

PERSBERICHT – 30 januari 2025

Breda Marketing presenteert jaarplan 2025: toegepaste technologie en creativiteit

Tijdens de jaarlijkse Dag van de Stadmakers op 29 januari heeft Breda Marketing-directeur Hildegard Assies het ambitieuze jaarplan voor 2025 gepresenteerd. Onder het thema ‘Samen sterker en sneller’ benadrukt het plan de kracht van samenwerking en innovatie om Breda te profileren als dé Stad van Oplossingen. Breda Marketing zet in op het versterken van het imago van de stad, het versnellen van processen en het vergroten van Breda’s zichtbaarheid, zowel nationaal als internationaal.

Terugblik 2024: jaar vol mijlpalen

In haar toespraak keek Assies eerst terug op de mijlpalen van 2024. Het afgelopen jaar stond in het teken van samenwerking en vernieuwing, met projecten zoals de lancering van de Explore Breda Store, de culturele uit-agenda ZigZag en een belevingsconcept voor het nieuwe gebied 't Zoet. Het gepersonaliseerde online platform ExploreBreda.com had meer dan 700.000 unieke bezoekers. Zo'n 1,7 miljoen mensen bezochten de stad. “Deze resultaten zijn gerealiseerd door de inzet van meer dan 100 betrokken regionale partners,” aldus Assies.

Samenwerking en innovatie

Ook in 2025 draait het om samenwerking en innovatie. Breda Marketing gaat bedrijven, culturele instellingen, bewoners en studenten nog nauwer betrekken bij het vertellen van het verhaal van Breda als innovatieve, creatieve, groene en gastvrije stad met een rijke (Nassau-)historie. Hiervoor zet Breda Marketing middelen in zoals campagnes, culturele activiteiten en evenementen die Breda’s unieke profiel in toegepaste technologie en creativiteit versterken, zoals Breda Photo, Game Week en TURF. Door data te delen, kennis te bundelen en de coördinatie te verbeteren, wil Breda Marketing processen versnellen en het effect van de inspanningen vergroten.

Technologie en creativiteit

Een belangrijk speerpunt is het thema Toegepaste Technologie en Creativiteit (TT&C). Carla Kranenborg-van Eerd, wethouder Economie, lichtte op de Dag van de Smaakmakers toe: “Technologie en creativiteit vormen de sleutel voor een innovatieve toekomst voor Breda. Ze bieden de stad kansen om bedrijven, bezoekers en talenten aan te trekken. En ook om maatschappelijke uitdagingen aan te gaan en productiviteit te laten groeien. Breda is een hotspot voor gaming en robotisering. Met strategische samenwerkingen bouwen we aan een toekomst waarin Breda op deze gebieden internationaal uitblinkt.”



Innovatiedistrict Breda als drijvende kracht

De ambities van Breda komen samen in het Innovatiedistrict Breda. Kranenborg-van Eerd: "Het Innovatiedistrict loopt grofweg van het Havenkwartier, over 't Zoet en het Slingerweggebied aan de westzijde, via het Stationskwartier en het Chassé naar de campussen van Breda University en Avans Hogeschool. Het is echter meer dan een fysieke locatie. Namelijk een ecosysteem waar samenwerking centraal staat en vernieuwende initiatieven worden gestimuleerd. Organisaties zoals Breda Robotics en de incubators B'WISE (voor startups) en B'GAME (voor game-ontwikkelaars) spelen hierin een belangrijke rol. Samenwerking met het bedrijfsleven, kennisinstellingen en andere partners vormt de ruggengraat van dit district."

Aantrekkelijk voor bewoners, bezoekers, bedrijven en studenten

De plannen richten zich op vier groepen: bewoners, bezoekers, bedrijven en studenten. Breda Marketing wil bewoners inspireren door duurzaamheid en leefbaarheid centraal te stellen. Bezoekers worden aangetrokken door ontmoeting, cultuur en evenementen. Voor bedrijven is het doel Breda te positioneren als een internationale hub voor innovatie en ondernemerschap. Studenten worden aangesproken door de stad te presenteren als een internationale talenthub die creatieve geesten aantrekt en bindt. Ook is er de ambitie om 'het dikste introfestival van Nederland' te realiseren.

In workshops krijgen al deze groepen de komende maanden de gelegenheid om actief mee te denken over de ontwikkeling van de stad. Assies: "We moeten niet langer denken als een middelgrote provinciale stad, maar handelen als een internationale speler. Dit vraagt om vernieuwende campagnes, evenementen en producten die bewoners en bezoekers inspireren, en de merkbeleving van Breda versterken."

Oproep tot actie

Assies sloot haar presentatie af met een uitnodiging tot actie. "Dit is geen vrijblijvende oproep, maar een noodzaak. We hebben ondernemers, culturele makers, onderwijspartners, horeca en inwoners hard nodig om samen Breda te laten groeien. Hoe ga je zelf bijdragen aan dit verhaal? Welke ideeën, projecten of samenwerkingen kunnen we gezamenlijk oppakken om Breda sterker te maken? Door samen te werken en een gezamenlijk verhaal te vertellen, versterken we ons merk en kunnen we de aantrekkingskracht van Breda verder vergroten. Laten we van 2025 een jaar maken waar we met z'n allen trots op zijn."

//// EINDE PERSBERICHT ////

Voor nadere informatie kunt u contact opnemen met:

René Bergmans, tel (06)42662557, rene.bergmans@bredamarketing.nl

