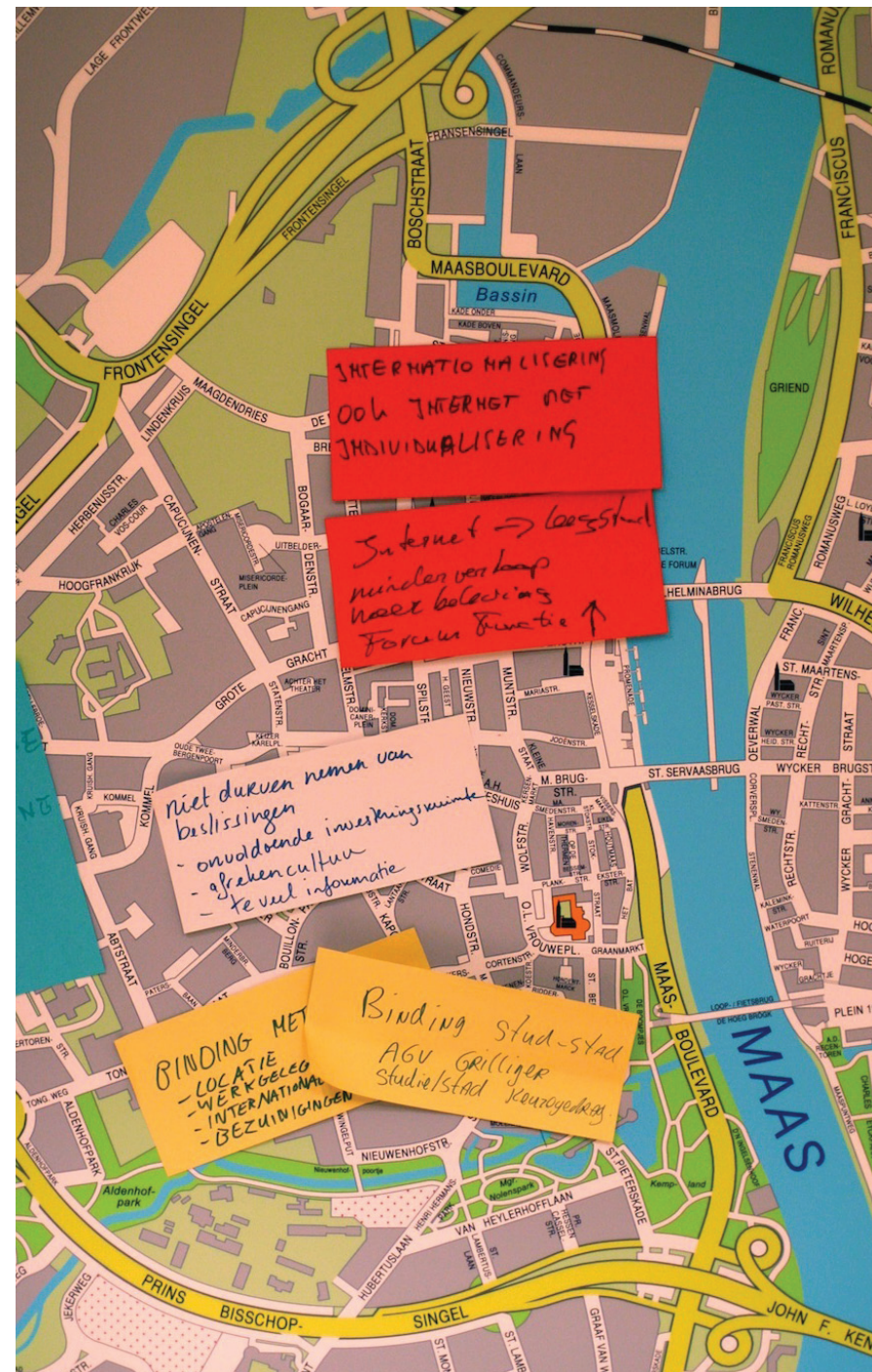




Toekomst Binnenstad Maastricht

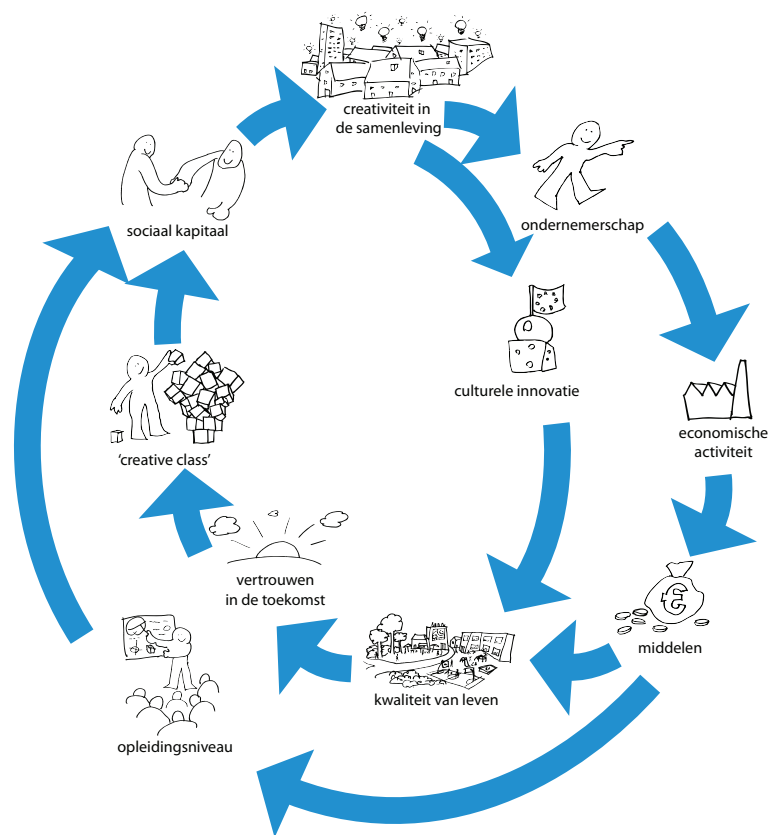
De Maastrichtse binnenstad is één van de belangrijkste economische motoren van de stad en de regio. Het succes wordt bepaald door een 'unieke' mix van factoren. Wat is nu precies de succesformule van de binnenstad? En, belangrijker nog, hoe houdbaar is dit succes in het licht van actuele trends en te verwachten ontwikkelingen?

Op 12 april 2012 is een brede groep belanghebbenden van de binnenstad Maastricht op uitnodiging van de gemeenteraad bijeen om deze vragen te verkennen. Het gezelschap is zeer divers: bewoners, retailers, horeca-ondernemers, studenten, onderzoeker en vertegenwoordigers van culturele instellingen, universiteiten en woningbouwverenigingen, onderzoekers, wethouders, ambtenaren en natuurlijk raadsleden. Doel van de avond: input vergaren voor de kaders voor het economische beleid van de stad.



DE SAMENHANG DER DINGEN

Causale verbanden in Limburgs sociaal-economisch systeem.



Het Limburgs sociaal-economisch systeemmodel* laat zien dat het succes van de regio afhankelijk is van een complex samenspel van factoren. Het systeem kan zowel omhoog als omlaag spiraliseren. Allerlei personen en organisaties in Limburg draaien ieder aan 'knoppen' in het systeem. Het model maakt de noodzaak tot samenspel evident. Met als gezamenlijk doel: zorgen dat alle activiteiten bijdragen aan de opwaartse spiraal.

* Het model is gebaseerd op de Nightingales scenario's, ontwikkeld door een Limburgs scenarioteam onder leiding van scenariodeskundige Kees van der Heijden (Oxford University, Shell).

KADERS VOOR BELEID

Maastricht, 12 april 2012 - **Initiatiefnemer van de bijeenkomst is de Raadscommissie voor Sociale en Economische Zaken van de stad. Voorzitter Frans Bastiaens vindt het van groot belang dat de raad zich voorbereid op de diverse gemeentelijke visies en het daarmee samenhangende beleid.**

Deze workshop is de derde in een serie van vier, waarin stakeholders met elkaar de economische motoren van de stad verkennen en de wijze waarop deze zich kunnen ontwikkelen. Doel is inzicht vergaren in de beïnvloedingsmogelijkheden van de stakeholders, in het bijzonder de gemeente, om welzijn en welvaart te behouden en te versterken.

Serie workshops

1. Economische Motoren

In de eerste workshop, die plaats had op 24 november 2011, zijn de vier motoren voor de stad - en in sommige opzichten de regio, geïdentificeerd: de binnenstad, de Maastricht Health Campus, de industrie en de internationale ligging. Het rapport 'Kaderstelling Gemeenteraad Economische Nota 2012' biedt een cijfermatige onderbouwing van deze thema's en een korte terugblik op de eerste workshop.

Het rapport is te vinden op www.maastricht.nl.

2. Maastricht Health Campus

In de tweede workshop, op 15 februari 2012, werd ingezoomd op de Maastricht Health Campus. Harm Jan Driessen, lid van de raad van bestuur van het Maastricht Universitair Medisch Centrum (MUMC+) gaf een korte presentatie over de doelen van Health Campus. Circa 30 vertegenwoordigers van het bedrijfsleven, het MUMC+, de universiteit, bestuurders, ambtenaren en politici verkenden met elkaar de rol van de campus als economische motor voor de stad. Het verslag: 'Toekomst Maastricht Health Campus' presenteert de uitkomsten van deze dialoog.

3. Binnenstad Maastricht

In deze derde bijeenkomst staat de Maastrichtse binnenstad als economische motor centraal. Hans Kasper van Etil trapt af met actuele 'facts & figures' over wonen en werken in en bezoeken aan Maastricht.

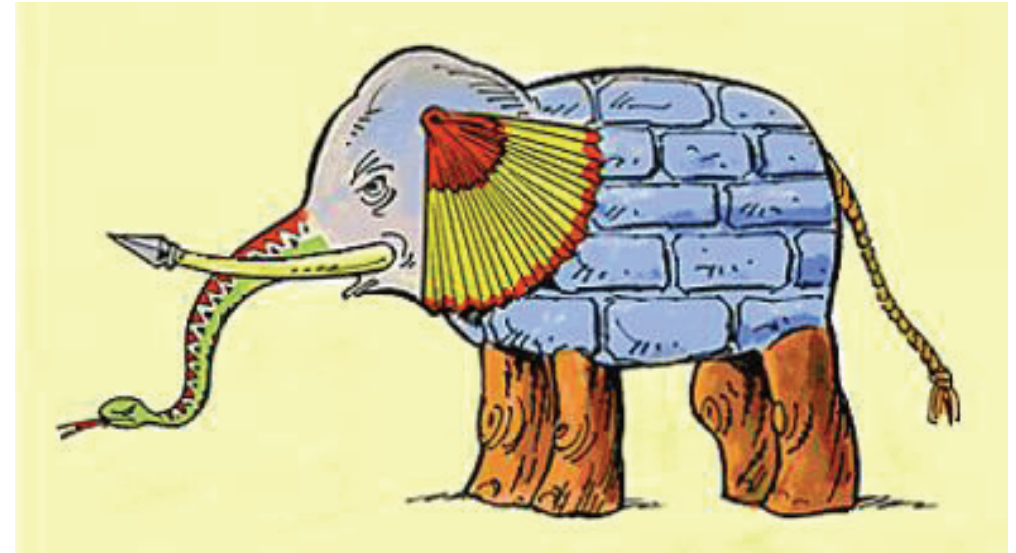
4. Industrie

Begin juni staat workshop nr. 4 over de maakindustrie en industrieterreinen in Maastricht gepland.

Deelnemers Binnenstad

- **Bewoners & Wonen:** Frans van Ekert (Buurtplatform Binnenstad), Eef Sprengers (Buurtplatform Wyck), Marijke van Lierop (Buurtplatform Jekerkwartier), Martin Jammers (Buurtplatform Ceramique), Paul Penders (Wonen boven Winkels), Joop de Vries, Henk van der Voort (Vrienden Binnenstad Maastricht), Rene Clement (Woningstichting Servatius)
- **Horeca & VVV:** Robin Berben (Café Sjiem / St. Centrummanagement), Theo Coenegracht (KHN), Harrie Beaumont (VEBM), Peter Haremakers (St. Centrummanagement / VOC), Henriette Frederiks (VVV), Robert Hoogenboom (VVV), Moniek Jongen (St. Vrijthof Mooi), Khanny Jongen (St. Vrijthof Mooi), Wim Ortjens (St. Regiobranding Zuid-Limburg)
- **Detailhandel & Belangenorganisaties:** Cor Jongen (St. Centrummanagement), Ton Harmes (Selexyz / St. Centrummanagement), Geert Crooijmans (Bijenkorf), Sheila Oroschin (Ondernemersinitiatief Wyck), Nol Beckers (Ver. Ondernemers Binnenstad), Paul ten Haaf (St. Centrummanagement), René Verhoeven (KvK Limburg)
- **Cultuur:** Richard Loomans (Opera Zuid / St. Centrummanagement), Jos Spauwen (Theater aan het Vrijthof)
- **Studenten, Onderwijs & Onderzoek:** Jan Willem Meijer (M.S.R.V. Saurus), Teun Menting (Studentenvereniging Koko), Erwin Oosterbos (Senaat M.S.V. Tragos), Tibor Nussy (SV Circumflex), Erik van Lent (Eipa), Hans Kasper (Etil), Wynand Bodewes (Universiteit Maastricht)
- **Gemeente:** John Aarts (wethouder), Math Jongen, Hans Dassen, Tima van der Linden, Riëtte Winkens, Simone van der Steen, Ard Costongs, WimJan Doelman, Léon Houben (Brandweer), Shirley Hupkens, André Willems (wethouder)
- **Gemeenteraad:** Nelleke Barning (PvdA), Linda Babb (GroenLinks), Roos-Marie Bal (GroenLinks), Mike Broers (D66), Peter Corsius (CDA), Jos Gorren (CDA), Anita van Ham (PvdA), Marlène Hamelers (D66), Ceryl Hendrix (VVD), Wiel Nelissen (SPM), Kitty Nuyts (LPN), Ben Peters (PVM), Cleo Reijnders (SBM), Ed Sabel (SPM), Bibi van der Wouw (VVD)

Facilitering: Frans Bastiaens (Gemeenteraad, PvdA), Petra de Boer (Fibes) en Ruud Demas (Gemeente)



Het hele systeem in 1 kamer

Rondom een gedeeld belang

De blinde mannen en de olifant

De blinde mannen en de olifant is een beroemde fabel uit India over zes blinde reizigers die op hun levensweg tegen verschillende delen van een olifant aanlopen. Elke blinde man schept vervolgens zijn eigen versie van de realiteit, gebaseerd op zijn eigen ervaring en perspectief.

Door verschillende belanghebbenden rondom een gemeenschappelijk vraagstuk met elkaar in dialoog te brengen, worden zij in staat gesteld om een vollediger beeld van de werkelijkheid te creëren en samen op zoek te gaan naar gedeeld belang.

DRIE VRAGEN

1. Succesformule

Wat is de succesformule -onderscheidend vermogen- van de Maastrichtse binnenstad?

2. Trends & Ontwikkelingen

Welke trends en ontwikkelingen beïnvloeden de succesformule van de stad?

3. Toekomst

Wat betekenen deze ontwikkelingen voor de toekomstbestendigheid van de succesformule van de stad?

FEITEN & CIJFERS



Presentatie door Prof. dr. Hans Kaspar van Etil.

Wonen

- Bevolking neemt toe
- Veel jongeren (studenten: in 2011 veel na-inschrijvingen)
- Vooral appartementen
- Leegstand hoger in het winkelgebied (Woningen gebruikt voor opslag en voorraad)
- Leegstand neemt af

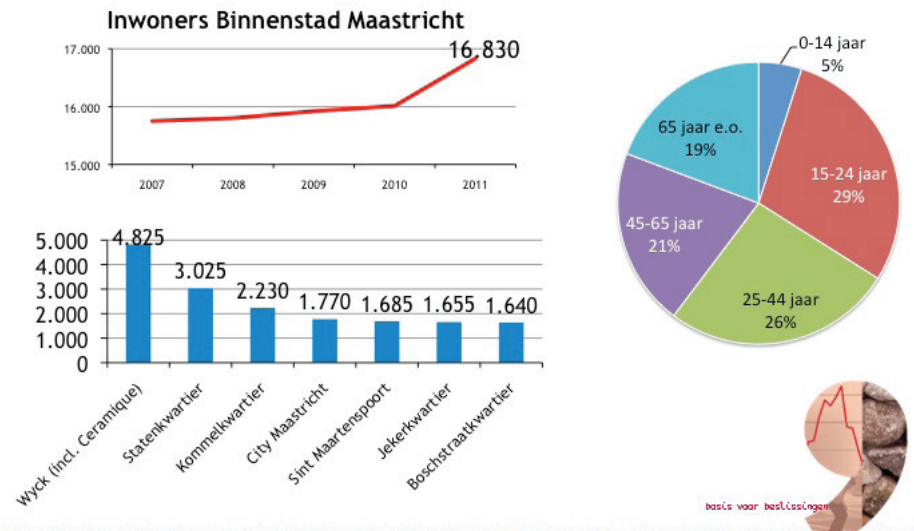
Werken

- Totale werkgelegenheid in binnenstad neemt af; aantal vestigingen neemt toe
- Meeste werkgelegenheid in zakelijke dienstverlening en handel
- Aantal vestigingen neemt vooral in Wyck toe
- Werkgelegenheid in City en Wyck stabiel, afnemend in omliggende gebieden
- Winkels in openbaar aanbod groter in aantal, kantoren groter in metrage
- Openbaar aangeboden kantooruimte neemt toe
- Openbaar aangeboden winkelruimte laatste 3 jaar afgenomen

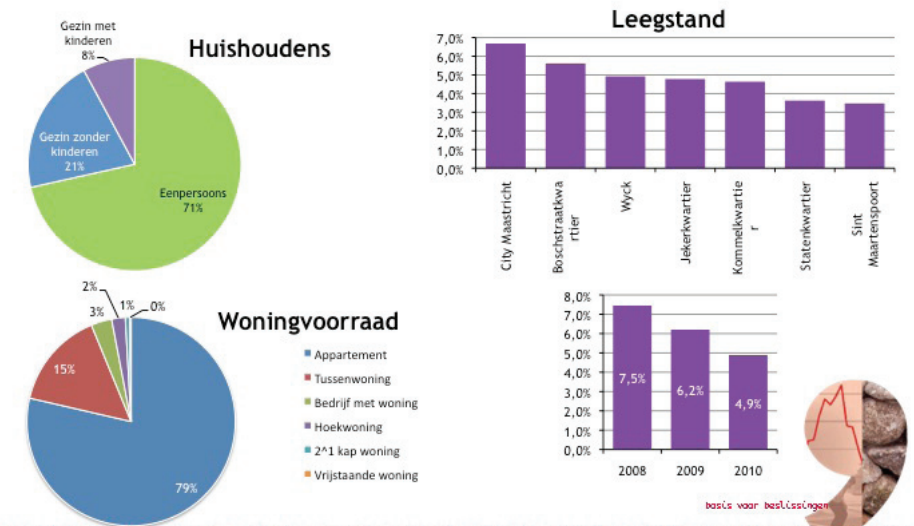
Bezoekers

- Meeste (hotel)bezoekers uit Nederland en Europa
- Populairste stad in Nederland voor stedentrips
- Vrijthof is (zeker buiten Maastricht) een icoon van de stad
- Belangrijkste redenen voor bezoeken binnensteden
 - * Oude binnenstad en musea worden gewaardeerd
 - * Veel winkels en horecavoorzieningen
- Relatief meeste cafés van de grote steden

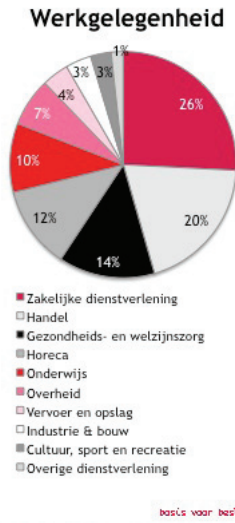
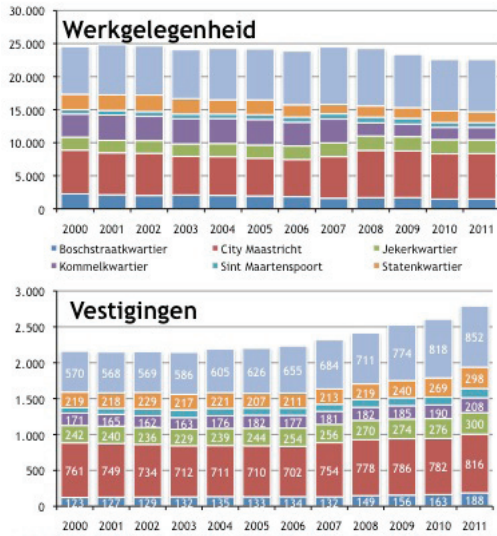
Wonen



Wonen



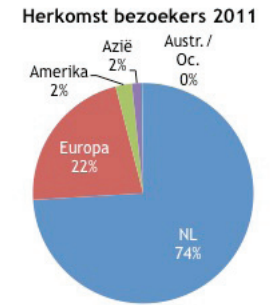
Werken



Bezoeken

	Hotelovernachting en Maastricht totaal	Bezettingsgraad
2007	507.000	62,2%
2008	513.500	63,1%
2009	497.900	59,3%
2010	515.500	60,1%
2011	523.500	61,3%

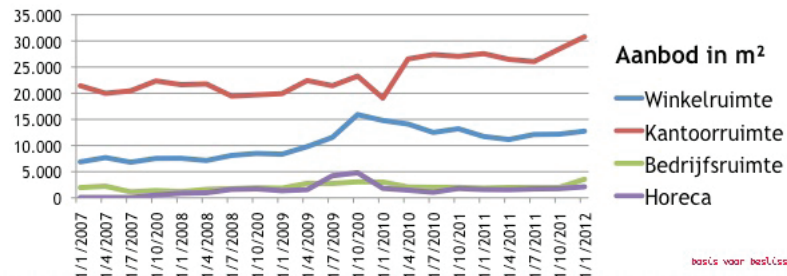
- Overnachtingen door Nederlanders laatste 10 jaar verdubbeld, buitenlandse overnachtingen in zelfde periode met 50% gestegen
- Evenementen zijn belangrijk voor de stad
- Timing van groot belang voor omzet hotels
 - Verplaatsing Rieu van juli naar juni betekent daling van 1,5 miljoen naar 7 ton
 - Tefaz zorgt voor € 4 miljoen extra hotelomzet



Werken

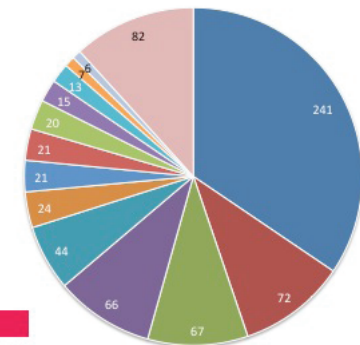
Bedrijfsomroerend goed 1-1-2011		
Aanbod	Aantal	m ²
Winkels	83	12.750
Kantoren	69	30.800
Bedrijfsruimte	9	3.560
Horeca	27	2.110
Totaal	188	49.220

Duurste winkelstraten 2011 (obv openbaar aanbod en transacties)	
1. Muntstraat	€ 800 p/m ²
2. Stokstraat	€ 770 p/m ²
3. Spilstraat	€ 750 p/m ²
4. Maast. Smedenstraat	€ 715 p/m ²
5. Wycker Brugstraat	€ 625 p/m ²



Winkels en voorzieningen in binnenstad Maastricht

- Kleding en mode-artikelen
- Voedings- en genotmiddelen
- Schoenen en lederwaren
- Overige huishoudelijke artikelen
- Lectuur, sport- en recreatie-artikelen
- Juweliersartikelen en uurwerken
- Supermarkten, warenhuizen e.d.
- Consumentenelektronica
- Antiek en tweedehands goederen
- Drogisterij-, medische en orthopedische artikelen
- Parfums en cosmetica
- Bloemen, planten, zaden, tuinbenodigdheden
- Apotheken
- Overige artikelen n.e.g.



Voorzieningen binnenstad	
Winkels	699
Cafés	133
Restaurants	107
Cafetaria's, lunchrooms, ijssalons	50
Hotels, hostels, B&B e.d.	37
Galerieën	24
Musea	5
Parkeerplaatsen (grote terreinen & garages)	4.884

SUCCEFORMULE: DE UNIEKE MIX

Zeven gemengde groepen met vertegenwoordigers uit alle gelederen van de binnenstad, schetsen wat volgens hen de succesformule van de stad vormt. De uitkomsten zijn -verrassend- identiek.

Maastricht is onderscheidend: heeft een eigen smoel en is een buitenbeentje in positieve zin. Het is de mix van alles bij elkaar dat de binnenstad uniek maakt. Wat zijn de belangrijkste elementen in deze mix?

1. Bourgondische & internationale sfeer

“Bourgondisch: dat is zowel het kwalitatieve aanbod als het genieten dat in de mensen hier zit.”

“Allereerst de sfeer, de beleving van de stad maakt haar uniek. Je komt hier binnen, je bent in het buitenland, je bent op vakantie.”

“De sfeer in Maastricht is heel goed. Maastricht is een compacte, gezellig stad met een Bourgondisch karakter. Mensen zijn tolerant en gastvrij. Er is een mengmoes van zowel bewoners als toeristen, die zijn internationaal, jong, oud, echte Maastrichtenaren. Die combinatie draagt bij aan de sfeer die Maastricht heeft.”

2. Historisch decor gemixt met nieuw

“Stedenbouwkundige kwaliteit, mix van oud en nieuw, is op een hele mooie manier in deze stad samengebracht.”

“De stedenbouwkundige kwaliteit is iets wat gasten, maar ook bewoners en studenten van de stad als heel positief ervaren.”

“Het historisch decor uit zich in de leeftijd van de gebouwen, maar ook in structuur van de stad, pleinen met straten ertussen, de een breder dan de ander, maar toch goed met elkaar verbonden.”

“Het historisch centrum wordt ook gekenmerkt door het Vrijthof. Een herkeningspunt, en voor vele bezoekers het startpunt van hun bezoek aan de stad.”

“Kwaliteit op veel gebieden: kwaliteit van wonen, kwaliteit van ruimte als je kijkt hoe die wordt ingevuld. Herbestemming van panden: Selexys, Kruisheren.”

3. Unieke ligging in heuvelland & Euregio

“We hebben de unieke omgeving, het heuvelland, de Euregio.”

“Wat onderscheidt Maastricht nou van andere vestingsteden, zoals Groningen, Haarlem? Dat is toch het zuidelijke karakter en de Euregio. Niet als alternatief, maar wel als extra mogelijkheid die je er om heen hebt als je hier bent.”

6 “Euregionaal. Dat maakt Maastricht tot wat het is. Het feit dat de blik naar buiten is gericht, naar België, Duitsland, Frankrijk.”

4. Compact: menselijke maat

“Maastricht is compact, er is heel veel op een kleine ruimte. Maar er is ook heel veel ruimte.”

“Maastricht heeft zowel rood (gebouwde omgeving), groen (parken) als blauw (water) op een relatief klein oppervlak.”

“Maastricht is compact, huiselijk en veilig. Je kunt er veilig over straat, zelfs in de Wyckerbrugstraat met diverse uitgiftepunten van middelen waar je rustig van wordt.”

“Intensieve bewoning, zowel door jongeren als door oudere mensen.”

“De balans in wonen, werken, studeren en recreëren. Gelleerd ook aan veiligheid.”

5. Verrassende én goede horeca & winkels

“Maastricht is echt een stad van het ontdekken.”

“Maastricht is klein; je kunt denken, ik heb het in 2 uur gezien. Maar omdat er ontwikkeling is, er zijn telkens nieuwe dingen [nieuw boutique, leuk restaurantje] dat is reden voor mensen om ook weer terug te komen.”

“Maastricht heeft horeca met een sterke terrascultuur, wat bijdraagt aan een goede sfeer. Er is een breed aanbod waarvan een aantal gelegenheden ook zeer hoogwaardig is.”

“De reden voor heel veel mensen om naar Maastricht te gaan is dat wat er in de stad gebeurt. Het winkelaanbod, de horeca, de restaurants en de events.”

“Het winkelaanbod is divers. Er zijn inderdaad een aantal grote ketens waar mensen voor komen. Maar juist ook de kleine boutique, de specialistische zaken, die toch in andere steden niet in deze compactheid te zien zijn.”

6. Culturele evenementen

“Culturele evenementen, dat is waar Maastricht in vergelijking met andere steden toch echt bekend om staat.”

“En natuurlijk de cultuur met de typische Maastrichtse evenementen, zoals Maastrichts' Mooiste, Magisch Maastricht, Bruisend Preuvenement, die bijdragen aan het goede karakter.”

“Het is nou net de plek, de dingen die er gebeuren, de events die het zo bijzonder maken. Winkels die bestaan omdat we de Tefaf hebben. Winkels die bestaan omdat mensen naar Maastricht zijn gekomen voor André Rieu.”

7. Diverse studentenstad

“Maastricht heeft niet alleen de universiteit, maar ook de hogeschool Zuyd, de toneelacademie, de kunstacademie, er is een hotelschool, een conservatorium.

Al die dingen samen maken dat het toch heel divers is en dat het samenkomt in 1 stad.”

“Studenten zijn een hele belangrijke manier om de stad te verkopen. Ze zijn een uithangbord voor deze hele leuke stad.”

TRENDS & ONTWIKKELINGEN

De succesformule onder druk?

Iedere succesformule heeft een houdbaarheidsdatum. Technologische ontwikkelingen, nieuwe levensstijlen, de financiële crisis; het zijn maar een paar factoren die van invloed zijn op het succes van de binnenstad van Maastricht.

Wat zijn volgens de stakeholders de belangrijkste trends en ontwikkelingen die het succes van de binnenstad ondergraven?

- **Financiële beperkingen** - Door de economische crisis neemt de bestedings- en investeringsruimte van zowel de overheid, consumenten als van studenten af.
- **Dalende werkgelegenheid** - Bedrijven trekken weg, geen groei (nieuwe) bedrijven). Teruglopende werkgelegenheid. Dit vergroot de sociale tweedeling en het wordt (nog) moeilijker om jongeren na hun studie aan de stad te binden.
- **Digitalisering** - Internet, technologische ontwikkelingen en social media veranderen winkelen en werken ingrijpend. www.wegisdeklant.nl Toename van funshoppen en 24-uurs economie. Nieuwe vormen van werken.
- **Meer leegstand** - De interneteconomie dreigt de leegstand van winkels in de binnenstad verder te vergroten. Volgens bewoners moet de uitbreiding van het winkeloppervlak stoppen. Wat betekent dit voor de herontwikkelingsopgave van ondermeer Belvédère en de Enci?
- **Metropolisering** - Meer mensen trekken naar de stad, de bevolking neemt toe. Meer eenspersoonshuishoudens vraagt om splitsing van woningen en intensievere bewoning van de binnenstad.
- **Groeiende behoefte aan beleving** - De behoefte aan authentieke beleving groeit. Zijn de grote evenementen zoals die nu worden georganiseerd eindelijk? Culturele Hoofdstad gloort aan de horizon. Bewoners vragen zich af of er grenzen zijn aan de intensiteit die de nieuwe belevingseconomie met zich meebrengt. Zij vrezen Venezianisering van de binnenstad.



- **Studenten?** - Zijn studenten een stabiele factor voor de stad? Of trekken ze weg -onder druk van bezuinigingen, gebrek aan vertier en beperkte vooruitzichten op een baan? Onderwijs en studenten vragen zich af: "Als Maastricht studentenstad wil zijn, zou ze dit dan ook meer moeten uitdragen?"
- **Vergrijzing** - De samenstelling van de bevolking wijzigt. Steeds meer ouderen, relatief steeds groter deel van de bevolking komt van buiten, oa. (buitenlandse) studenten. Studenten signaleren een waterscheiding tussen Nederlandse en buitenlandse studenten. Hoe houden we de verschillende bevolkingsgroepen met elkaar verbonden? Wat betekent de vergrijzing voor de consumptieve bestedingen in de stad?
- **Meer (EU)regionale samenwerking** - De bestuurlijke samenwerking in de (EU)regio neemt toe. Culturele hoofdstad biedt kansen voor verdere Euregionale samenwerking. Ondernemers signaleren een toename van concurrentie van omliggende steden.
- **Bereikbaarheid?** - Hoe houden we Maastricht bereikbaar? Treinverbindingen blijven achter. Gebrek aan Euregionale verbindingen vormen een obstakel voor het succes van Culturele Hoofdstad. Nieuw: A2 en Noorderbrug. Goede vliegverbinding blijft noodzakelijk voor het succes van grote evenementen en weekendje weg. Bereikbaarheid binnenstad met de auto?
- **Meer eigen verantwoordelijkheid** - Er ontstaan nieuwe structuren, coöperaties, sociale partners, samenwerken. De overheid treedt terug, deregulering. Men wordt verwacht steeds meer eigen verantwoordelijkheid te nemen.
- **Culture stagnatie** - Individualisering neemt toe. De gemeenteraad signaleert een gebrek aan gastvrijheid, doemdenken en conservatisme. Studenten ervaren de stad als gesloten, intern en op het verleden gericht. Niet tolerant, niet gastvrij; de negatieve kant van het Bourgondische.

TOEKOMSTBESTENDIG?

Ja, mits we durven te vernieuwen

Wat betekenen deze ontwikkelingen nu voor de toekomstbestendigheid van de stad? Blijft de succesformule overeind of moeten we nieuwe wegen inslaan om ook in de toekomst relevant te blijven?

De pijlers van de succesformule vormen een stevig fundament. Maastricht = slim, jong, beleving, bourgondisch, compact, internationaal, cultuur en verrassend. Toch kan de stad niet op haar lauweren rusten; stilstand is immers per definitie achteruitgang.

Om ook in het komende decennium aantrekkelijk te blijven voor zowel inwoners, studenten, ondernemers als bezoekers, moeten we naar meer samenwerking en samenhang tussen de pijlers van de succesformule. Op basis van de dialoog komen we tot 6 punten waarop Maastricht zich moet durven te vernieuwen. De kaders voor het nieuwe economische beleid. Behalve uit de workshop is ook geput uit de recente zienswijze op de structuurvisie, opgesteld door een groot aantal partijen die in de binnenstad wonen en werken.

1. Schep ruimte voor de belevingseconomie

“Maastricht is belevenis, dat is waarvoor mensen naar de stad komen.”

“Beleving en digitaliteit hebben absoluut impact op identiteit, diversiteit, kwaliteit, bourgondisch en gastronomie. Dat kun je zien als bedreiging, maar je kunt ook zeggen, omarm dit en pas je daaraan aan. Versterk de beleving, waardoor ze elkaar gaan aanvullen.

“Internet heeft zowel positieve als negatieve effecten. Maastricht heeft een heel goed imago op het gebied van winkelen. De stad hoeft zich niet meteen zorgen te maken over de ontwikkelingen van internet. De lokale middenstand zou wel er wel op in kunnen inspelen door technische innovaties en zou een goeie winkelstad kunnen blijven.”

“Interessant is om na te gaan hoe je de impact van verdere digitalisering -online shoppen, leegstand, funshoppen- kunt combineren, zodat het een kans wordt.

“Funshoppen, daar moet vooral de markt aan trekken. Zorg ervoor dat je samen op het web komt, niet alleen als verkoopkanaal, maar ook om de consument te informeren en aan je te binden. Dat zijn markt vraagstukken.”

“Kijk naar de jeugd en naar internet, ook om er voor te zorgen dat de stad niet in zijn eigen conservatisme verzuipt.”

“In de beleving van sommigen is de stad daarvoor het decor, een onderdeel van de belevenis. Tegenwoordig worden veel meer dingen gebracht als belevenis. Het decor hoeft niet altijd heel erg mooi te zijn om toch een goede belevenis te kunnen creëren. Metafoor van het theater. Als het licht aangaat blijkt het gebouw vaak toch niet zo heel mooi. Zelfs het decor is met licht aan minder mooi dan tijdens een toneelstuk. **“Niet krampachtig vasthouden aan**

8 decor, durf publieke ruimte in te zetten voor de belevingseconomie.”

Naar:

- Een (authentieke) belevingseconomie; een bourgondische sfeer die van outsiders insiders maakt;
- Groter onderscheidend vermogen in winkels (specialisme, kleinschalig, slow food);
- Meer cultureel ondernemerschap;
- Digitale bereikbaarheid & digitale samenwerking;
- Onderscheidend vermogen in evenementen, wakend voor “Venezianisering”.



2. De stad als ontmoetingsplek

“Maastricht als compacte stad waar je elkaar ontmoet.”

“Internet leidt wellicht tot meer leegstand, er is immers minder verkoopruimte nodig. En dat geldt ook voor het nieuwe werken. Je kunt in je huis je geld verdienen én uitgeven. Toch denken wij dat de sociale factor daarin belangrijk is.”

“Aan de andere kant ontstaat daardoor wel meer belevingsruimte in de binnenstad. De stad zou een soort forumfunctie kunnen gaan krijgen. “

“Het nieuwe werken: een forumplek een behoefte om te ontmoeten, is iets wat ontdekt kan worden. Wat kunnen we daar aan doen? Inpassen in die zaken die we als USP naar buiten willen brengen.”

“De stad als ontmoetingsplek. Gebruik juist de stad en alle goede punten die je hebt om de ontmoetingsplek te creëren. Internet is niet per se een gevaar, meer gebruiken.”

“Inwoners, studenten, ondernemers en bezoekers bepalen straks [met elkaar] het succes van Maastricht (woon-, kennis en cultuurstad) als ruimte voor ontmoeting.

Naar:

- Meer plekken waar je elkaar kunt ontmoeten (broedplaatsen, sociale hubs);
- Faciliteiten voor het nieuwe werken;
- Wifi in de hele binnenstad.

4. Versterk de binding met studenten

“Docenten en studenten zijn onontbeerlijk voor de levendigheid van het centrum van Maastricht en in het onderwijs.”

“Ontwikkellende jonge groep mensen; de studenten. Steeds meer studenten, ook door werving van de universiteit. Maar het keuzepad van studenten wordt ook steeds grilliger door ontwikkelingen in Den Haag. Studenten zullen hier minder lang blijven, sneller vertrekken en minder binding voelen met de stad.”

“Er moeten bruggen gebouwd worden, anders ontstaat er over 10 jaar een kloof tussen studerend Maastricht en de oudere inwoners van Maastricht.”

“Het lijkt belangrijk, ook voor de middenstand die misschien nog niet die dreiging voelen van internet, dat er een brug komt tussen ondernemend Maastricht en studerend Maastricht. Want alleen op die manier kan de huidige middenstand nieuwe werknemers aantrekken en kan Maastricht een groeiende en bloeiende stad blijven.”

“Demografische ontwikkeling: studenten en huidige inwoners. Over 10 jaar wordt dat gat misschien nog groter, als er nog meer ouderen zijn en studenten nog korter blijven. Waar zit het toekomstperspectief? Zowel voor de stad als de student om hier te blijven of weer terug te komen.”

“De binding van de stad met jonge mensen en studenten slaat twee kanten op. Als je als stad faciliteert en erop in zet, mag je ook verwachten dat er iets terugkomt. Daar moet een bepaalde manier zijn dat je dat over de Bühne krijgt dat het geen eenrichtingsverkeer is.”



Naar:

- Een sterke jongerenidentiteit;
- Meer studenten;
- Betere integratie van studenten in wonen, werken en leven;
- Meer nachtleven voor jongeren;
- Meer podia voor kunst- en cultuurstudenten;
- Een magneetfunctie van de Maastricht Health Campus (Brainport 2020);
- Meer slimme mensen.



4. Koester de leefbaarheid

“Is het economische succes van Maastricht = “HET SUCCES” van Maastricht? Of is er meer dan alleen het aantrekken bezoekers van buitenaf?”

“Het centrum is het kloppend hart van de lokale economie, levert grote naamsbekendheid op en is het meest kwetsbare deel van de gemeente. Daarnaast zijn ook bewoners een belangrijke pijler voor de toekomst van het centrum. **Bewoners van het centrum dragen bij aan de economie en levendigheid.**”

“Koester de historische en authentieke uitstraling en de compacte, huiselijke en menselijke maatstaf. Vooral intern moet dat zo zijn. De stad niet te veel uitbreiden, maar intensiveren binnen de stad en kijk in de Euregio.”

“Wonen in de binnenstad moet weer een vanzelfsprekende traditie worden.”

“Waak voor Venzianisering, waarbij de stad tijdens weekenden en evenementen overspoeld wordt door toeristen en het er daarbuiten verlaten bij ligt.” Als Maastricht het Venetië van Noord-Europa wordt, loopt het de kans haar eigen bewoners - en uiteindelijk ook de bezoekers - van zich te vervreemden.

Naar:

- Het koesteren van de historische en authentieke uitstraling, het compacte, de huiselijke en menselijke maat;
- Meer bewoning in de binnenstad;
- Faciliteer tijdelijkheid die gebeurt en ontstaat (bijvoorbeeld archeologische vonsten).

5. Zorg voor een bereikbare (EU)regio

“Bereikbaarheid is een grote factor voor succes.”

“Mobiliteit is een factor waarmee rekening gehouden moet worden. Bereikbaarheid is een grote factor voor succes.”

“Via2018 & Euregio. De kansen zijn er. De vraagtekens liggen met name op het gebied van bereikbaarheid. Als je cultuur boven de stad heen tilt. Is het dan erg dat een bepaalde richting, stroming in Heerlen te voelen is: nee. **Is het erg dat ik daar niet kan komen: ja!**”

“Culturele Hoofdstad hoeft Maastricht niet helemaal zelf te doen. Vooral de Euregio en de bereikbaarheid binnen die Euregio, die maakt culturele hoofdstad tot unique selling point voor Maastricht. Maar dan moeten we wel zorgen dat die verbindingen ook goed zijn. Dus daar ligt nog een opgave.”

Naar:

- Betere bereikbaarheid voor mensen van binnen en buiten de regio;
- Blijvende bereikbaarheid van de binnenstad.

6. Overheid: faciliteer!

“Overheid, help op weg en geef de ruimte aan de durvers.”

“De overheid moet durven loslaten. Laten ontwikkelen. Ze moet niet proberen het te organiseren, maar ze moet proberen het te faciliteren. Dat kan natuurlijk ook een semantische woordspeling zijn. Maar meer ruimte geven aan de verdere ontwikkeling van die belevenis die nodig zal zijn, omdat anderen er ook al mee aan de slag zijn.”

“Faciliteren: Moet je je als gemeentebestuur, raad en ambtenaren nu voortdurend overal mee bemoeien, of er voor zorgen dat mensen dingen zelf kunnen doen. Als dat kan, dan bereik je misschien nog wel veel meer.”

“Als we met de stad Maastricht ook in de toekomst nog iets willen betekenen, dan zullen we echt naar een overheid toe moeten die meer gaat faciliteren en die het standpunt heeft, ja ondernemer, ja bewoner, ja culturele instelling, ik ga je helpen. En dan gaan we kijken hoever we dat kunnen brengen. **Een turn-around die bewerkstelligd moet worden!**”

Naar:

- Verdere internationalisering van stad en universiteit;
- Een samenleving die meer gericht is op eigen verantwoordelijkheid;
- Nieuwe structuren en co-creatie;
- Meer samenwerking en afstemming in de regio;
- Een regiefunctie voor de overheid;
- Deregulering;
- Meer ruimte voor durvers en experimenten.



Voortbouwen op sterke fundamenten

John Aarts, wethouder economie en daarmee verantwoordelijk voor de binnenstad, sluit af: “Mestrechteneren die hei geboren en getogen zien. Maastrichtenaren die hier later zijn komen wonen. Maastrichtenaren die hier tijdelijk verblijven, zoals studenten en anderen. Allemaal Maastrichtenaren die hier vanavond bij elkaar zijn gekomen en waarin je proeft, bij allen, de ‘Mestreechter Geis’. De ziel van Maastricht, de zorg om de stad, de visie naar de toekomst.”

Aarts benadrukt dat in Maastricht in de afgelopen 200 miljoen jaar sterke fundamenten zijn gelegd. Van de bodem, de bruggen en de tempels en de vestingwerken tot de industrie en de universiteit en een conferentiecentrum. Nieuwe fundamenten werden aanvankelijk door sommigen gezien als een bedreiging. Maar ze bleken uiteindelijk altijd ook weer enorme kansen op te leveren. En mensen verdienden er hun brood aan. Al deze ontwikkelingen zijn geconcentreerd in de binnenstad, dat is goud geworden. “En u weet goud is een edelmetaal en edelmetalen blijven.”

“Vandaag hebben we samen nagedacht over hoe we nieuwe kansen gaan grijpen. Er wordt weer een fundament toegevoegd aan de fundamenten van Maastricht. Ik proef hier dat die Mestreechter Geis nog leeft. Het zijn de Mestrechteneren en de Maastrichtenaren -het brede spectrum- die het maken en die het doen.”