



Visie Binnenstad: de kern

Eind 2013 is de Visie Binnenstad 'Welkom in Breda' vastgesteld. De kern daarvan is dat de sterke positie van Breda verzwakt is. Bestedingen en bezoeken lopen terug, de aantrekkingskracht van de binnenstad neemt af. Dat wil niemand in Breda. Breda hoort thuis in de top 3 van beste Nederlandse binnensteden en het tij moet gekeerd worden. Dat is niet alleen een taak van de gemeente, maar van iedereen die in de stad woont, werkt en leeft.

City Making

De methode om de verzwakte positie aan te pakken is City Making. City Making is een oproep aan de stad om georganiseerd aan de geschetste problematiek te werken. De stad is daarin leidend en de gemeente een belangrijke netwerkpartner. Daarom is er betrokkenheid nodig van iedereen in de stad. Dat geldt voor de invulling van de ontwikkeling van Breda, maar ook voor de uitvoering daarvan. De binnenstad is het startpunt; je moet ergens beginnen.

Initiatiefgroep

Om met City Making Breda te kunnen starten, is een Plan van Aanpak noodzakelijk. Een spontaan ontstane initiatiefgroep met enthousiaste Bredanaars heeft daarvoor een eerste aanzet gedaan. De gemeente ondersteunt het initiatief en de groep.

Gesprekken met de stad

Om het Plan van Aanpak af te maken, gaat de initiatiefgroep gesprekken voeren met de stad. Dat gebeurt met mensen die in de binnenstad actief zijn. Het gaat om ongeveer 100 mensen van allerlei pluimage: ondernemers, eigenaren, vertegenwoordigers van winkelstraten, horeca, toerisme, cultuur, evenementen, onderwijs, bewoners en politiek. Het meedoen, begint hier al.

Plan van Aanpak

Informatie en ideeën uit de stad komen samen in de eerste opzet van het Plan van Aanpak dat er al ligt. Het geheel vormt het definitieve Plan van Aanpak dat de initiatiefgroep schrijft. Hierin staat wat er in Breda aan de hand is (Visie Binnenstad), wat er nodig is om dat aan te pakken en welke meetbare doelen gesteld worden om dit te bereiken. De input voor het plan halen we in mei en juni op. Voor de zomer moet het Plan van Aanpak klaar zijn.

To Do:
Input geven aan
initiatiefgroep.
Of mail versturen!

To Do:
Vragen aan de stad!

De gesprekken met de stad zijn bedoeld om belangrijke informatie uit de stad op te halen. De volgende vragen komen aan bod:

1. Wat is je grootste ergernis in de binnenstad?
2. Wat is er morgen al op te lossen of aan te pakken?
3. Herken je wat er in deze folder geschetst wordt als kwaliteiten, het probleem en de ambitie? Of zie je dit anders? En hoe dan?
4. Wat vind je van City Making als mogelijk antwoord op de ontwikkeling van de binnenstad / Breda?
5. Zou je bereid zijn daar op een of andere manier aan bij te dragen? En hoe dan?
6. Wat wil je in dit kader (nog meer) kwijt?

Samen komen we tot de stad die Breda verdient!

**Initiatiefgroep
City Making Breda**
Get connected!

Presentatie Plan van Aanpak

Als het Plan van Aanpak klaar is, wordt dit toegelicht en gepresenteerd aan wethouder Bergkamp. Dat gebeurt tijdens een bijeenkomst. Wie mee heeft gedaan en/of geïnteresseerd is, kan daarbij aanwezig zijn. De initiatiefgroep is dan klaar en draagt de fakkel over!

Start City Making

Wanneer het plan klaar is, kan de City Making starten. De gemeenteraad heeft hiervoor € 200.000,- beschikbaar gesteld. Een zichtbaar aanspreekpunt is onderdeel van de City Making. Deze persoon gaat blijvend met de ontwikkeling en uitvoering aan de slag, samen met de stad.

Wat is de initiatiefgroep?

De initiatiefgroep is een tijdelijke groep vrijwilligers die de stad vertegenwoordigt. Hierin zitten vertegenwoordigers uit de retail, horeca, erfgoed, cultuur, toerisme, evenementen en onderwijs. Ruimte voor inbreng is er volop. Behalve via de stadsgesprekken is iedereen per email benaderbaar. Geef ons input! Samen komen we tot de stad die Breda verdient.

Kijk voor de Visie Binnenstad op: www.breda.nl/gemeente/notas/visie-binnenstad

De initiatiefgroep bestaat uit:

Arathorn Gummlich
arathorn@stappen-shoppen.nl
managing director Stappen & Shoppen en voorzitter Wandelerij / horeca binnenstad

Carmen van der Meer
carmen.vanderMeer@cbre.com
marketingmanager De Barones

Mikel de Jongh
mikel@beyerd.nl
eigenaar Café de Beyerd en Stichting Ondernemersfonds

Jet van Pruijssen
jetvanpruijssen@gmail.com
Toeristisch Fonds en general manager Oncle Jean

Wilbert van den Bosch
boschberaad@gmail.com
voorzitter Toeristisch Fonds

Willem van der Vis
willem@grotekerkbreda.nl
voorzitter Cultureel Platform en directeur Grote Kerk

Jan Weitering
janweitering@gmail.com
voorzitter Retail Platform Breda

Coert Vermeij
info@hallocoert.nl
procesadviseur City Making VOF Achter de Lange Stallen

Marcel Hermans
mml.hermans@breda.nl
gebiedsmanager binnenstad gemeente Breda

Saskia Nieuwesteeg
sa.nieuwesteeg@breda.nl
adviseur retail en horeca gemeente Breda

Charlotte Vermeulen
charlotte@vermeulencommunicatie.nl
eigenaar Vermeulen Communicatie

Met instemming van:

Eric de Bruijn
ericdebruijn@me.com
voorzitter evenementen alliantie

Patty Aartsen
pmm.aartsen@mvgm.nl
voorzitter VCOB (vastgoed eigenaren binnenstad)

Marlice Dreesen
directie@vvvbreda.nl
directeur VVV Breda



Breda is een stad met kwaliteiten

De Historie

De zichtbare en verhalende geschiedenis

Het Bourgondische karakter

Alles wat Breda te bieden heeft en de mensen die dit uitdragen

De Iconen

De grote markt, de Dj's, het Moti

To Do:

Goede initiatieven aan elkaar verbinden!



Wat gaan we daaraan doen?

Breda moet worden:

Uitdagender

Op een creatieve en innovatieve wijze

Aantrekkelijker

Comfortabeler en completer voor de Bredanaars en de bezoekers

Gastvrijer

Ontspannen en herkenbaar

To Do:

Breda in de top 3 van Nederland!



Toch is er iets aan de hand

Aantrekkingskracht

De sterke positie van Breda is verzwakt. Bestedingen en bezoeken lopen terug, de aantrekkingskracht van de binnenstad neemt af.

Profiel

Het profiel van de binnenstad is niet scherp genoeg. En, wat is de kracht van Breda nu eigenlijk?

Verbindingen

Tussen al het moois wat er is en gebeurt, ontbreekt het aan verbindingen. Er zijn veel initiatieven, evenementen en belangengroeperingen. Maar ze lopen naast elkaar in plaats van met elkaar.

Bekendheid

We maken niet (effectief) genoeg reclame voor Breda.

City Making Breda is?

Samenwerken

Samen tot vernieuwing en samenhang komen.

Organiseren en financieren

Door en met ondernemers, bewoners en gemeente. In de vorm van centrummanagement, citymarketing en hospitality management.

Doelen en richting

Het stellen en realiseren van korte termijn doelen. Maar ook zorgen voor een herkenbare en continue lijn in 'het merk Breda'.

