneurship*

## Cultuur zorgt voor een uitdagend vestigingsklimaat

“Cultuur schept de voorwaarde voor een vestigingsklimaat dat dusdanig uitdagend moet zijn dat daarbinnen nieuwe economische ontwikkelingen kunnen plaatsvinden.”

*Guido Wevers, MCH 2018, Maastricht 2012*

### 3.4 Internationale ontmoetingsstad: het versterken van het nieuwe werken, winkelen en bezoeken

Maastricht is de stad van het nieuwe werken én bezoekstad voor mensen uit de regio, Euregio en daarbuiten. Hier komen mensen om te werken, te studeren, te ontspannen en anderen te ontmoeten. De historische binnenstad weet met haar diversiteit en kwaliteit van het winkelaanbod bezoekers te blijven trekken. Op iedere straathoek is Wifi-ontvangst. De bezoekers worden gastvrij ontvangen. Meertaligheid zoals Engels, Frans, Duits hoort daarbij. Door meer functiemenging en tijdelijke invullingen met nieuwe creatieve ideeën ontstaan op een aantal plekken in de binnenstad nieuwe winkelconcepten die dit combineren met hun aanbod via internet. Mensen prefereren winkelen in de Maastrichtse binnenstad, boven het alleen shoppen via internet vanwege het totaalaanbod en de ambiance die de stad biedt.

Nieuwe culturele evenementen in de binnenstad en daarbuiten zijn in trek bij de bezoekers en voldoen

ook aan de behoefte van studenten en jongeren. Bestaande tradities en evenementen die bijdragen aan het unieke karakter van Maastricht worden waar wenselijk verbreed. Zakelijke bijeenkomsten, studie en meer ontspannende activiteiten worden in Maastricht gecombineerd en de scheiding tussen recreëren, studeren en werken vervaagt zichtbaar. Dat maakt de binnenstad nog levendiger en dynamischer. In Randwyck vervult het MECC hierin een centrale rol. Door nieuwe combinaties van werkplekken, expositie, ontmoetingsplekken en recreerplekken mogelijk te maken, ontstaan op natuurlijke wijze nieuwe netwerken.

“Maastricht kan zijn taak als bezoekstad verbeteren en voortborduren op alles wat al in gang is gezet. Gemeente en ondernemers moeten dat samen doen.”

*Geert Crooijmans,  
Bijenkorf, Maastricht 2012*



Het toerisme krijgt door de omslag naar belevings-toerisme een nieuwe dimensie. Toeristen doen vaker en langer Maastricht aan omdat ze dit combineren met een meerdaags bezoek aan de Euregio. 's Ochtends raften in de Ardennen, 's middags kuren in het Heuvelland en 's avonds naar een muziekvoorstelling in het Theater aan het Vrijthof, maar dat kan natuurlijk ook over meer dagen worden verspreid.

Het gezamenlijke Europese verleden is interessant voor de internationale bezoeker die op deze manier diverse culturele invloeden kan opdoen. De Euregio presenteert zich als één interessant verblijfsgebied waarin de Europese gedachte een soort landmark wordt.

Het congresstoerisme krijgt een nieuwe impuls door de kwaliteiten van de stad nog beter te benutten en door nieuwe concepten te ontwikkelen die aansluiten bij de behoefte vanuit bijvoorbeeld de groeisectoren in de regio.

Met name de Maastricht Health Campus biedt mogelijkheden om via het congres- en zakelijk toerisme de kennis op de markt te brengen.

“Maastricht is altijd al een ontmoetingstad geweest. Dat dateert bij wijze al vanaf de Romeinen, op een kruispunt van wegen. We hebben blijkbaar de content waardoor mensen naar de stad willen komen om elkaar te ontmoeten. Maastricht moet zich ontwikkelen als de stad van de service, wij zijn die stad. Dat zit in ons DNA.”

*Paul Rinkens, Tomorrow Today, Maastricht 2012.*

### 3.5 Randvoorwaarden

Dit vergezicht aan ambities vraagt ook vergezichten aan randvoorwaarden. Ook hier wordt de blik gericht op 2020.

#### **Woonmilieus, voorzieningen en openbare ruimten**

Een eerste randvoorwaarde is de totale kwaliteit van de stedelijke voorzieningen en het imago dat daarbij hoort. Deze factoren bepalen immers in belangrijke mate de economische vitaliteit van de stad. Daarom is het belangrijk dat er nieuwe voorzieningen en nieuwe woonmilieus komen die passen bij Maastrichtse burgers en de groep van (jonge) kenniswerkers die de stad aan zich wil binden. Daarbij hoort ook het durven denken in nieuwe concepten: flexibeler, vraaggericht en waar mogelijk met functiemenging.

### Experimenteerruimte

Om nieuwe concepten te kunnen ontwikkelen, hebben ondernemers in deze tijd behoefte aan flexibiliteit, experimenteerruimte, snelheid en maatwerk. Dit betekent dat in de gemeentelijke service en dienstverlening een klantgerichte, open houding, duidelijkheid en snelheid van handelen voorop dient te staan. Het gaat echter verder dan dat: ondernemers gericht faciliteren met specifieke bedrijfshuisvesting, minder regels en meer flexibele bestemmingsplannen dragen bij aan het benodigde ondernemersklimaat. Dat zal leiden tot spanning tussen enerzijds de behoefte aan eenduidigheid en kwaliteit en anderzijds maatwerk en flexibiliteit. Die spanning moet voor een aantal locaties in de stad worden opgezocht. Prioriteit daarin hebben de Binnenstad en Randwyck. Daarnaast zal er ook via buurt- en wijk economie-projecten in de buurtplannen ingezet worden op de groeiende behoeften van zzp'ers aan kleinschalige werkruimten.

### (Grens)overschrijdende verbindingen

Een goede (grensoverschrijdende) bereikbaarheid, voor zowel personen- als goederenvervoer is cruciaal voor het functioneren van de (kennis) economie en voor het vestigingsklimaat. Dit geldt voor zowel de (kwaliteit) van de verbindingen met de rest van Nederland en met Europa, als voor de knooppunten tussen de verschillende modaliteiten (spoor, weg, water en lucht)

Voor de letterlijke bereikbaarheid van banen in de regio zijn goede verbindingen noodzakelijk. Goede verbindingen nationaal, binnen de Euregio en aansluiting op het Europese Openbaar Vervoernet evenals goede verbindingen met (de) internationale luchthavens in de nabijheid. Maastricht Aachen Airport is méér dan een nabijgelegen luchthaven, zij straalt de ambitie van Maastricht Internationale Congressstad uit. Randwyck is meer dan een regionaal treinstation, het is een belangrijke schakel op het internationale vervoernet dat de Maastricht Health Campus aansluit op de regio. De Beatrixhaven is meer dan een multimodaal bedrijventerrein, het draagt bij aan de innovatie en het succes van de staalindustrie.

### Duurzaamheid

Duurzame ontwikkeling is voor Maastricht een voorwaarde om ambities op de lange termijn te kunnen realiseren. Duurzaamheid is nodig om ook weerstand op te bouwen. Om duurzame ontwikkeling in de stad vorm te geven is een integrale benadering nodig, ook in de economische agenda. Daarbij gelden verschillende randvoorwaarden: de manier van werken als eigen gemeentelijke organisatie en het mogelijk maken van nieuwe kansen en deze uit te venten. Het gaat om locatiebeleid, parkmanagement, energievoorziening en mobiliteit. Het gaat om het weten te verbinden van traditionele sectoren zoals bijvoorbeeld de maakindustrie met duurzaamheid om deze toekomstbestendig te maken. Het gaat ook om specifieke kansrijke sectoren.

Zo kent Maastricht een uitstekende reputatie op het gebied van Bourgondisch leven en eten. De vele uitstekende restaurants, kwaliteit van dagelijks voedsel in de specialiteitenwinkels en het Preuvenemint zijn unique selling points van de cultuur. In de nabije omgeving staat landschappelijke kwaliteit en gezond voedsel produceren centraal. De gezondheid van de Maastrichtse/Zuid-Limburgse bevolking is slechter dan het landelijk gemiddelde, terwijl de UM en DSM zich juist op dit punt tot kenniscentra ontwikkelen.

Tot slot kan ook de traditie die Maastricht heeft als monumentenstad op het punt van (duurzame) herbestemming worden genoemd. Al deze zaken zijn voorwaardelijk om duurzame ontwikkeling en ambities als internationale kennisstad, cultuurstad en bezoekenstad mogelijk te maken.

**“Is er nog plaats voor de maakindustrie in Maastricht? Ja, dat kan in harmonie met het milieu op een verantwoorde wijze met grondstoffen en middelen die lokaal voor handen zijn.”**

*Peter Loubele, Sappi, 2012*

### **Onderwijs- en arbeidsmarktbeleid, sociaal en mentaal**

Het is noodzakelijk de nog bestaande grensbarrières - die niet alleen fysiek zijn, maar ook mentaal -aan te pakken. Daarvoor moet de Euregio als proefregio op fiscaal en juridisch gebied worden ingezet. Maastricht kan zich juist profileren als de stad van de meertaligheid: native speakers zijn altijd in de buurt en voorzien in de behoefte aan meertaligheid van steeds meer bedrijven. Meertaligheid van de bevolking blijft echter belangrijk. Met bijvoorbeeld aandacht voor buurtalen in het (basis) onderwijs kan deze regio zich economisch beter profileren. Maastricht kan in al deze zaken een voortrekkersrol vervullen samen met provincie en regio. Hierdoor komt het aantal bereikbare banen letterlijk dichterbij. Door expertise met betrekking tot noodzakelijke service aan internationals, bedrijven en kennisinstellingen te bundelen en toegankelijk te maken in een international department kan Maastricht zich profileren als internationale stad waar internationale bedrijven en kenniswerkers meer dan welkom zijn.

De inzet op de kenniseconomie, het aantrekken en faciliteren van (internationale) kenniswerkers, het bouwen voor nieuwe kenniswerkers, impliceert tegelijkertijd focus op de huidige bevolking. Een verhoging van de arbeidsparticipatie en een betere aansluiting van de (slinkende) potentiële beroepsbevolking op de toekomstige arbeidsmarkt in onze regio is noodzakelijk om te kunnen voldoen aan de groeiende vraag vanuit het bedrijfsleven. Op het moment dat de economie aantrekt zal er in veel sectoren en op de verschillende beroepsniveaus zelfs een tekort dreigen aan werknemers. In de huidige economische transitie wordt van mensen meer kennis en vakmanschap gevraagd. Het gevraagde opleidingsniveau neemt toe, maar er wordt van iedereen een andere attitude verwacht. Meer ondernemend, innovatief, creatief en bereid om telkens nieuwe competenties te willen leren is een vereiste. Meertaligheid hoort daar ook bij. Niet deelnemen aan het arbeidsproces betekent vaak een snelle veroudering van kennis en vakmanschap, waardoor de afstand tot de arbeidsmarkt snel groeit en arbeidsparticipatie steeds moeilijker wordt. Dat betekent dat



een extra inspanning juist voor deze groep moet worden verricht. Er ligt voor de gemeentelijke overheid met name een organiserende rol naar partners als UWV, ROC's en bedrijfsleven. Een belangrijk instrument hiervoor is het werkgeversservicepunt. Ook vanuit sociaal opzicht is het niet wenselijk dat de koers voor Maastricht als kennis-, cultuur- en woonstad leidt tot een tweedeling tussen enerzijds hoogopgeleide nieuwkomers zoals bijvoorbeeld een groeiend studentenaantal en anderzijds de rest van de bevolking. Naast het voortdurend investeren in geschikte opleidingen van mensen blijft maatschappelijke participatie ontzettend belangrijk om sociale stijging te bevorderen. Maatschappelijke participatie heeft immers een belangrijke economische meerwaarde en voor sommige groepen een belangrijke stap richting betaalde arbeid.



“Onze regio is zonder twijfel perspectiefrijk. Ze biedt een aantrekkelijk woon- en werkklimaat voor jong en oud, ontwikkelt als onderdeel van Brainport 2020 een sterke kenniseconomie en heeft een omvangrijk cultureel aanbod. Kansen te over. Maar om ze te benutten hebben we wel alle handjes nodig. Ook die van de mensen die nu om welke reden dan ook geen baan hebben. Iedereen heeft talent, iedereen is nodig en iedereen telt mee”

*André Willems,  
wethouder Arbeidsmarktbeleid, Sociale  
zekerheid en Reïntegratie, Integraal  
ouderenbeleid, Stadsbeheer, Vergunnen en  
toezicht, Stadsdeelwethouder Maastricht-  
Zuidwest*

## 4. De economische agenda van Maastricht

### 4.1 Inleiding

Maastricht streeft naar een duurzame, hoogwaardige, internationaal georiënteerde kenniseconomie waarin banen voor burgers op allerlei niveaus bereikbaar blijven. Maastricht kiest nadrukkelijk voor cultuur als een belangrijke economische factor zowel qua werkgelegenheid als vestigingsvoorwaarde en wil de internationale ontmoetingsstad van de toekomst zijn waar gewinkeld, gewerkt en gecreëerd wordt. Het stimuleren van ondernemerschap wordt de spil van deze dynamiek. De gemeente Maastricht kan in deze transitie echter alleen de daarvoor benodigde economische dynamiek faciliteren, stimuleren en ondersteunen die in essentie en kracht al aanwezig is. Van daar de keuze voor de twee topsectoren, life sciences en creatieve industrie, ontmoetingsstad en het optimaal gebruik maken van het bestaand lokaal ondernemerschap. Ondernemen, opleiden, uitvoeren, onderzoeken en innoveren doen bedrijven en (kennis)instellingen immers zelf waarbij voor hen de stads- en landsgrenzen in principe weinig relevant zijn. Maar het moet hen ook mogelijk gemaakt worden en vooral daar waar de economische kansen voor deze stad en regio liggen! Maastricht kan dat niet alleen. Daarvoor zal zij steeds op het meest optimale niveau moeten kunnen acteren, met verschillende partijen, op lokale, regionale, nationale en internationale schaal.

### 4.2 Speerpunten

Juist in een onzekere economische tijd en in een transitiefase waarin steeds meer (kleinere) en wisselende ondernemers de economische kracht vormen, is transparantie, flexibiliteit, snelheid van handelen als gemeente zo belangrijk om een echte economische partner te kunnen zijn. Voor de ondernemer, kennisinstelling of andere initiatiefnemers moet absoluut helder zijn waar zij met hun vragen en ideeën terecht kunnen en duidelijk zijn hoe lang bepaalde vergunningentermijnen vergen. Dat vergt een andere wijze van organiseren binnen de gemeente Maastricht.

Economische kansen zijn er voor de stad en regio volop. Zeer zeker zijn die voor de life sciences,

waarbij wij ook een nadrukkelijke relatie zien met thema's als leisure, gezondheid, levensstijl, voedsel en voeding. Maastricht en de regio hebben op al deze terreinen een zeer bijzondere positie, krachtige ondernemers en uitstekende kennisinstellingen en niet in de laatste plaats een imago dat hier naadloos op aansluit. Dat geldt ook voor de culturele sector. Cultuur is niet alleen een belangrijke vestigingsvoorwaarde, maar een economische sector van toenemende importantie.

De kracht van Maastricht als bezoekstad, werkstad en ontmoetingsstad kan alleen maar toenemen, mits we een goede balans vinden tussen handhaving van de uitstekende kwaliteit van de openbare ruimte van de stad en anderzijds het toestaan en uitdagen van nieuwe, vernieuwende ondernemersconcepten die Maastricht aantrekkelijk en gastvrij houden.

### 4.3 Rollen en verantwoordelijkheden & nieuwe manieren van financieren

De gemeente Maastricht is zich juist nu er van bewust hoe belangrijk het is alle ondernemers optimaal te faciliteren en ondersteunen. De gemeente neemt haar verantwoordelijkheid voor het algemene stedelijke vestigingsklimaat, het faciliteren en stimuleren van ondernemerschap, het stimuleren van netwerken en verbindingen in de regio, het stellen van regels en het geven van voorbeelden. Daar zullen altijd spanningen in optreden. Maar juist voor die sectoren waarvan we verwachten dat er meer potentie in zit en die zo goed passen bij het karakter van de stad, wil Maastricht meer doen én ook dat doen waar de grootste behoefte aan is.

Daarom is gekozen voor drie speerpunten: internationale kennisstad, complete cultuurstad en Maastricht bezoek-, woon- en werkstad. Op basis van de analyses en gesprekken die vooraf gingen aan de economische visie, zijn in deze agenda keuzes gemaakt in de meer algemene basisrandvoorwaarden, voor specifieke partijen en voor bepaalde sectoren. Er zijn keuzes gemaakt voor een agenda, zonder dat nu al duidelijk is hoe de prioriteiten volledig gefinancierd kunnen worden. Want ook één

ander element is duidelijk: als de gemeente Maastricht nadrukkelijker als volwaardig partner van de (lokale) economische partners wil optreden en voor de speerpunten net dat stapje meer wil doen, zijn daar andere budgetten voor nodig. Soms betekent dat een reallocatie binnen bestaande programma's, soms juist extra middelen. Ook moet gedacht kan worden aan een stimuleringsfonds waarin meer snelheid en flexibiliteit kan worden gelegd – passend bij de economische transitie waarin we nu zitten. Een voorbeeld van een dergelijk fonds is het eerder opzette acquisitiefonds.

Met sommige partijen is dat proces al volop aan de gang, met anderen moet het nog worden opgepakt en op andere onderdelen zit het al in de afrondende

fase. Voor de gemeente Maastricht zelf betekent dit dat de externe dynamiek veel meer intern organisatorisch moet worden vertaald. De agenda die voortvloeit uit deze economische visie zal wat dat betreft voortdurend in beweging zijn en ziet er in de uitwerking nu als volgt uit (zie pagina 31 en verder).

**“De rollen van een gemeentelijke overheid veranderen in dit economisch tij voortdurend. De gemeente moet nog meer faciliteren en verbinden. De gemeentelijke overheid heeft de overall-visie en moet zorgen dat partijen elkaar ontmoeten”**

*Paul Rinkens, Tomorrow Today, Maastricht 2012*



## 4.4 De economische agenda van Maastricht op hoofdlijnen

### 4.4.1 Algemeen randvoorwaardelijk

Doelstellingen	Acties	Actoren	Financiering
1. Optimale servicegerichtheid en gastvrij gemeente Maastricht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimaliseren Bedrijfscontactpunt (BCP) (w.o. initiatief verbetering dienstverlening bedrijfsinitiatieven)</li> <li>• Proefproject in de horeca: “het digitale ondernemingsdossier”</li> <li>• Stroomlijnen (meertalige) gemeentelijke informatievoorziening richting (potentiële) ondernemers, kennisinstellingen en culturele instellingen en burgers</li> </ul>	BCP, acquisitie, Kamer van koophandel, LIOF Servicedesk, LIOF, LED, VVV, regiogemeenten e.a.	Accountman. € 140.000  Service-desk tot 2014 totaal €220.000
2. Optimale branding van de stad en regio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maastricht als internationale kennisstad, complete cultuurstad, werk en bezoeksstad branden</li> </ul>	Regiobranding, citybranding	Regiobranding € 120.000
3. Optimaliseren van de (grens) overschrijdende infrastructuur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aanjagen realisatie grensoverschrijdende (OV) verbindingen: HSL-verbindingen naar Luik en Aken, tramlijn Hasselt zoals vastgelegd in de structuurvisie</li> </ul>	Via MIRT	
4. Investeren in internationalisering en verminderen van grensbarrières	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experimenteren met de Euregio als proefregio</li> <li>• Stedenbanden aangaan</li> </ul>	Provincie, LED, Euregio gemeenten Chengdu, Provincie e.a.	
5. Faciliteren nieuwe woonmilieus en voorzieningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogelijk maken van plannen voor nieuwe voorzieningen en woonmilieus t.b.v. kenniswerkers, zoals vastgelegd in de structuurvisie en afgestemd met het POL</li> </ul>	Woningbouw-corporaties, particuliere investeerders en ontwikkelaars etc.	
6. Investeren in een duurzame Maastrichtse economie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stimuleren lage energiekosten door duurzame vormen van energie en meer grootschalige vormen van warmtenet mogelijk maken</li> <li>• Mogelijk maken van het verduurzamen van transport en mobiliteit (ook i.r.t. afval)</li> <li>• Stimuleren dat bedrijven elkaars voordeel kunnen benutten via locatiebeleid</li> </ul>	Platform Cool Maastricht (o.a. MKB, industrie, bewoners, kennisinstellingen) Parkmanagement  Parkmanagement	
7. Realiseren draadloze verbindingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiseren draadloos internet in binnenstad en Randwyck door het ontwikkelen van een businessmodel</li> </ul>	Gemeente Maastricht, UM, AZM, MECC,	Afhankelijk van business-model
8. Afgestemd (eu)regionaal onderwijs- en arbeidsmarktbeleid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mede mogelijk maken ontsluiting arbeidsmarkt-informatie (monitoring)</li> <li>• Zordragen voor samenwerking en afstemming tussen partijen die zich bezighouden met arbeidsmobiliteit ook in de (euregio).</li> <li>• Activeren van mensen met een uikering en toeleiden naar de arbeidsmarkt.</li> <li>• Agenderen Excellent toponderwijs passend bij het economisch profiel van stad en regio en doorlopende leerlijnen (VMBO-MBO-HBO-WO)</li> <li>• Bijdragen aan de totstandkoming van gedragen Human Capital Agenda's voor de topsectoren</li> </ul>	Provincie Limburg, Limburgse gemeenten, UWV, bedrijfsleven, SBB e.a. Werkgeversservicepunt, Provincie Limburg, IGOM, LIFT, werkgevers, kennisinstellingen, bedrijfsleven Provincie Limburg, LED e.a.	Voor 2013 €10.000 (Rail)

#### 4.4.2 Internationale kenniseconomie

Doelstellingen	Acties	Actoren	Financiering
1. Bijdragen aan Brainport 2020* voor volledige werkgelegenheid in de topsectoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inzet menskracht en middelen t.b.v. de LED-agenda en organisatie: basics, people, business &amp; technologie *</li> <li>Realiseren ruimtelijke randvoorwaarden (LED-basics)zoals vastgelegd in de structuurvisie 2030</li> <li>Inzet menskracht en middelen t.b.v. de Human Capital Agenda's zodat ook een hogere instroom van technisch personeel wordt gerealiseerd.</li> </ul>	Brainport 2020, LED, UM, Zuyd Hogeschool,  Zuid-Limburgse gemeente, VO/MBO etc Idem	6 euro per Inwoner tot 2015  Middelen tot 2014 via Bèta en techniek
2. Faciliteren Campusontwikkeling Maastricht Health Campus (MHC): 1100 banen en 40 spin offs**	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inhoudelijk faciliteren en ondersteunen ambities MHC door inzet van menskracht en middelen</li> <li>Vastleggen en realiseren ambitie in een samenwerkingsovereenkomst.</li> <li>de kwaliteit van de openbare ruimte,</li> <li>verkeersafwikkeling &amp; bereikbaarheid</li> <li>mogelijkheden voor functiemenging</li> <li>gezamenlijke faciliteiten (sport, vergaderen en horeca) in Randwyck</li> <li>Specifieke afspraken maken t.a.v. internationaal congresstoerisme en de rol van het MECC daarin(kennisvalorisatie en ontmoetingsplek), evenals branding, accountmanagement en optimale positionering en acquisitie.</li> <li>Ondersteuning in de acquisitie middels stedenbanden (bv Chengdu)</li> </ul>	MHC-bv i.o., AMZ, Provincie, UM, MUMC+, Maastricht bereikbaar, en stakeholders zoals MECC, CV Randwyck, bewoners etc.	Tot 2014 jaarlijks €225.000 voor gebiedsontwikkeling (financiële uitwerking van de overallvisie nodig)  €100.000,- voor Congresstad +
3. Faciliteren en verankeren internationale kennisinstellingen voor betere kennisvalorisatie, versterking van het vestigingsklimaat en het vergroten van de participatie van kennisinstellingen voor gezamenlijke economische doelstellingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vaststellen actieprogramma student en stad waarin aandacht voor faciliteren ambities kennisinstellingen en faciliteiten t.b.v. onderzoekers, medewerkers en studenten</li> <li>Nieuwe overeenkomst UM, Zuyd Hogeschool over fysieke opgaven en Maastricht als Urban Campus, betere inbedding in Maastricht en regio ook i.r.t. MCH 2018 en de creatieve industrie</li> <li>Pro-actief accountmanagement t.a.v. internationale kennisinstellingen en instituten w.o. afstemming over alumni-beleid</li> </ul>	UM, HS Zuyd, UNU Merit, EIPA, EJC, ECDPM, MSM, studentenverenigingen e.a.	Moet nader uitgewerkt worden

\* De LED-agenda is een gezamenlijke economische agenda van Zuid-Limburg t.b.v. De brainportdoelstellingen. De agenda richt zich o.a. op de groei van de Chemelot Campus en de Maastricht Health Campus, voldoende geschikt personeel, centers of expertise en vakmanschap, kennisvalorisatie, samenwerking met de UM, aantrekkelijke omgeving, bereikbaarheid en branding daarvan.

\*\* De MHC-bv heeft samen met de betrokken stakeholders, MUMC+, UM, provincie, gemeente, LIOF de ambitie uitgesproken uit te gaan van een streven naar 1100 directe banen en 40 spin off's. Dit wordt gemonitord. In Chemelotverband wordt gestreefd naar gezamenlijk 22000 directe banen. Op Zuid-Limburgse schaal wordt rekening gehouden met een factor 8 aan indirecte werkgelegenheidsgroei in 2020 van 17.000 banen.

Doelstellingen	Acties	Actoren	Financiering
4. Faciliteren van innovatieve ondernemers in de topsectoren life sciences en creatieve industrie met als doel: meer start ups, meer groei en doorontwikkeling en in het algemeen een verbeterd vestigingsklimaat (MADE IN MAASTRICHT)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ombouwen van het bedrijfscontactpunt (BCP) ter versterking van de intake, begeleiding, ondersteuning, schakel en makelaarsfunctie ook door het vastgoedoverzicht toe te spitsen op mogelijkheden voor (door) starters in bedrijfsverzamelgebouwen of tijdelijke behuizing</li> <li>Faciliteren transparante informatievoorziening en begeleiden starters, groeiers, innovatieve ondernemers en gevestigde ondernemers (coaches en mentors).</li> <li>Uitdragen ondernemersklimaat en waarderen innovatief ondernemerschap in al zijn facetten via branding (uit te werken in voorstel MADE IN MAASTRICHT)</li> <li>Incubatorfaciliteiten initiëren voor starters</li> <li>Accelerators ontwikkelen voor doorgroeiende bedrijven (o.a. via campus)</li> <li>Meer en intensiever benutten van bestaande en nieuwe (ondernemers) netwerken</li> <li>Nagaan mogelijkheden om ondernemers te faciliteren door verruimde kredietmogelijkheden vanuit het Bijstandbesluit Zelfstandigen</li> </ul>	<p>BCP, accountmanagement, acquisitie, Kamer van Koophandel, Stichting Starterscentrum, LIOF,</p> <p>Centre of entrepreneurship</p> <p>Regout, Mosa en vele anderen</p> <p>MHC, Private Partners, Centre of Entrepreneurship Diversen</p> <p>Qredits e.a</p>	<p>Account management €140.000,-</p> <p>Verdere uitwerking nodig</p> <p>Verdere uitwerking nodig</p> <p>Verdere uitwerking nodig</p> <p>Verdere uitwerking nodig</p>
	5. Oprichting internationaal departement ter versterking internationaal vestigingsklimaat en internationale oriëntatie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Binnen eigen gemeentelijke organisatie in formeel organiseren van mensen die actief zijn met internationale bedrijven, kennisinstellingen, projecten, stedenbanden etc. tot vraagbaak, expertisepunt, netwerkpunt en makelaarspunt voor internationale contacten.</li> <li>Het uitbouwen van de Expatdesk tot een Internationale Service desk als onderdeel van de Brainport regio met daarin de aspecten lokken, binden en boeien.</li> <li>Vaststellen van de nota internationalisering.</li> </ul>	<p>Expatcenter Eindhoven, LED, LIOF, HS Zuyd, UM, DSM e.a. bedrijven, Provincie, GROS</p>
6. Verbeteren van de aansluiting op de arbeidsmarkt en het versterken van het internationaal vestigingsklimaat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Het stimuleren van de mogelijkheden om de meertaligheid van de Maastrichtse bevolking te vergroten (bv. basisonderwijsuitwisseling in de regio)</li> <li>Meertaligheid van native speakers inzetten als vestigingsfactor voor internationale bedrijven (bijvoorbeeld de Customer Service Sector<sup>***</sup>) en daar waar nodig te faciliteren in de arbeidsmarktbenadering.</li> </ul>	<p>Maastricht Culturele Hoofdstad 2018: “speaking in tongues” Onderwijsinstellingen, Provincie, LIOF, bedrijfsleven (Vodafone, Mercedes, CAC, H&amp;M, Teleperformance) UWV</p>	<p>Verdere uitwerking nodig</p>

<sup>\*\*\*</sup> Customer Service Valley heeft als ambitie de Customer Service sector in de regio beter op de kaart zetten. Customer Service Valley ambieert om werkgevers (o.a. Vodafone, QPark, H&M, Teleperformance), dienstverleners (uitzendbureaus, opleidingsinstiteiten) en overheden (Provincie, Gemeente) hierin te vinden, verbinden en versterken. Bij deze organisaties is een directe werkgelegenheid van ongeveer 5.000 banen. Meer dan 60% van alle banen zijn native speakers, internationale werknemers én inwoners van Maastricht.

#### 4.4.3 Cultuur en Economie

Doelstellingen	Acties	Actoren	Financiering
1. Inzet op Maastricht Culturele Hoofdstad 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inzet t.b.v. de uitwerking van het definitieve bidboek</li> <li>Gezamenlijke denktank Cultuur en Economie die creatieve Spil en Cross over projecten initieert middels een daartoe op te stellen programma</li> </ul>	MCH 2018 Bedrijfsleven in stad en regio (w.o. SIM)	Via MCH
2. Creatief Maastricht meer zichtbaarheid en uitstraling geven	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lobby voor de creatieve sector als topsector in Maastricht en regio</li> <li>MADE IN MAASTRICHT als branding inzetten</li> </ul>	Provincie, LED, Rijk  Bedrijfsleven in het algemeen	Uitwerking nodig
3. Creatief Maastricht meer ondernemend maken en verbeteren ondernemersklimaat voor creatieve ondernemers: doel 1500 starters extra in 2020; *	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ombouwen van het Bedrijfscontactpunt (BCP) ter versterking van de intake, begeleiding, ondersteuning, schakel en makelaarsfunctie (o.a. door het vastgoedoverzicht toe te spitsen op mogelijkheden voor (door)starters in bedrijfsverzamelgebouw of tijdelijke behuizing)</li> <li>Faciliteren transparante informatievoorziening en begeleiden starters, groeiers, innovatieve ondernemers en gevestigde ondernemers (coaches en mentors).</li> <li>Uitdragen ondernemersklimaat en waarderen innovatief ondernemerschap in al zijn facetten via branding: uit te werken in voorstel MADE IN MAASTRICHT</li> <li>(Incubator)faciliteiten initiëren voor starters en doorgroeiers</li> <li>Accelerators ontwikkelen voor doorgroeiende bedrijven</li> <li>Meer en intensiever benutten van bestaande en nieuwe (ondernemers) netwerken</li> <li>Nagaan mogelijkheden om ondernemers te faciliteren door verruimde kredietmogelijkheden vanuit het Bijstandbesluit Zelfstandigen.</li> <li>Belvedere in de spotlights als dé plek voor de creatieve sector: o.a. door het brengen van Cultuurfuncties naar de Belvedere, het branden van de Belvedere als de cultuur-HUB en het zoeken naar nieuwe creatieve woonmileus.</li> <li>Monitoren van de creatieve industrie als sector</li> </ul>	BCP, accountmanagement, acquisitie, Kamer van Koophandel, Stichting Starterscentrum, LIOF, Centre of Entrepreneurship, kunstvakonderwijs  Regout, Mosa en vele anderen  Qredits  Belvedere ontwikkelmaatschappij	Regulier budget  Moet nader onderbouwd Worden  Pilot via ministerie SoZaW
4. Cultureel aanbod in zichtbaarheid vergroten waardoor het internationaal vestigingsklimaat voor kenniswerkers groter wordt	<ul style="list-style-type: none"> <li>Het zoeken naar mogelijkheden om de meertaligheid van de Maastrichtse bevolking te vergroten.</li> <li>Het mede mogelijk en inzichtelijk maken van grensoverschrijdende (culturele) programmering.</li> </ul>	MCH 2018	
5. Topcultuur bevorderen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Het stimuleren van internationale topprogrammering die er toe doet.</li> </ul>	Culturele instellingen	Via reallocatie beschikbaar budget (nadere uitwerking nodig)

\* Uit eerder onderzoek van TNO is het aantal mensen dat werkzaam is in de creatieve industrie berekend op 2500. Het gaat om een verwachte groei van 1500 banen naar 4000.

#### 4.4.4 Bezoek-, werk- en ontmoetingsstad

Doelstellingen	Acties	Actoren	Financiering
1. Maastricht in top-3 als winkelstad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Functieverbreding en nieuwe concepten in de binnenstad mogelijk maken via vrijstellingen.</li> <li>• Aanpassing van de detailhandelsnota</li> <li>• Modernisering van de winkeltijden en koppelen aan kwalitatief concept</li> <li>• Aanjagen van plan van aanpak om de gastvrijheid in de stad op meerdere niveaus te verbeteren o.a. door stoomlijnen van en meertalige informatie.</li> <li>• Vaststellen nota internationalisering</li> <li>• Evaluatie Horecanota</li> </ul>	<p>Gemeente</p> <p>Gemeente Ondernemers-verenigingen, centrummanagement VVV, culturele instellingen, ondernemers, SAHOT, Gemeente</p>	Budgettair neutraal
2. Meer en langer verblijf in Maastricht waaronder het zakelijk toerisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aanjagen van een platform dat zich in de euregio gaat bezighouden met de verbreding van het leisure aanbod: meer en diverse arrangementen.</li> <li>• Stimuleren gezamenlijke aanpak voor het binnenhalen van meer congressen en beurzen in het bijzonder t.a.v. de topsectoren.</li> <li>• Bevorderen zowel deelname congres/beurs als bezoek aan binnenstad door knelpunten weg te nemen.</li> <li>• Lobby voor lijnverbinding op MAA zodat Maastricht als congresstad voor internationale congresorganisatoren logisch is</li> <li>• Aanjagen van meer echte tijdelijke top activiteiten zoals bijvoorbeeld toptentoonstellingen die meer mensen uitnodigen voor een langer verblijf.</li> <li>• Mogelijk maken van verbreding en afstemming van de evenementenkalender</li> <li>• Evaluatie hotelbeleid i.r.t.t. MCH 2018</li> </ul>	<p>SAHOT, VVV's, ook in de euregio</p> <p>MECC, MCB, MHC, VVV, LIOF, Chemelot, Greenport Idem + (taxi) vervoerders</p> <p>Businessmodel i.o. door particuliere investeerder De diverse culturele instellingen in de regio</p> <p>Diverse partijen</p>	<p>€100.000 p/j tot 2015 voor Maastricht Congresstad+</p> <p>Moet nader onderbouwd worden</p>
3. Meer ontmoetingsmogelijkheden voor jongeren en internationals	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meet en Greet mogelijk blijven maken</li> <li>• Poppodium bevorderen</li> <li>• Actieprogramma student en stad vaststellen</li> </ul>	<p>International Service Desk, Expatcenter, Provincie, diverse bedrijven Muziekgieterij, provincie UM, Zuyd HS</p>	<p>Onderdeel van de Service Desk</p> <p>Moet nader onderbouwd worden</p>
4. Maastricht werkstad van de toekomst	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimaliseren Bedrijfscontactpunt</li> <li>• Versterking afstemming in de regio zodat ondernemers ook binnen de regio goed bediend kunnen worden.</li> <li>• Werkgeversservicepunt opzetten en evalueren.</li> <li>• Uitwerken van de bedrijventerreinen visie: van kwaliteit en kwantiteit naar kwaliteit en duurzaamheid.</li> <li>• Bestaande terreinen beter benutten en langdurig toekomstbestendig maken.</li> <li>• Realiseren nieuwe stedelijke werklocaties.</li> <li>• Uitwerken kantorenstrategie via bedrijventerreinenvisie (aanpak leegstand)</li> <li>• Samen met marktpartijen en kennisinstellingen verder ontwikkelen van kennis inzake transformatie van kantorenlocaties,</li> <li>• Middels project buurt- en wijkeconomie zoeken naar mogelijkheden om de samenwerking tussen ZZP'ers en de ondernemers in woonwijken te stimuleren en meer mogelijkheden voor bedrijf aan huis onderzoeken.</li> </ul>	<p>Maastricht LAB, marktpartijen en kennisinstellingen Buurtplatforms, ondernemersverenigingen, branche-organisaties</p>	<p>Budgettair Neutraal</p> <p>Gestart, evaluatie na 2 jaar</p>

## Colofon

Uitgave	gemeente Maastricht
Redactie	Pieter-Paul van de Wouw
Eindredactie	Simone van der Steen
Projectleider	Tima van der Linden
Fotografie	Jonathan Vos, Aron Nijs, Guy van Grinsven, Philip Driessen, Petra de Boer, Paul Rutten
Vormgeving	Annemarie Mans, gemeente Maastricht
Druk	Impreso, Maastricht



**MADE IN  
MAASTRICHT**