



> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

Aan de dames en heren,
leden van de gemeenteraad

BEZOEKADRES
Mosae Forum 10
6211 DW

POSTADRES
Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

ONDERWERP
Informatieverlening over incidentele subsidie
Maastricht Marketing

DATUM
22 december 2022
Verz. 22 december 2022

BIJLAGEN
1

BEHANDELD DOOR
SH (Sam) Janssen

TELEFOONNUMMER
043 350 5057

ONZE REFERENTIE
2022.18283

E-MAILADRES
Sam.Janssen@maastricht.nl

FAXNUMMER

UW REFERENTIE
--

Geachte raadsleden,

In de Raadsvergadering van 8 november deden wij de toezegging u te informeren over de subsidie aan Maastricht Marketing in het kader van de TONK-motie.

Goed om te vermelden is dat dit een aanvullende en incidentele subsidie aan Maastricht Marketing betreft. De organisatie heeft deze gekregen om de financiële gevolgen van de Covid-19 pandemie op te vangen en de organisatie weer toekomstbestendig te krijgen. Dekking voor deze subsidie is gekomen uit de onderuitputting die is ontstaan bij de coronagelden, zoals de TONK-regeling. Dit was een gevolg van een [motie](#) uit uw raad. Per [Raadsinformatiebrief](#) bent u vervolgens geïnformeerd over de besteding van deze middelen en het definitieve besluit is genomen bij de vaststelling van de Jaarstukken 2021.

Maastricht Marketing heeft de subsidie vanuit de Tonk-gelden als volgt ingezet:

1. Gezonde (financiële) organisatie	€ 291.313,-
2. Personeel en organisatie	€ 195.049,-
3. Uitgestelde projecten	€ 217.775,-
Totaal:	€ 704.137,00

In de bijlage treft u voor de volledigheid nog aan de verleningsbeschikking van de subsidie. In het kader van de subsidiesystematiek werkt de verstrekking van een dergelijke subsidie met een verleningsbeschikking aan de voorkant en een vaststellingsbeschikking aan de achterkant. In de beschikking wordt abusievelijk verwezen naar scenario 2, terwijl dit scenario 1 moet zijn.



DATUM
16 december 2022

Scenario 1 is daarom toegevoegd.

Hoogachtend,

Burgemeester en Wethouders van Maastricht,

De Secretaris,

G.J.C. Kusters

De Burgemeester,

J.M. Penn-te Strake

Raadsinformatiebrieven



Gemeente Maastricht

> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

Stichting Maastricht Marketing
t.a.v. mevrouw L. Mees
Kleine Staat 1
6211 ED Maastricht

BEZOEKADRES
Mosae Forum 10
6211 DW

POSTADRES
Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

WWW.GEMEENTEMAASRICHT.NL

ONDERWERP
Verleningsbeschikking stichting Maastricht
Marketing
corona
BEHANDELD DOOR
Pieter-Paul van de Wouw

DATUM
15 juli 2022

BIJLAGEN

DOORKIESNUMMER
043 - 350 4746

ONZE REFERENTIE
2022.13741

E-MAILADRES
Pieterpaul.van.de.wouw@maastricht.nl

FAXNUMMER

UW REFERENTIE

Geachte mevrouw Mees – Bekke,

Inleiding

In december 2021 heeft u de gemeente Maastricht geïnformeerd dat de stichting Maastricht Marketing haar begroting niet meer rond krijgt. De aanhoudende pandemie, die langer heeft geduurd dan gedacht, met meerdere Lock downs eist zijn tol.

Conform art. 6 Asv heeft u daartoe de volgende documenten aangeleverd;

- Een inleidend schrijven
- Bijlage 1. Analyse Maastricht Marketing
- Bijlage 2. MM van cijfers naar verhaal
- Bijlage 3. Fondsen en subsidies

Deze stukken maken een integraal onderdeel uit van deze verlening.

Middels deze brief ontvangt u de beschikking voor een incidentele subsidie al steunmaatregel, met als doelstelling om de gevolgen van de corona epidemie te counteren en de stichting Maastricht Marketing weer op volle sterkte te brengen. Dat is de keuze voor scenario 2 al omschreven in Bijlage 2.

In deze beschikking staan de beoordeling t.a.v. het verstrekken van de subsidie, het besluit en de financiële en inhoudelijke verplichtingen.

Besluit

Wij hebben besloten de aangevraagde subsidie te verstrekken op grond van artikel 4:23 lid 3 sub d. Awb.

Dit is een incidentele subsidie.

De maximale subsidie bedraagt € 704.000,- en dient te worden ingesteld om Maastricht Marketing weer op sterkte te brengen (zie hieronder bij de beoordeling).

Het direct uitkeren van een bedrag dient gezien te worden als een incidentele subsidie waarvan de juridische grondslag in de Algemene wet bestuursrecht (artikel 4:23 lid 3 sub d Awb) ligt en waarop de Algemene Subsidie Verordening (ASV) van toepassing is.



De gemeenteraad van Maastricht heeft op 12 juli 2022 bij de rekening besloten u deze middelen te beschikken – naast de exploitatiesubsidie - met als doelstelling om de gevolgen van de corona epidemie te counteren en de stichting Maastricht Marketing weer op volle sterkte te brengen. Hiertoe is vanuit de zogenaamde TONK-gelden een bestemmingsreserve aangelegd.

Beoordeling subsidie

In 2020 is een nieuw convenant opgesteld tussen MM en de gemeente Maastricht voor de duur van vier jaar. Het convenant is opgesteld vanuit het referentiekader 2017-2020 waarin er een positief beeld en stijgende lijn in bezoekers te zien was. Om de doelen uit het convenant te realiseren is een begrotingssubsidie vastgesteld (programmabegroting 2021 raadsvoorstel 79-2020).

Aanvullend aan het subsidiebedrag (1/3) worden de door MM zelf gegenereerde inkomsten (2/3) ook ingezet om de doelen, zoals gesteld in het convenant, te verwezenlijken. Een aanzienlijk deel van deze (niet-marketing gerelateerde) inkomsten wordt gebruikt voor tekorten die ontstaan bij de uitvoering van de gemeentelijke opdracht.

Corona

Het zijn juist deze eigen verdiensten die nu door corona onder grote druk zijn komen te staan en die de organisatie (met name door de laatste lockdown) nu doen omvallen. Als non-profit organisatie komen de door MM zelf gegenereerde inkomsten volledig ten goede aan de stad. Van 2017 t/m 2019 ging dat om meer dan 6,4 miljoen euro.

In 2020 en 2021 waren het Visitor Center en de Exploitaties opgeteld zo'n elf en een halve maand gesloten. Daarnaast valt te constateren dat wanneer (beperkte) versoepelingen plaatsvinden er toch nog sprake is van een zogenaamde psychische lockdown.

Opgeteld betekent geen of veel minder inkomsten vanuit:

- 1) *Contributie leden* – Naar rato betaalt een gedeelte van de ondernemers in de stad vrijwillig mee aan de positionering van Maastricht. Een deel van hen wil (gezien hun eigen financiële positie door corona) zijn rekeningen niet of gedeeltelijk betalen over 2020 en 2021.
- 2) *Maastricht Visitor Center (MVC)* – Wederverkoop (tickets en hotelarrangementen Andre Rieu, VVV Cadeaukaarten) en inkomsten uit verkopen (zelfontwikkelde) merchandise, plattegronden, routes en (streek)producten.
- 3) *Marketing & Communicatie (M&C)* – Inkomsten uit samenwerkingen en aanvullend gefinancierde projecten (City Guide Maastricht, Magisch Maastricht TEFAF-campagne, SAHOT, Entre Deux, Mosae Forum)
- 4) *Exploitaties* – Betalende bezoekers voor de grotten, vestingwerken en het fort Sint-Pieter, betalende bezoekers voor de rondleidingen door de binnenstad, nieuwe stadsgebieden en het Gouvernement en de commissie uit groepsbemiddeling (Maastricht for Groups & Events).

Tijdens de zomer van 2021, toen alles weer enigszins open mocht, kleurde Limburg donkerrood op de Europese coronakaart. En half juli werd Limburg getroffen door de overstromingen. De provincie werd als rampgebied betiteld. Beide incidenten zorgden ervoor dat de gehele maand juli en de maand augustus bezoekers ook nog eens massaal wegbleven. In september volgden verdere maatregelen en in december van 2021 de vierde lockdown.

Gevolgen

MM heeft de sterkste en grootste digitale toegangsportaal (1,8 miljoen unieke bezoekers in 2019) tot Maastricht in haar beheer en is tevens eigenaar van het merk Maastricht. Deze positie kan alleen in stand worden gehouden door continue investeringen en doorontwikkelingen. Dit draagt direct bij aan de merk- en communicatiekracht van de stad. Tevens creëert deze inzet een bezoekpotentieel en



heeft daarmee sterke economische relevantie voor de stad; in 2019 ging dat om meer dan 355 miljoen euro aan bestedingen van bezoekers. In de culturele infrastructuur is MM naast de verbinder tussen de instellingen ook de partij die het culturele aanbod van de stad vermarkt. Daar spelen de kanalen van de organisatie een belangrijke rol in. Denk aan de UIT-agenda, de bezoekerswebsite, de social mediakanalen en het Maastricht Visitor Center. Maastricht Marketing wil vol (blijven) inzetten op het aantrekken van de bezoeker met het juiste profiel, met een hoog bestedingspatroon en die met name bereid is op dal momenten de stad (en regio) te bezoeken. Juist nu er zoveel ondernemers, bedrijven en instellingen getroffen worden door de pandemie, heeft inzetten op bezoekers en spreiding van deze bezoekers over de gehele stad nu prioriteit. Zodat bedrijven kunnen herstellen, leegstand wordt voorkomen, dan wel geminimaliseerd en Maastricht zich kan blijven onderscheiden als een van de meest begeeerlijke bestemmingen van Nederland. Inzet voor de korte termijn met de focus op overleven en gezond blijven, voor de iets langere termijn met de blik op de stad die Maastricht wil zijn, passend bij de stadsvisie, economische visie, cultuurvisie en bij de omgevingsvisie en visie vrijetijdseconomie Zuid-Limburg 2030.

Iedere euro die Maastricht Marketing minder kan uitgeven, betekent minder zichtbaarheid en minder (verblijfs)bezoek in Maastricht. En dus substantieel minder bestedingen in de stad, minder werkgelegenheid en een geringere bijdrage aan het duurzame herstel van de stad. Als Maastricht Marketing wegvalt, valt (op termijn) een zorgvuldig opgebouwde positie van Maastricht als bestemming weg. De impact die MM weet te genereren, komt voort uit expertise, jarenlange ervaring, samenwerkingen en verbindingen die zij weet te leggen en doorzettingsvermogen. De impact die zij heeft en het vliegwiel dat zij weet te creëren, kan (op dit moment of in de nabije toekomst) geen enkele andere organisatie aan onze stad leveren.

Ondernomen stappen

Om deze periode van de pandemie met zijn lockdowns en beperkende maatregelen (1,5 meter zorgt voor enorme capaciteitsbeperking) te kunnen overleven, is reeds drastisch in de organisatie en de kosten gesneden. Zo zijn functies geschrapt en vacatures (vooralsnog) niet ingevuld, huurkosten teruggedrongen, alleen noodzakelijke opleidingen gevolgd, vakantiedagen maximaal opgenomen, de indexatie loon 2021 niet doorgevoerd (effect loopt de komende jaren door) en overige kosten, zoals huisvestingskosten en bureaukosten, zijn verder teruggebracht en er zijn geen personeelsfeesten (of alternatieven daarvoor) georganiseerd. Daarnaast is een bedrijfsonderdeel, Maastricht for Groups and Events (MGE) bevroren. Er zijn arbeidsplaatsen, projecten en daarmee uitgaven geschrapt. Ook is er een permanente sluitingsdag van het Maastricht Visitor Centre (MVC) ingevoerd en het contact center (telefoon, e-mail en WhatsApp) scherper bemand. Door beide ingrepen is een aantal vaste arbeidsplaatsen geschrapt. Vanaf de 2de lockdown zijn gidsen niet meer doorbetaald, is huurkorting bij Natuurmonumenten aangevraagd en zijn de prijzen van tickets verhoogd. Zie bijlage 3 voor een overzicht van de besparingen.

MM is een onafhankelijke bestemming marketingorganisatie en geen uitvoeringsorganisatie. Daarmee valt zij buiten de criteria die fondsen en subsidieverstrekkende instanties hanteren voor het aanvragen van steun of derdengelden. MM heeft zich tot zeven fondsen/subsidieverstrekkers gericht, waarvan er vijf niet uitgekeerd hebben. Waar cultuur, sport en sociaal, maar ook ondernemers in aanmerking komen voor tegemoetkomingen, voldoet MM vaak net niet aan het profiel. Zo valt MM dus continu tussen wal en schip. Dit komt omdat er veelal:

- Niet wordt geïnvesteerd in promotionele, communicatie en/of marketingactiviteiten;
- Niet wordt geïnvesteerd als men het beoordeelt als onderdeel van de reguliere activiteiten/ core business.
- MM geen maker of producent is zoals een cultuurgezelschap dat is;
- Vanuit een stichting geen aanspraak op gemaakt mag worden.

Aangemerkt dient nog te worden dat zowel het indienen van de aanvragen als de verantwoording (na toekenning) MM bijzonder veel tijd en dus geld kosten.



Naast de genoemde inspanningen is maximaal NOW (loonondersteuning) en TVL (tegemoetkoming vaste lasten) aangevraagd en is er volledig aanspraak gemaakt op het eigen vermogen, waardoor dit inmiddels vrijwel nihil is. Aangezien MM hoofdzakelijk in opdracht van gemeente Maastricht werkt en de subsidie niet toereikend is om de gemeentelijke opdracht uit te voeren, is het een logische vervolgstap om zich tot de gemeente te wenden voor financiële ondersteuning.

Verplichtingen

Deze incidentele beschikking dient er toe de gevolgen van de effecten op de stichting Maastricht Marketing als gevolg van de corona pandemie te counteren. De daaraan gekoppelde opdracht is de uitvoering van scenario 2 van Bijlage 2.

U dient zich verder te houden aan de regels gesteld in de Algemene subsidieverordening 2020 Maastricht (zie onder andere artikel 10, 11 e.v.) en de Algemene wet bestuursrecht (Awb). Dit betekent o.a. dat u verplicht bent burgemeester en wethouders van de gemeente Maastricht onverwijld schriftelijk te informeren indien u bovenstaande activiteit(en) waarvoor subsidie is verleend niet of niet volledig kunt uitvoeren of de aan de subsidie verbonden verplichtingen niet, niet tijdig of niet geheel zal kunnen nakomen.

Ook bent u verplicht om de subsidie alleen te gebruiken voor bovenstaande activiteit(en) en niet voor andere doeleinden. Indien u niet voldoet aan de gestelde voorwaarden kunnen wij uw subsidie lager of op nihil vaststellen conform artikel 4:48 Awb.

Daarnaast gelden – reeds - de volgende specifieke verplichtingen. Deze incidentele beschikking en haar verplichtingen dient daarin verwerkt te worden. En de specifiek daaraan gekoppelde opdracht (uitvoering van scenario 2 van Bijlage 2) dient daarin herkenbaar te zijn:

- Maandelijks levert u een maandrapportagepakket aan, welke rapportage aan de navolgende eisen dient te voldoen:
 1. Winst- en verliesrekening zijn opgenomen volgens het interne, bij Maastricht Marketing bekende formaat met indeling “subsidie Gemeente, Overige kosten en opbrengsten, personeel en Group & Events”. In dit overzicht is steeds een vergelijking tussen Realisatie en budget op periodieke en cumulatieve basis, steeds met een verschillenanalyse en bijbehorende uitleg voor deze verschillen. Voor cumulatieve basis ook het voorgaande jaar meesturen, eveneens met verschillenanalyse en bijbehorende commentaren. Een bijkomend overzicht zal worden toegevoegd die de trend weergeeft van het huidige jaar cumulatief t.o.v. cumulatief budget.
 2. Een balans trend cumulatief;
 3. Cashflow (formaat waarbij de cashflow voor de maand gelijk is aan de verandering van de post “banken” of gesommeerd “banken en cash equivalenten”);
 4. Overzicht trend van de activiteit Groep & Events, met inkomsten MM, derden en salariskosten en aantal FTE;
 5. Overzicht projecten (campagnes) met onderverdeling in fases (o.a. design, planning, uitvoering, opvolging, nazorg) en kosten, zodat dit een duidelijk inzicht geeft in de kostendragers van een campagne (te weten personeel, materiaal, etc.).

Dit is een trend formaat cumulatief met totaal jaar budget als referentie. De totale kosten van alle campagnes moet terug te relateren zijn aan de post Subsidie gemeente en post personeelskosten in de winst- en verliesrekening.



- U bent verplicht een adequate financiële administratie bij te houden, waarbij het volgende geldt:

In de boekhouding dient een code aangemaakt te worden zodat alle transacties die in verband staan met de gemeentelijke subsidie makkelijk en uit het systeem kunnen worden afgeleid. De som van alle transacties geeft het totale subsidiebedrag weer zoals in de winst- en verliesrekening.

De transacties dienen meegestuurd te worden met het maandelijks rapportagepakket opdat de gemeente snel en autonoom analyses kan maken. Indien nader toelichting nodig is contacteert de gemeente de financieel verantwoordelijke van de stichting.

Na een jaar volgt een evaluatie van de systematiek. Als de rapportage correct staat, te weten dat de kwaliteit en de transparantie een duidelijk en voorspelbaar inzicht geeft in de financiële performance en positie van de stichting alsmede een juiste aanwending van de middelen volgens het goede huisvader principe is en in lijn met de visie van de stad Maastricht, dan kan overgegaan worden tot kwartaalrapportage.

De rapportage zal voor iedere periode (in eerste instantie per maand) op de zevende (7^e) dag van de daaropvolgende maand verstuurd worden naar de inhoudelijke en financiële medewerker van de gemeente die verantwoordelijk is voor dit dossier.

Uitbetaling van de subsidie

Van het jaarlijkse subsidiebedrag zal 90% als voorschot worden uitgekeerd, gelijkelijk verdeeld per kwartaal. Het restantbedrag van 10% het subsidiebedrag wordt, indien voldaan is aan alle subsidievoorwaarden en verplichtingen, uitgekeerd nadat de subsidie is vastgesteld.

Vaststelling subsidie

Let op: Deze beschikking betreft een verleningsbeschikking. Dit betekent dat u over het ontvangen bedrag een verantwoording moet afleggen voordat wij uw subsidie daadwerkelijk definitief kunnen vaststellen. Vóór 31 maart van het jaar dat volgt op het betrokken kalenderjaar moet u een aanvraag tot vaststelling van de subsidie indienen bij het College van burgemeester en wethouders, zoals genoemd in artikel 15 de Algemene subsidieverordening 2020 Maastricht. Dit betekent dat voor het jaar 2022 uiterlijk vóór 31 maart 2023 de aanvraag tot vaststelling binnen moet zijn.

De aanvraag tot vaststelling bevat tenminste de navolgende gegevens:

- a. Een inhoudelijk verslag waaruit blijkt in hoeverre de gesubsidieerde activiteiten zijn verricht en aan de verplichtingen in deze subsidiebeschikking is voldaan. Ook dient de rapportage een vergelijking te bevatten tussen de nagestreefde en de gerealiseerde doelstellingen en een toelichting op de verschillen;
- b. Een overzicht van de gerealiseerde subsidiabele projectkosten en de hieraan verbonden uitgaven en inkomsten (financieel verslag of jaarrekening met een winst en verlies weergave, de balans en de zogeheten cashflow). Dit is inclusief de boekhoudkundige transacties die aanleiding geven tot deze uitgaven en inkomsten. De jaarrekening ontvangt de gemeente uiterlijk 31 maart van het opvolgende jaar. Daarmee dient de financiële verantwoording aan te sluiten op de begroting waarvoor subsidie is verleend. Verschillen tussen begroting en realisatie worden toegelicht tenzij deze van geringe betekenis zijn;



- c. Een balans van het afgelopen subsidietijdvak met een toelichting daarop;
- d. Een (goedgekeurde) **controleverklaring** aan het einde van elk projectjaar, opgesteld door een onafhankelijk registeraccountant of AA-accountant.

Controleverklaring

Bij de controleverklaring dient verplicht gebruik te worden gemaakt van het 'Controleprotocol eindverantwoording verleende subsidies gemeente Maastricht 2020'.

<http://decentrale.regelgeving.overheid.nl/cvdr/XHTMLoutput/Actueel/Maastricht/CVDR645182.html>

Als u niet (geheel) en/of niet tijdig voldoet aan de eerdergenoemde verplichtingen kan (een deel van) het totale subsidie lager of op nihil worden vastgesteld.

De vast te stellen subsidie is nooit hoger dan het verleende bedrag. Als u eerdergenoemde verplichtingen en/of de resultaten heeft behaald en de gerealiseerde subsidiabele kosten lager uitvallen dan begroot, wordt de subsidie naar rato verlaagd. Het reeds uitbetaalde bedrag zullen wij dan (deels) terugvorderen.

Bezwaar

Op grond van de Algemene wet bestuursrecht kunt u tegen dit besluit een bezwaarschrift indienen binnen een termijn van zes weken, ingaande op de dag na verzending van dit besluit. Het bezwaarschrift moet worden ondertekend en dient ten minste te bevatten:

- de naam en het adres van de indiener;
- de dagtekening;
- een omschrijving van het besluit (inclusief bovenvermeld kenmerk) waartegen het bezwaar is gericht;
- de gronden van het bezwaar.

Het bezwaar moet worden gericht aan het College van Burgemeester en Wethouders van Maastricht, Beleid en Ontwikkeling, Afdeling Economie & Cultuur, Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht.

Tot slot

Wij willen u erop wijzen dat u in het kader van de uitvoering van het project te allen tijde de geldende wet- en regelgeving in acht moet nemen waaronder de Algemene wet bestuursrecht en de Algemene subsidieverordening Maastricht 2020.

Heeft u nog vragen over deze beschikking? Neem dan gerust contact op met de behandelend beleidsmedewerker van Economie en Cultuur, de heer Pieter-Paul van de Wouw. Hij is telefonisch bereikbaar via 043-350 4746. U kunt hem ook mailen op het volgende e-mail adres: pieterpaul.van.de.wouw@maastricht.nl.

Hoogachtend,

Namens het college van burgemeester en wethouders van Maastricht,

Drs. H.M.J.L. Koolen MBA
Manager Economie en Cultuur

ANALYSE MAASTRICHT MARKETING - SUBSIDIE GEMEENTE	BEGROTING 2022 volgens convenant	SCENARIO 1 BEGROTING 2022 kosten conform convenant - open in feb met maatregelen
1.1 Strategische Merkgereg		
Directe loonkosten SMR	173.783	173.783
Directe kosten SMR	53.500	53.500
Totaal	 227.283	 227.283
1.2 Marketing & Communicatie		
Directe loonkosten M&C	401.910	349.415
Directe kosten M&C (excl. loonkosten)	209.940	209.940
Funding vanuit samenwerkingen M&C (inkomsten)	-	-
Totaal	 611.850	 559.355
1.3 Maastricht Visitor Center		
Directe loonkosten MVC	239.652	220.158
Directe kosten MVC (excl. loonkosten)	87.950	87.950
Opbrengsten Maastricht Visitor Center (inkomsten)	107.437	63.000
Totaal	 220.165	 245.108
Totale directe kosten (minus opbrengsten) t.b.v. Strategische Merkgereg, Marketing en communicatie en het Maastricht Visitor Center	 1.059.298	 1.031.746
1.4 Kosten verantwoording	 11.000	 11.000
1.5 Subsidie Gemeente	 865.260	 865.260
Saldo	 -205.038	 -177.486
1.6 Overige indirecte organisatiekosten (worden voorts nog niet afgedekt vanuit de subsidie)		
Huisvestingskosten (Dinghuis)	46.500	46.500
Bureaunkosten	76.648	76.648
Algemene kosten	27.625	27.625
Afschrijvingskosten	9.077	9.077
Personeelskosten overhead	152.582	152.582
Diverse personeelskosten	41.799	41.799
Indirectie lonen	84.344	84.344
Totale overige indirecte organisatiekosten	 362.665	 362.665
1.7 Contribuanten (inkomsten)	 140.000	 100.000
* openstaande posten		
Saldo totaal	 -427.703	 -440.151
Bijdrage exploitatie ter afdekking van tekort	 -622	 -264.318
<i>Sluitpost</i>		
<i>Saldo stichtingsvermogen per 1-1</i>		
saldo conform jaarrekening - komt ten goede of ten laste van eigen vermogen	 -428.325	 -704.468
<i>Saldo stichtingsvermogen per 31-12</i>		
Resultaat MM (excl. Indirecte kosten)	-205.038	-177.486
Indirecte kosten (Net gesubsidieerd)	-362.665	-362.665
Contribuanten	140.000	100.000
Resultaat MM (incl directe kosten)	 -427.703	 -440.151
Bijdrage Exploitatie (niet gesubsidieerd) ter absorptie result	-622	-264.318
Tekorten Stichting Marketing	 -428.325	 -704.468
	-	-

Wat zeggen de cijfers?

Leeswijzer bij de maandrapportage t.b.v. de verantwoording subsidie Maastricht Marketing

- Dit is een document in ontwikkeling.
- Waar ruimte is voor nuancering, wordt deze verwoord.
- Onder voorbehoud van wijzigingen en zetfouten.

1. SUBSIDIE GEMEENTE

1.1 Strategische Merkgeregule

Maastricht Marketing voert de regie over de merkbeleving en de marktwerking van de bestemming én het merk Maastricht. De hoofddoelstelling betreft het aantrekken van kwalitatief verblijfstoerisme. Om op de lange termijn de stad te positioneren als The Good Life Capital – als internationale universiteitsstad in een krachtige (gezondheids-)kennisregio, met een top leef- werk- en verblijfsklimaat – is het van belang dat we gezamenlijk het merk Maastricht bestendigen. Met constante en eenduidige communicatie vanuit meerdere sectoren naar verschillende doelgroepen (bezoekers, bewoners, bedrijven en (kennis)instellingen). Daarin zal Maastricht Marketing soms als initiatiefnemer, soms als aanjager of verbinder en soms als ondersteuner optreden. Maar wel als regisseur van dat merk, want met focus en persistentie creëren we een sterk merk dat bijdraagt aan de duurzame groei die wij met elkaar voor ogen hebben voor stad en regio.

Categorie	Toelichting
Directe loonkosten Strategische Merkgeregule	Loonkosten die toebehoren tot het primaire werkproces bestaande uit uren van directie & management. Strategisch ▪ Herstelplan Maastricht ▪ Herijking merk Maastricht (verbreding doelgroepen) en (door)ontwikkeling opensource merk ▪ Strategisch Marketingplan 2021-2024 ▪ Ondersteunend aan de in ontwikkeling zijnde Stadsvisie en Economische Visie



	▪ Visie Bestemming Zuid-Limburg 2030 ▪ Samenwerking binnen SVL (Maastricht als hoofdstad van de provincie) ▪ Landelijk lobby met G8 (acht grote steden), NBTC en Kennisnetwerk Destinatie Nederland ▪ Overleggremia G8, DMO Labs, Gastvrij Limburg Overleg, Kernteamoverleg DMO's Limburg en provincie, ESZL overleg, IGOT, MCB Bestuur, VVV Nederland, Gastronomisch Profiel ▪ Verder bouwen aan een strategisch partnership met gemeente ▪ Advisering en samenwerking partners en stakeholders ▪ Ronde tafels, toespraken, strategische sessies, congressen, seminars etc. Uitvoerend ▪ Doorvertaling visie, merkwaarden, brandfilter, persona's, customer journey, brandbook, etc. ▪ Regie, aansluiting en/of controle behouden op de (stadsbrede) activiteiten, campagnes en projecten bij partners en stakeholders die impact hebben op het merk Maastricht
--	--

1.2 Marketing & Communicatie

De afdeling Marketing & Communicatie bouwt aan campagnes, projecten en partnerships die het merk Maastricht ondersteunen en die bijdragen aan de positionering van Maastricht en regio.

Categorie	Toelichting
Directe loonkosten Marketing & Communicatie	Het team Marketing & Communicatie bestaat uit 3,6 FTE aangevuld met een flexibele schil van freelancers (denk hierbij aan contentcreatie, fotografie, tekstschrijver, social media) Voor een overzicht van alle activiteiten, campagne en projecten (inclusief onderverdeling en planning op maandniveau en inzet manuren) verwijzen we graag naar het document genaamd: Marketing & Communicatie Overzicht 2021 incl. planning.



Directe kosten Marketing & Communicatie (excl. loonkosten)	De directe kosten die verband houden met het uitvoeren van de taken in het document Marketing & Communicatie Overzicht 2021 incl. planning zijn in te zien via het tabblad draaitabel in de rapportage.
Funding vanuit samenwerkingen Marketing & Communicatie	Samenwerkingen waarbij (strategische) partners incidenteel/op projectbasis een bijdrage leveren aan campagnes en projecten. <i>Note: De bereidheid vanuit partners om samen projecten en campagnes te financieren is mede door de pandemie sterk afgenomen. We zien de trend dat het financieel bijdragen vanuit collectieve betrokkenheid in rap tempo afneemt. Men stelt steeds vaker het individueel belang (korte termijn en financieel gedreven) voorop.</i>

1.3 Maastricht Visitor Center

Het Maastricht Visitor Center (MVC) is een levendige en bruisende plek waar bezoekers en bewoners graag komen voor inspiratie en informatie over Maastricht en omgeving, mooie unieke Maastrichtse producten van lokale en regionale bodem en lokale makers, souvenirs en (kleine)events en exposities. Het samenstellen van een passend assortiment, de daarbij behorende productontwikkeling en het organiseren van (kleine) events en exposities i.s.m. partners en relaties uit ons netwerk dragen bij aan de merkbeleving en geven vele producenten en creatieven een podium.

Categorie	Toelichting
Directe loonkosten MVC	Het MVC bestaat uit een team van vaste medewerkers en (een flexibele schil) oproepkrachten voor opvang van (seizoens-)drukte, verlof en ziekte) die van dinsdag t/m zondag de volgende werkzaamheden uitvoeren: ▪ Contactcenter: geven van informatie in meerdere talen via whatsapp, e-mail en telefoon; ▪ Gastvrij ontvangen van bezoekers en bewoners in de fysieke vestiging; ▪ Productontwikkeling/samenstellen van het (product)aanbod ter ondersteuning van het uitvoeren van onze hospitality-functie en de merkbeleving.



	<i>Note: Naar aanleiding van de korting op de subsidie t.b.v. het Convenant 2021-2024 is voor het MVC een sluitingsdag (maandag) ingevoerd en zijn wij genoodzaakt geweest het contract van twee vaste medewerkers te ontbinden.</i> <i>De loonkosten van de flexibele schil (hulp info) vallen veel lager uit dan begroot i.v.m. de verplichte sluiting van onze vestiging tijdens de lockdowns.</i>
Directe kosten MVC	Kosten die verband houden met het uitvoeren van de primaire werkzaamheden van het MVC. <i>Note: In 2021 zijn alle niet-vaste uitgaven bevroren.</i> Fysieke vestiging Deze kosten hebben betrekking op de inrichting en het onderhoud van het MVC met als doel het bieden van een optimaal gastvrij ontvangst aan bezoekers. ▪ Inrichting fysieke vestiging (<i>benaming grootboekrekening: Afschrijvingskosten Dinghuis</i>) ▪ Klein onderhoud aan interieur (<i>benaming grootboekrekening: Visitor Center</i>) Gastvrij contact met onze (potentiële) bezoekers Door de verregaande digitalisering zijn wij genoodzaakt via meerdere kanalen informatie over te brengen en in contact te staan met onze (potentiële) bezoekers. Communiceren via deze verschillende kanalen brengt licentiekosten met zich mee. ▪ VVV Merk licentiekosten – gebruik consumentenmerk ▪ Licentiekosten webshop (<i>benaming grootboekrekening kosten diverse MVC</i>) ▪ Licentiekosten Kioskfunctie/narrow casting/Whatsapp ▪ Gastvrij ontvangen bezoekers – sfeer & beleving en (kleine) events. Productontwikkeling & samenstellen assortiment Deze kosten hebben betrekking op het ontwikkelen van (print) producten in de productlijn ‘de wegwijzers’ waaronder de plattegrond in vier talen en de stadswandelingen in vier of zes talen en ontwikkelkosten voor producten die bijdrage aan de merkbeleving.



	▪ Kosten merchandise t.b.v. Visitor Center ▪ Productontwikkeling wegwijzers (<i>benaming grootboekrekening productontwikkeling info</i>) Samenstelling assortiment producten die het merk Maastricht laden waarbij het MVC lokale makers en producenten van (streek)producten een podium biedt om tegen een gereduceerde marges producten te tonen aan een groot publiek. Er zijn samenwerkingen tussen de Makers van Maastricht en lokale (streek)producten producenten.
Opbrengsten Maastricht Visitor Center	Opbrengsten bestaan uit verkoop van producten (eigen uitgaven en producten van derden), cadeaukaarten en uit de bemiddeling van tickets en arrangementen voor André Rieu. ▪ <i>Door de pandemie en de daarbij behorende verplichte sluiting i.v.m. de lockdowns zijn de inkomsten vanuit verkopen sterk teruggelopen.</i> ▪ <i>De zomerconcerten van André Rieu op het Vrijthof hebben in 2021 wederom géén doorgang gehad.</i> ▪ <i>De inkomsten uit verkoop cadeaukaarten is drastisch teruggelopen sinds VVV NL eind 2017 besloten heeft de VVV cadeaukaarten ook online zelf aan te bieden en het alleenrecht van de kantoren op te heffen, zodat de VVV cadeaukaarten overal verkrijgbaar zijn.</i>

1.4 Kosten verantwoording subsidie

De beschikking die hoort bij het Convenant 2021-2024 vraagt in de wijze van verantwoording een vele male grotere inspanning in zowel tijd als geld dan ooit van toepassing is geweest. De kosten die hier uit voortvloeien zijn direct te betrekken op de subsidie en behoren toe aan de subsidiebegroting.



1.5 Subsidie gemeente Maastricht

Maastricht Marketing is tijdens de convenant periode 2021 - 2024 jaarlijks met € 57.840 gekort op de subsidie (minder inkomsten). Daarnaast zijn de jaarlijks extra subsidie inkomsten van € 40.000 t.b.v. de promotie van Magisch Maastricht ook gekort voor deze convenant periode.

1.6 Overige indirecte organisatiekosten *(worden vooralsnog niet afgedekt vanuit de subsidie)*

Categorie	Toelichting
Huisvestingskosten	Dit is een verzamelpost op organisatieniveau. D.m.v. het gebruik van kostenplaatsrekeningen en/of een methode voor verbijzondering van de kosten op basis van gebruik, aantal medewerkers of aantal werkplekken, worden de kosten per afdeling zo nauwkeurig mogelijk inzichtelijk gemaakt. Eén keer per jaar (gelijk aan boekjaar) worden de te gebruiken methoden met bijbehorende percentages hiervoor vastgesteld. ▪ Deze kosten hebben betrekking op de huurkosten (pand Markt 40) en energiekosten, onderhoudskosten en belastingen (i.r.t. huisvesting) van het Dinghuis en pand Markt 40. ▪ In 2021 is de huur van pand Markt 40 opgezegd om de vaste lasten te kunnen verlagen. Gezien de opzegtermijn, treedt dit effectief in 2022 in werking. Het inburgeren van thuiswerken heeft dit mede mogelijk gemaakt.
Bureaunkosten	Dit is een verzamelpost op organisatieniveau. D.m.v. het gebruik van kostenplaatsrekeningen en/of een methode voor verbijzondering van de kosten op basis van gebruik, aantal medewerkers of aantal werkplekken, worden de kosten per afdeling zo nauwkeurig mogelijk inzichtelijk gemaakt. Eén keer per jaar (gelijk aan boekjaar) worden de te gebruiken methoden met bijbehorende percentages hiervoor vastgesteld. ▪ Deze kosten hebben betrekking op automatiseringskosten (laptops, licentiekosten software, ICT ondersteuning), telefoonkosten, kantoorbenodigdheden, huishoudelijke benodigdheden, premie assuranties en porti en vracht kosten.
Algemene kosten	Dit is een verzamelpost op organisatieniveau. D.m.v. het gebruik van kostenplaatsrekeningen en/of een methode voor verbijzondering van de



	kosten op basis van gebruik, aantal medewerkers of aantal werkplekken worden de kosten per afdeling zo nauwkeurig mogelijk inzichtelijk gemaakt. 1 keer per jaar (gelijk aan boekjaar) worden de te gebruiken methoden met bijbehorende percentages hiervoor vastgesteld. ▪ Deze kosten hebben betrekking op Accountants en advieskosten, Bestuurskosten, vergaderkosten, Bank & creditcard kosten, koers & kasverschillen, betaalde/ontvangen rente en diverse baten & lasten.
Afschrijvingskosten	Dit is een verzamelpost op organisatieniveau. D.m.v. het gebruik van kostenplaatsrekeningen en/of een methode voor verbijzondering van de kosten op basis van gebruik, aantal medewerkers of aantal werkplekken worden de kosten per afdeling zo nauwkeurig mogelijk inzichtelijk gemaakt. 1 keer per jaar (gelijk aan boekjaar) worden de te gebruiken methoden met bijbehorende percentages hiervoor vastgesteld. ▪ Deze kosten hebben betrekking op afschrijving automatiseringskosten (eigen server), vrijval reserveringen en afschrijving bureau.
Personeelskosten overhead	▪ Deze loonkosten bestaan uit de loonkosten van directie en staf (excl. de loonkosten die horen tot de strategisch merkgereguleerfunctie) <i>Note: in 2021 is besloten géén HR medewerker meer in dienst te nemen, de verantwoordelijkheid ligt bij de managers, de (werk)processen zijn geautomatiseerd met externe ondersteuning op HR gebied. Deze kosten zijn opgenomen in de post diverse personeelskosten.</i>
Diverse personeelskosten	Deze kosten bestaan uit: ▪ OR kosten; gezien de omvang van onze organisatie zijn wij wettelijk verplicht een OR te hebben. ▪ HR tool (in het verleden een HR medewerker in dienst, (werk)processen zijn gedigitaliseerd) ▪ Arbo: bestaat uit algemene kosten voor de dienstzorg van de zaak. Kosten voor de begeleiding van medewerkers worden d.m.v. een kostenplaats inzichtelijk gemaakt bij de afdeling waarvoor deze medewerker werkzaam is. ▪ Opleidingskosten; teams in staat stellen zich te ontwikkelen en hun inhoudelijke kennis en kunde op peil kunnen houden.



Note: Er wordt door gemeente gevraagd alleen directe kosten te linken aan de gemeentelijke subsidie. Echter, een deel van de kosten uit deze verzamelpost hebben een directe relatie tot het uitvoeren van de taken, zoals vastgesteld in het convenant. MM kan immers géén bezoekers ontvangen of werkzaamheden uitvoeren zonder dat het licht brandt, de kassa's en computers opgestart zijn en de telefoon rinkelt... etc.

1.7 Contribuanten

Categorie	Toelichting
Contribuanten	▪ Dalende trend in aantal participanten ▪ Openstaande debiteuren uit 2020 bedragen nog € 21.000 (15%) Facturatie is in een normale situatie één keer per jaar medio april. <i>Wij hebben ervoor gekozen de facturen voor 2021 pas 1 oktober te versturen, zodat ondernemers eerst wat tijd hadden om omzet te genereren.</i>

- 1) **Elisabeth Strouven Fonds:** MM heeft een aanvraag gedaan bij dit fonds (juli 2021). Deze aanvraag werd afgewezen omdat dit fonds in de regel niet bijdraagt aan promotionele en/of marketing activiteiten.
- 2) **LIOF:** Bij het LIOF (Programma Limburg Toerisme) is een aanvraag gedaan. Deze is afgekeurd. Enerzijds omdat MM geen nieuwe ondernemer met nieuwe ideeën is (randvoorwaarde voor LIOF), anderzijds omdat de financieringsinstrumenten van LIOF niet ingezet kunnen worden voor marketing en/of communicatie projecten.
- 3) **Provincie Limburg:** Uit de verkenning van de subsidieregelingen bij provincie Limburg blijkt dat MM niet in aanmerking komt voor een aanvullende subsidie, omdat:
 - a.) MM wordt gezien als te lokaal, niet provincie breed. Het accent ligt – volgens provincie – te veel op Maastricht.
 - b.) Provincie Limburg niet bijdraagt aan promotionele, communicatie en/of marketing activiteiten als het beoordeeld wordt als een onderdeel van de reguliere activiteiten (core business).
- 4) **ESZL Kickstartfonds:** In april 2021 heeft MM samen met de SAHOT een aanvraag ingediend bij dit fonds. De aanvraag is afgewezen omdat de aanpak en het plan niet genoeg de gehele provincie raakte (het werd als te lokaal bestempeld), er te weinig cross-over was naar samenwerking met andere sectoren (buiten toerisme) en men het plan zag als een reguliere aanpak.
- 5) **Prins Bernard Cultuur Fonds:** MM heeft ook dit fonds verkend. Hier werd de aanvraag afgekeurd, omdat:
 - a) de (uitvoering van) het project niet binnen het reguliere aanbod van de aanvrager valt;
 - b) de aanvrager daarvoor geen exploitatiesubsidie van overheden en/of aanverwante structurele financiering ontvangt;
- 6) **Aanvraag Gemeente Maastricht Herstelfonds Cultuur Maastricht - Spoor 4:** tijdelijke subsidieregeling 2021-2022: De aanvraag die in 2021 is ingediend voor een aanvullende cultuur-aanpak is gehonoreerd met € 40.000. MM diende zelf ook budget in te brengen voor deze aanpak. NB Dit betreft een aanvullend plan bovenop activiteiten van MM en zoals benoemd in het convenant met gemeente. Het betreft dus geen bijdrage aan de reguliere activiteiten van MM. Voor de andere sporen binnen dit herstelfonds voldoet MM niet aan de gestelde criteria.
- 7) **Stuurgroep Leisure:** Stuurgroep Leisure heeft in 2021 een aanvraag van MM gehonoreerd. Het betreft hier een aanvullend plan bovenop activiteiten van MM zoals benoemd in het convenant met gemeente. Het betreft dus geen bijdrage aan de reguliere activiteiten van MM.