

ECONOMISCHE VISIE

**INTERNATIONALE
HOTSPOT
VOOR TOEGEPASTE
TECHNOLOGIE
EN CREATIVITEIT**

**SAMEN MAKEN WE BRED A ONDERNEMENDER,
GROENER EN VERRASSENDER**



Gemeente Breda



'HEY BREDA'

Zo spreken we elkaar hartelijk en enthousiast aan hier in de stad. Zeker als het om ondernemende, inspirerende ideeën gaat, hopen we ons beleid en onze plannen zo uitnodigend neer te zetten dat mensen met allerlei talenten zich erbij aansluiten. Samen zaken voor elkaar krijgen, onze lokale en regionale economie veerkrachtig en gezond houden, met nieuwe initiatieven stevig bijdragen aan werk en inkomen en vooral aan brede welvaart voor iedereen in Breda.

En dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. De feiten liegen er niet om: de economische groei in West-Brabant loopt achter bij prognoses voor Nederland en andere delen van Brabant. Tegelijkertijd neemt verstedelijking toe en zal het aantal inwoners in Breda de komende jaren nog behoorlijk toenemen. Dit betekent dat we samen aan de slag moeten om ook in de - nabije - toekomst voldoende banen te hebben in Breda. Naar schatting zo'n 110.000. Ondernemers, overheid en onderwijs zullen hiervoor de handen ineen moeten slaan. Om trefzeker te kunnen zijn en onze energie goed te benutten is de voorliggende visie ons vertrekpunt. Hey Breda is een oproep aan alle betrokkenen om buiten gebaande paden te treden, onverwachte ontmoetingen aan te gaan, innovatief en creatief samen te werken, kansen te benutten en bedrijfsprocessen te vernieuwen en verduurzamen. Veel gevraagd? Niet als we de uitdagingen met elkaar oppakken. Beter gezegd: aanpakken. Een visie voor de langere termijn gecombineerd met een strategie om onze ambities samen te waar te maken. Stevige stappen om met heldere keuzes en slimme routes individuele en gezamenlijke doelen te bereiken.

Geen mooier belang dan een gezamenlijk belang. Onderzoek toont aan dat bedrijven zich graag vestigen op locaties waar energieke, inspirerende ecosystemen bestaan. 'Communities' waarbinnen talenten en bedrijven goed gedijen. Ook blijkt dat innovatie, technologie en creativiteit steeds meer verschillende bedrijfsprocessen gaan beheersen. Dat hoogwaardige kennis onontbeerlijk wordt voor sectoren die voorheen meer ambachtelijk of traditioneel waren ingericht. Toegepaste technologie en creativiteit staan aan de basis van onze nieuwe stedelijke en regionale economie. Het zijn autonome groeiers en innovatieve aanjagers voor alle andere sectoren in onze brede economie.

Bescheidenheid siert of mogen we er trots op zijn?! Globalisering en het tijdperk van onbegrensde -social- media bepalen de spelregels in een concurrerende omgeving. In stilte goed zijn is niet van deze tijd. Keuzes maken, profileren en bouwen aan een sterk imago. Ook daartoe roepen we op met 'Hey Breda'. Internationale activiteiten, verrassende ontwikkelingen in de (binnen)stad, een innovatiecluster met opvallende creatieve hotspots... Lees erover in deze visie, deel het programma, de thema's en de aanpak. Samen maken we Breda ondernemender, groener en verrassender.

Boaz Adank, wethouder Economie



SAMENVATTING

Het economisch DNA

Breda is een stad met veel kwaliteiten. Mensen wonen en werken er graag en voelen zich verbonden met elkaar en de stad. De historische binnenstad biedt een groot aanbod aan winkels, horeca en evenementen. De gunstige geografische ligging heeft sterke aantrekkingskracht op nationaal en internationaal bedrijfsleven. De suikerindustrie vanuit het verleden is geleidelijk vervangen door zakelijke dienstverlening en de huidige kennis-economie. Handel en ondernemerschap behoren tot het Bredase DNA; het toepassen van nieuwe technologie en creativiteit vloeit daar logisch uit voort net als het vermarkten van al die kwaliteit. De beste hogescholen van Nederland staan in Breda. Deze vijf aan kennis en talent is metaforisch het 'nieuwe suiker', de grondstof die Breda volop benut in het technologisch-digitale tijdperk.

Grote uitdagingen

Als Breda deze kwaliteiten met scherpe focus en gezamenlijk met ondernemers, onderwijs en overheid inzet, kan de stad de toekomst aan. Mondiaal tekenen zich diepgaande veranderingen af: nieuwe technologieën, klimaat- en energievraagstukken, verschuiving van economische machten. Het tijdperk is uitdagend en veel zaken zijn complex en onvoorspelbaar. Zonder extra inspanningen blijft economische groei in West-Brabant naar verwachting achter. Dit wordt mede veroorzaakt door de vele traditionele MKB-bedrijven met een businessmodel dat aan het einde van de levenscyclus zit (de zogeheten cash cows.) Vernieuwing is noodzaak! Over 15 jaar is in feite ieder bedrijf een IT-bedrijf en leiden duurzaamheidseisen tot totaal nieuwe verdienmodellen.

Ambitie van Breda

Het Bredase bestuursakkoord 'Lef en Liefde 2018-2022' spreekt over kansen om Bredase economische voorspoed te verzilveren voor meer welvaart en meer keuze in banen. Dit impliceert de opdracht om een nieuwe economische visie te vormen samen met stakeholders uit bedrijfsleven, overheid en onderwijs; samen strategische keuzes te maken en te werken aan effectieve uitvoering. Het resultaat van dit gezamenlijk optrekken is een praktisch systeem van economisch navigeren, waardoor kansen optimaal benut worden om Breda ook in de toekomst economisch gezond en welvarend te houden. Met een focus op toegepaste innovatie en een sterk ecosysteem waarin ondernemerschap in de breedte kan bloeien heeft Breda de ambitie om een internationale hotspot te worden voor toegepaste technologie en creativiteit.

Visie: Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit

In 2030 excelleert Breda als 'internationale hotspot voor toegepaste technologie en creativiteit'. Ondernemers, onderwijsinstellingen en overheden vormen een levendig en effectief ecosysteem waarin mensen doelgericht samenwerken aan versterking van de economie en aan innovatieve oplossingen voor maatschappelijke opgaven. Zo wordt de economie in de breedte versterkt, nemen werkgelegenheid, inkomen en brede welvaart van Bredanaars toe en wordt de stad ondernemender, verrassender en groener.

Onderbouwing van de keuze

Breda kiest voor versterking van activiteiten op het vlak van (informatie)technologie en creativiteit met als belangrijkste argumenten:

- Aansluiting bij de gesignaleerde structurele veranderingen van de economie, vooral waar het gaat om de impact van nieuwe technologieën en verduurzaming. Bredase bedrijven ontkomen niet aan de noodzaak digitale en duurzame technologie te incorporeren in hun bedrijfsvoering;
- De kennisclusters technologie en creativiteit leveren direct een belangrijke bijdrage aan economische groei (driver) en functioneren indirect als katalysator voor vernieuwing in andere sectoren (enabler). Ze zijn daarmee essentieel voor het op peil houden van werkgelegenheid in de breedte van onze economie;
- Perfect passend bij de kwaliteiten van Breda:
 - Aanwezige kennis en talent: Breda huisvest uitstekende opleidingen voor toegepaste wetenschap op het gebied van ICT, games, engineering, media, kunst, vormgeving en meer. Deze opleidingen hebben een sterke positie en zijn grote aanjagers voor innovatie en economische groei.
 - De stad bouwt hiermee voort op een al nadrukkelijk aanwezig (internationaal) bedrijvencluster in deze sectoren.
 - Voor deze sectoren wordt de meeste groei verwacht de komende jaren.
- Aansluiting bij lokaal, regionaal en provinciaal beleid met een duidelijke eigen positie voor Breda in dit krachtenveld. De visie sluit aan bij het Verhaal van Breda, de economische strategie van de regio West-Brabant, de samenwerking in het kader van MidWest Brabant en de ambitie van de Provincie Noord-Brabant.

In het 'Verhaal van Breda' verbindt Breda als 'internationale schakelstad' op assen (grenzeloos), op kwaliteit (groen) en met elkaar (gastvrij). De economische visie draagt hieraan bij door de internationale focus op toegepaste innovatie, door te investeren in een groen en verrassend vestigingsklimaat en door het verbinden van ondernemers, onderwijsinstellingen en overheid in een sterk ecosysteem voor ondernemerschap.

Strategie

Ook voor deze economische visie geldt: 'Breda brengt het samen!' Om deze ambities te realiseren brengt Breda een levendig ecosysteem samen van ondernemers, onderwijs en overheid. Partijen die samen werken aan innovatieve oplossingen voor alle sectoren en maatschappelijke vraagstukken. De Gemeente Breda heeft hierbij een rol als facilitator door partijen samen te brengen rond thema's of locaties en ruimte te geven aan nieuwe ideeën, bijvoorbeeld in proeftuinen. Vaker ook zal de gemeente zelf initiatief nemen om nieuwe ontwikkelingen aan te jagen. De strategie bestaat uit een focus op technologie en creativiteit, daarmee ook de economie in de breedte te versterken en te zorgen voor het binden van talent.

De nieuwe strategie wordt uitgevoerd via drie programma's:

1 De kracht van toegepaste innovatie

Breda versterkt het innovatie-systeem met een focus op het toepassen van nieuwe technologie en creativiteit en bouwt zo aan sterke profilering als stad van toegepaste innovatie. Wij ondersteunen -clusters van- bedrijven met het waarmaken van hun ambitie om ideeën door te ontwikkelen en te vermarkten (business development). Samen realiseren we het Innovatie-district Breda met inspirerende locaties waar vernieuwing zichtbaar plaatsvindt.

2 Ondernemen met lef

Breda stimuleert ondernemerschap in de volle breedte; we ondersteunen bij start en groei en door het aantrekken van nieuwe bedrijvigheid. We stimuleren het MKB om nieuwe technologie en creativiteit toe te passen, om klaar te zijn voor de toekomst. Ook verduurzaming speelt hierbij een essentiële rol. Vanuit de gemeente streven we een uitmuntende dienstverlening na en bieden we nieuwe initiatieven ruimte.

3 Verrassende stad

Breda verbetert het vestigingsklimaat met een compleet en samenhangend aanbod van woonmilieus, winkels, horeca, cultuur en andere voorzieningen passend bij actuele en op de toekomst gerichte behoefte van inwoners en talent. Als gastvrije stad excelleert Breda en trekt (internationale) bezoekers aan door unieke beleving van erfgoed, cultuur en evenementen. De zakelijke markt wordt verrast door het aanbod aan beurzen, congressen, etc. De stad vormt een etalage om kennis en talent te tonen met exposities en festivals voor kunst, ambacht, creativiteit en toegepaste innovaties (bijvoorbeeld op het gebied van smart city, mobiliteit en duurzaamheid).

Naast deze programma's kent de strategie de thema's internationalisering, human capital en werklocaties. Ze passen logisch binnen elk programma, maar worden apart benoemd gezien het belang om op deze domeinen een samenhangende aanpak te presenteren.

Om de economische visie te laten slagen zijn een aantal randvoorwaarden van belang, bijvoorbeeld een goede fysieke en digitale infrastructuur, beschikbaarheid van de juiste arbeidskrachten, toegang tot financiering en kapitaal en een passend aanbod van kwaliteiten en voorzieningen, zoals woningen, cultuur, onderwijs, zorg, horeca, retail, sportvoorzieningen, parken en natuur. Vanuit de economische visie is het is vooral van belang bij deze voorzieningen te letten op de aantrekkelijkheid voor kenniswerkers, creatieven, talenten en expats.

De economische visie is input voor ander beleid van de Gemeente Breda, met name voor de Omgevingsvisie, maar ook voor de aanpak Internationalisering, het Masterplan Digitalisering en beleid voor de binnenstad. Op basis van deze visie zal ook nog specifiek economisch beleid worden uitgewerkt zoals op het gebied van detailhandel, horeca en overnachten en voor bedrijventerreinen en kantoren.

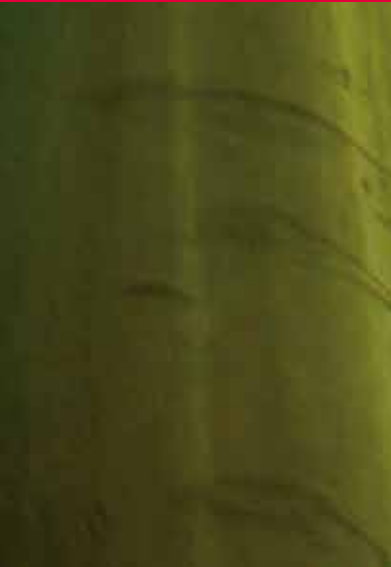


INHOUD

1	URGENTIE EN AANPAK	11
2	VISIE	15
3	ONDERBOUWING VAN DE VISIE	19
4	STRATEGIE	27

BIJLAGEN

- A STRATEGIE: AANPAK VIA PROGRAMMA'S EN THEMA'S
- B ECONOMISCHE ANALYSE



URGENTIE EN AANPAK

Grote mondiale uitdagingen

De komende jaren volgen grote veranderingen op het gebied van technologie en digitalisering elkaar in rap tempo op, terwijl ook duurzaamheidsvraagstukken en klimaatissues forse impact hebben op de economische ontwikkeling. De verwachting is daarnaast dat -mede als gevolg van mondiale veranderingen en machtsverschuivingen- de economische hoogconjunctuur niet zal aanhouden; de eerste signalen van stagnerende groei en dalend vertrouwen van consumenten en producenten tekenen zich af.

Achterblijvende groei West-Brabant

Vooralsnog is in Nederland voor het zesde jaar op rij sprake van economische groei; in 2019 neemt naar verwachting het bruto binnenlands product (bbp) met 1,5% toe¹. Dit betekent een flinke afkoeling van de economie. De provincie Noord-Brabant deed het jaren beter dan gemiddeld, maar deze voorsprong loopt terug en de prognose voor 2019 is 2,1%². Dit cijfer geldt voor de gehele provincie maar de praktijk heeft de afgelopen jaren echter uitgewezen dat de regio's binnen de provincie flink verschillen en dat West-Brabant achterbleef bij de prestaties van Zuidoost Brabant.

Gebrek aan tijdige vernieuwing is een reëel gevaar voor de West-Brabantse economie

"Essentiële sectoren en bedrijven in West-Brabant zitten min of meer aan het einde van hun levenscyclus" is één van de conclusies uit recent onderzoek naar de toekomst van de West-Brabantse economie door professor Pieter Tordoir (UvA) in opdracht van de 'Economic Board West-Brabant'. Dit grote aantal 'cash cows' zal het zwaar te verduren krijgen bij de verwachte impact van nieuwe technologieën. Vernieuwing is absolute noodzaak om deze bedrijven toekomstperspectief te bieden en daarmee werkgelegenheid te behouden.

Groei bevolking vraagt om groei banen

In tegenstelling tot veel andere gemeenten in West-Brabant, blijft in de Gemeente Breda het aantal inwoners de komende decennia toenemen. Vertaald naar arbeidsplaatsen, moet Breda in 2050 beschikken over minimaal 110.000 banen. De uitdaging zit erin om dit waar te maken binnen de dalende economische groeiprognoses en de transitieopgaven, die stevige impact zullen hebben op de aard van de bestaande banen en daardoor de kwalitatieve match met de beroepsbevolking.

1 Centraal Economisch Plan, CPB, maart 2019

2 ING Economische Bureau, december 2018

Aanpak

De complexiteit en dynamiek van onze maatschappij vraagt om het maken van keuzes. Onderzoek van onder andere het Planbureau voor de Leefomgeving³ toont aan dat economisch beleid in succesvolle steden en regio's zich kenmerkt door een duidelijke focus gebaseerd op aanwezige kwaliteiten en een gecoördineerde gezamenlijke aanpak. Niet op alle fronten acteren, maar juist de meest kansrijke zaken aanpakken om vanuit die successen ook andere sectoren en/of type ondernemingen te stimuleren. Daarnaast geldt het adagium 'wie kiest wordt gekozen': bedrijven bepalen hun vestigingsplaatskeuze steeds vaker op basis van het ter plaatse aanwezige ecosysteem. Als ik mij ergens vestig, vind ik dan gelijkgestemden waar ik inhoudelijk verder mee kom om te inspireren, te innoveren, gezamenlijk talenten in te zetten, etc.? Dit betekent ook voor Breda dat de stad duidelijk moet kiezen en het aanbod helder moet communiceren, met andere woorden: stevig en onderscheidend profileren.

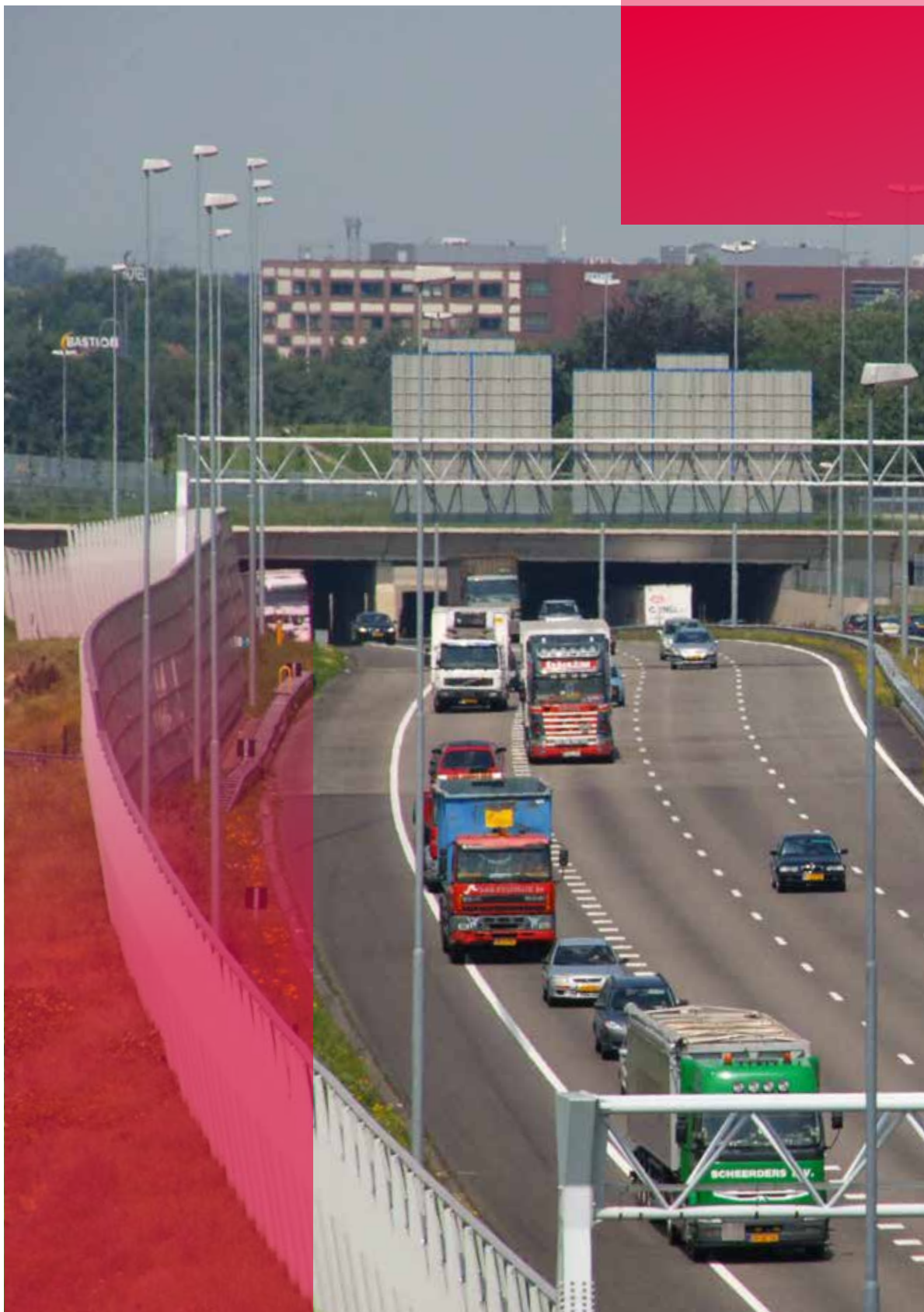
Om tot deze keuze te komen is een grondige analyse van trends en ontwikkelingen op verschillende schaalniveaus uitgevoerd, zijn de feitelijke ontwikkelingen in Breda en West-Brabant in beeld gebracht en heeft een evaluatie plaatsgevonden van eerder economisch beleid. Hierbij werd vanzelfsprekend rekening gehouden met lokale, regionale, provinciale en Europese beleidsdocumenten (o.m. Economische Agenda Breda (2017), het Verhaal van Breda, de Economische Strategie West-Brabant (Hub voor Vernieuwend Ondernemerschap, 2018), Structuurvisie 2030, Stedelijke Agenda Brabantstad, MKB Actieplan en Europa 2020.)

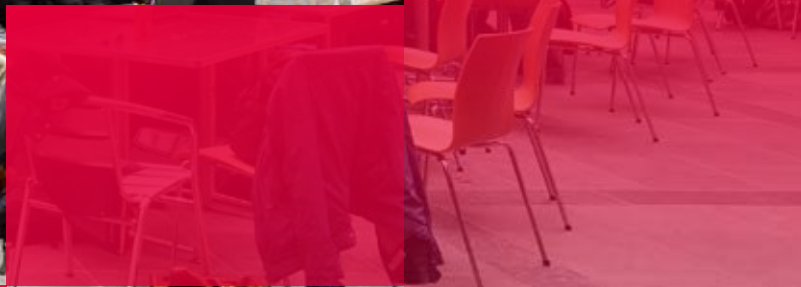
Gedurende het proces om tot deze economische visie te komen is een aantal interactieve sessies gehouden met ondernemers, kennisinstellingen en andere relevante partners voor de economische ontwikkeling van de stad. Hierdoor is al breed draagvlak ontstaan voor deze visie. Ook is gebleken dat er veel energie in de stad is om gezamenlijk aan de slag te gaan met de voorgestelde strategie en aanpak. Opvallend waren twee algemene hartenkreten van deelnemers:

- maak veel meer gebruik van de specifieke kwaliteiten die Breda heeft (grote talentenpool, strategische ligging, historisch karakter) om de noodzakelijke vernieuwing te realiseren;
- houd keuzes langer vol. Als je het bedrijfsleven en de kennisinstellingen vraagt zich aan een koers te committeren en hierop acties te ontwikkelen, dan kun je niet om de paar jaar switchen. Dit staat overigens los van de constante noodzaak om actueel te blijven en samen bij te sturen.

Deze visie ademt nadrukkelijk de intentie om hiermee aan de slag te gaan.

³ Stedelijke regio's als motoren van economische groei, Planbureau voor de Leefomgeving, 2017





VISIE

De wereldeconomie wordt onder invloed van fundamentele transitieën steeds dynamischer en complexer. Nieuwe technologieën, digitalisering, veranderende eisen op het gebied van klimaat, energie en duurzaamheid gaan grote impact hebben op de economie. Ook in Breda. Machtsverhoudingen verschuiven (naar het Oosten) en handelsrelaties staan onder druk. Opvattingen en rollen van burgers en overheid veranderen; welvaart is belangrijk, maar economische groei mag niet meer ten koste gaan van welzijn en het leefklimaat in de wereld. Door alle ontwikkelingen zijn voorspellingen kort houdbaar en wordt een toenemend beroep gedaan op aanpassingsvermogen en veerkracht.

De grote uitdagingen en transitieën die mondiaal spelen vragen om samenhang tussen sociale, economische en ecologische duurzaamheid. De VN heeft de mondiale agenda met zeventien 'Sustainable Development Goals' vastgesteld om de wereld tot een betere plek te maken in 2030. Breda heeft deze Global Goals onderschreven en plaatst deze economische visie bewust in deze mondiale context.

Breda heeft de kwaliteiten om deze uitdaging aan te gaan. Een stad met een gezonde economie waar ondernemers de ruimte krijgen en kunnen vernieuwen en waar talent tot bloei kan komen. Alle Bredanaars plukken hiervan de vruchten in de vorm van werk, inkomen en -brede- welvaart. Er is immers die goede geografische ligging met goede internationale bereikbaarheid, een fijn woon- en leefklimaat en een diverse economische structuur. Maar bovenal kan Breda gebruik maken van reeds in de stad aanwezige kennis en talent. Dit 'nieuwe suiker' van de kenniseconomie is dé grondstof om te benutten in dit technologisch-digitale tijdperk.

Visie: Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit

In 2030 excelleert Breda als 'internationale hotspot voor toegepaste technologie en creativiteit'. Ondernemers, onderwijsinstellingen en overheden vormen een levendig en effectief ecosysteem waarin mensen doelgericht samenwerken aan versterking van de economie en aan innovatieve oplossingen voor maatschappelijke opgaven. Zo wordt de economie in de breedte versterkt, nemen werkgelegenheid, inkomen en brede welvaart van Bredanaars toe en wordt de stad ondernemender, verrassender en groener.

Breda als Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit

"West-Brabant is een van de belangrijkste regio's voor agrofood, industrie en logistiek in Nederland en vooral de stadsregio Breda is daarnaast een belangrijk centrum voor kennisdiensten (...). Die functies op het vlak van commercie, kennistoelivering, regie en creativiteit kunnen een essentiële rol spelen voor het grijpen van kansen (...). Goede kennisdiensten zijn zuurstof voor vernieuwing" (prof. Tordoir, 2018)".

Bedrijven met als core business het ontwikkelen en toepassen van technologie en creativiteit kunnen het verschil maken omdat ze een potentiële bron vormen voor vernieuwing en daarmee economische activiteiten kunnen voortstuwen. Dit type bedrijven vormt een cluster dat nadrukkelijk groeit: met meer bedrijven en steeds meer werkgelegenheid. Oftewel dit cluster is een 'driver' voor autonome economische waardeontwikkeling en levert tegelijkertijd indirect toegevoegde waarde doordat het de meer traditionele bedrijven in stad en regio helpt om te vernieuwen. Deze vernieuwing is essentieel willen bedrijven ook in de toekomst concurrerend blijven en daarmee hun werkgelegenheidsfunctie op peil houden.

Binnen de bestaande sectorindelingen is het niet eenvoudig om activiteiten die passen bij het cluster technologie en creativiteit te rubriceren. Om begripsverwarring te voorkomen sluit Breda zoveel mogelijk aan bij het onderzoek in de regio West-Brabant naar de zogeheten kennisdiensten⁴. In algemene zin definieert het regionale onderzoek 'kennisdiensten' als bedrijven binnen de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) 'communicatie en informatie' en 'advies en specialistische zakelijke dienstverlening' met activiteiten op het vlak van informatietechnologie, informatie, telecommunicatie, speur- en ontwikkelingswerk, reclame en marktonderzoek en industrieel ontwerp en vormgeving. Dit onderzoek heeft de focus op het stuwende deel van de kennisdiensten dat autonoom omzet kan genereren buiten stad en regio; geen 'zuivere' levering van een dienst maar het bieden van een technologische oplossing in de vorm van een zelfstandig schaalbaar product. Breda kent binnen deze SBI-afbakening zo'n 5.000 bedrijven met in totaal zo'n 13.000 arbeidsplaatsen; sinds de afgelopen 5 jaar een groei van 14% respectievelijk 9%.

Breda heeft de regionale term 'kennisdiensten' vertaald naar het bredere begrip 'technologie en creativiteit.' Naast bovengenoemde SBI-categorisering zijn bedrijven met een sterke focus op technologie te vinden in verschillende andere sectoren, zoals de industrie en de zorg. Het aantal bedrijven in de brede scope technologie en creativiteit is nog veel groter, al kan daar geen exact getal aan gehangen worden. Duidelijk is dat Breda hiermee een stevige basis voor toekomstige ontwikkelingen heeft.

Het is Breda's ambitie om deze positie op het vlak van het toepassen van technologie en creativiteit te versterken. Internationale hotspot impliceert het zorgen voor meer activiteiten, meer reuring, meer business en meer talent dat hierop aanhaakt c.q. hierbij betrokken is. Last but not least werkt Breda in dit opzicht aan herkenbaarheid en een sterk imago. Aangezien technologie en creativiteit bij uitstek activiteiten zijn die zich over de landsgrenzen heen bewegen, heeft de Bredase ambitie een internationaal karakter. Naast de autonome groeiambitie, zet Breda technologie en creativiteit actief in voor de bestaande speerpuntsectoren in stad en regio. Dit gebeurt in nauwe samenhang met organisaties die op deze domeinen actief zijn. Het belang om technologische vernieuwing toe te passen binnen de logistiek, de agrosector, industrie, zorg en vrijetijdseconomie is evident.

Ook creativiteit met methoden zoals Design Thinking, Ideation en Imagineering kan ingezet worden om vraagstukken van bedrijven aan te pakken. Daartoe heeft Breda ook de Wet op het behoud van creativiteit ondertekend die uitnodigt tot onderzoek, experiment en creatieve groei.

Een Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit maakt de stad Breda ondernemender, groener en verrassender voor bewoners, bedrijven en bezoekers. Ondernemers, talent, onderwijsinstellingen en overheid zorgen voor een betere verbinding met elkaar en zetten daarmee in op vernieuwing en versterking van het ecosysteem. De gemeente ziet het als haar taak om een actieve rol te vervullen in het ontwikkelen van dit ecosysteem door:

- letterlijk en figuurlijk ruimte te geven aan experimenten;
- te zorgen voor aantrekkelijke vestigingsvoorwaarden;
- kansen te signaleren, te bieden en samenwerking te bevorderen;
- innovatieve ontwikkelingen een impuls te geven;
- partijen en kansen samen te brengen;
- veerkrachtig ondernemerschap te ondersteunen.





ONDERBOUWING VAN DE VISIE

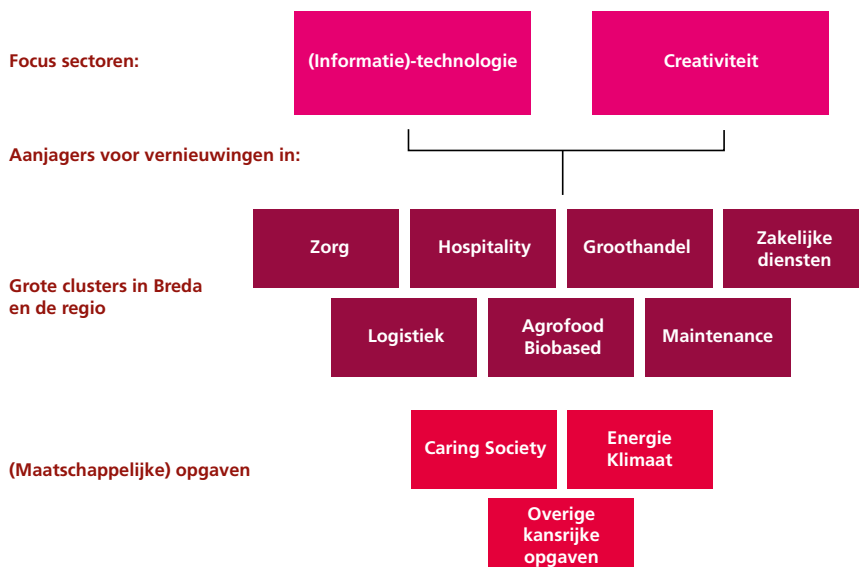
De kracht van verbinden

Eén van de belangrijkste doelen van -lokaal- economisch beleid is het stimuleren van vernieuwing. Vernieuwing als middel om positie te houden en uit te bouwen binnen het veranderende economisch krachtenveld om ook op langere termijn werkgelegenheid te waarborgen.

Het is duidelijk dat steeds meer sprake is van een kenniseconomie, waarbij het belangrijkste kapitaal het menselijk kapitaal is. Breda kan 'beschikken' over een relatief goed opgeleide beroepsbevolking en een grote talentenpool van studenten bij Avans Hogeschool, Breda University of Applied Sciences, Nederlandse Defensie Academie, ROC West-Brabant en de Rooi Pannen. Dit is een essentiële en continue bron voor vernieuwing, die we optimaal willen benutten. Breda richt zich actief op het aantrekken van nieuw talent, faciliteert studenten volop om zich tijdens hun studie in de stad te ontwikkelen en bindt hen ook na hun studie meer aan de stad door banen te bieden bij inspirerende bedrijven of de mogelijkheid een eigen bedrijf te starten.

Naast talent heeft Breda een snel groeiend cluster van bedrijven binnen de kenniseconomie. Het gaat om bedrijven op de vakgebieden technologie (IT, data, robotica, etc.) en creativiteit (ontwerp, design thinking, imagineering, reclame, etc). Dit zijn in potentie bedrijven die een sterke groei kunnen realiseren. Bovendien is zo'n 50% van de regionale startups te vinden in deze sector. Breda zet in op versterking en groei van dit cluster. Zowel voor het cluster zelf en de aantrekkingskracht ervan op talent, als vanuit de overtuiging dat zij kunnen bijdragen aan de vernieuwingslag en daarmee het toekomstperspectief van bedrijven in andere sectoren versterken. Technologie en creativiteit zijn 'key' en voorzien daarmee in een essentiële behoefte. Met andere woorden: door een focus op het toepassen van nieuwe technologie en creativiteit versterken we de economie in de breedte en leveren wij ook een bijdrage aan het oplossen van maatschappelijke vraagstukken.

Schema Focus en relatie met andere sectoren en maatschappelijke opgaven



'Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit'; de beste keuze

Er zijn vier essentiële argumenten waarom Breda deze keuze maakt:

1. Aansluiting bij structurele ontwikkelingen;
2. Essentiële aanjager voor noodzakelijke vernieuwing economie in de volle breedte;
3. Samenhang met specifieke kwaliteiten van de stad;
4. Verbinding economische visie met strategische Bredase ambities in bredere context.

1 Aansluiting bij structurele ontwikkelingen

Met de keuze voor toegepaste technologie en creativiteit speelt Breda in op ontwikkelingen die onze samenleving en economie structureel gaan veranderen, zoals:

- **Technologie en digitalisering**
Technologische ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op. De verwachte impact van big data, robotisering, artificial intelligence, etc. is groot en brengt onder meer met zich mee dat veel van de huidige banen verdwijnen of van karakter veranderen. Andere kennis en vaardigheden nemen in belang toe, bijvoorbeeld op het gebied van innovatie, creativiteit, ICT en een ondernemende houding. De voorspelling is dat over 15 jaar ieder bedrijf in meer of mindere mate een IT-bedrijf is. Oftewel bedrijven in bijvoorbeeld logistiek, agrofood of zorg hebben feitelijk geen andere optie dan constant mee te bewegen en informatietechnologie steeds meer onderdeel te laten zijn van hun core business.
- **Geopolitieke ontwikkeling en globalisering**
Het zwaartepunt van de wereldeconomie verschuift meer en meer naar het oosten. Westerse landen moeten rekening houden met minder hoge economische groeicijfers. Het belang van de voorsprong van Nederland als kenniseconomie neemt hierdoor toe. Evenals het belang om te focussen op internationale groeimarkten. In West-Europa neemt het belang van het begrip 'brede welvaart' toe. En parallel hieraan het belang van factoren als gezondheid en duurzaamheid.
- **Klimaat, energie en grondstoffen**
Klimaatverandering en de daaruit voortvloeiende energietransitie vormen een maatschappelijke opgave van ongekennde omvang. Daarnaast gaat de grondstoffen schaarste grote economische betekenis krijgen. Steeds meer bewoners en bedrijven raken overtuigd van het belang van een fundamenteel andere benadering van en omgang met voedselproductie, energie en grondstoffen. Zo'n 30% van het MKB verwacht binnen 10 jaar businessmodellen fors te moeten aanpassen aan deze veranderende omstandigheden. Technologie en creativiteit faciliteren het maken van deze slag.
- **Overige ontwikkelingen**
Naast structurele veranderingen op wereldniveau zijn er ook meer lokale en regionale trends te benoemen die van invloed zijn op de strategische keuzes die Breda moet maken. Zo zal de bevolking van Breda de komende jaren nog verder groeien en blijven vergrijzing en ontgroening issues. Er is een transitie gaande op de arbeidsmarkt waardoor banen naar elders verschuiven en nieuwe vaardigheden worden verwacht van werknemers. Producenten zoeken meer naar regionale partners voor kortere ketens. Retail zal verder digitaliseren terwijl tegelijkertijd van deze sector meer maatschappelijke verantwoordelijkheid wordt gevraagd. Het belang van beleving en vrijetijd neemt toe.

2 Essentiële aanjager voor noodzakelijke vernieuwing

West-Brabant is één van de belangrijkste industrieregio's van Nederland. Tot een eeuw geleden domineerde de landbouw nog bijna volledig, daarna ontstonden industriële clusters rond suiker, metaal en machinebouw. Mede als gevolg van een internationale treinverbinding werd de regio een belangrijk logistiek centrum. Na de Tweede Wereldoorlog werd deze ontwikkeling door de industrialisatiepolitiek verder versterkt: door een gunstige ligging, moderne bedrijventerreinen en aantrekkelijke regelingen, streken veel -buitenlandse- bedrijven in de regio neer. West-Brabant, met Breda als commercieel dienstencentrum, transformeerde zo in relatief korte tijd van primair agrarisch gebied naar een diverse economie.

Het onderzoek naar een nieuwe regionale strategie⁵ stelt dat niet mag worden aangenomen dat het in West-Brabant goed blijft gaan. Het succes is tot nu toe vooral gebaseerd op de gunstige ligging tussen de mainports Rotterdam en Antwerpen, het grote achterland en de aanwezige ruimte voor groei. West-Brabant is cru gesteld een overloopgebied en wingewest. Het onderzoek constateert ook dat sterke bedrijven van eigen bodem schaars zijn en dat de samenwerking tussen bedrijven onderling relatief beperkt is. Dit is een zorgpunt: gunstige ligging en ruimte volstaan niet langer om economische kracht en werkgelegenheid te behouden en te versterken. Er is economische vernieuwing nodig: nieuwe activiteiten voor ondernemerschap dat is geworteld in de regio. Samenwerking en netwerkvorming over de grenzen van sectoren en gebieden heen is daarbij van essentieel belang.

Bij het stimuleren en faciliteren van deze vernieuwing hebben bedrijven op het gebied van techniek/technologie en creatieve ondersteuning een sleutelrol. Deze diensten leveren rechtstreeks een belangrijke bijdrage aan de economische groei (driver) en door het stimuleren en creëren van innovatieve oplossingen voor andere sectoren en maatschappelijke uitdagingen fungeren zij ook als katalysator en leveren indirect een bijdrage aan de concurrentiekracht van de bestaande sectoren (enabler.)

Schema kennisdiensten driver en enabler



5 Economische Hub West Brabant, prof. Tordoir, 2018

3 Samenhang met specifieke kwaliteiten van de stad

- **Het talent en het kennisprofiel (hbo/mbo)**

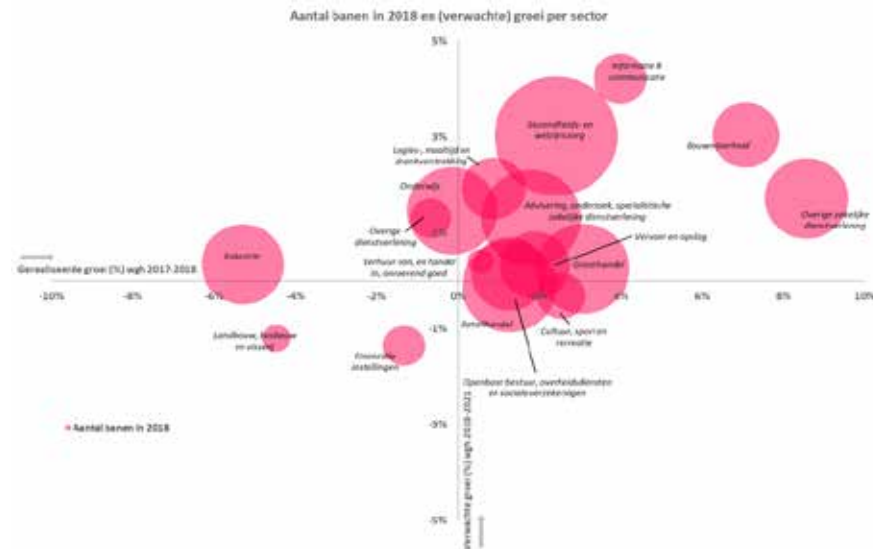
Breda huisvest uitstekende opleidingen voor toegepaste wetenschap en vakmanschap op het gebied van ICT, games, engineering, media, kunst, vormgeving en meer. Deze opleidingen hebben een sterke positie en zij leveren het talent dat essentieel is voor het toekomstbestendig maken van onze economie. Technologie, creativiteit en innovatie richten zich op thema's die aansluiten bij vraagstukken van bedrijfsleven en maatschappij. Breda heeft bovendien ondernemerschap en handel in de genen en weet nieuwe technologie en creativiteit toe te passen en te vermarkten. In deze visie staat talent centraal.

Overzicht diverse opleidingen en lectoraten die passen bij het profiel **Technologie en Creativiteit**

Opleidingen	Onderzoeksdomeinen en Expertisecentra	Lectoraten/Experts
Avans Hogeschool		
Techniek: Industrial Engineering, Werktuigbouwkunde, Chemie, Chemische Technologie, Milieukunde, Elektrotechniek, Mechatronica, Biologie en Medisch Laboratoriumonderzoek, Mens en Techniek, Technische Informatica, Business IT & Management	Technische Innovatie Sustainable Business Biobased Economy	Innovatie Bouwproces en Techniek Robotica Datascience en ICT 6 lectoraten waaronder Sustainable Strategy and Innovation Sustainable Working and Organizing Biobased Energy Biobased Producten Biobased Bouwen
Creatief & Communicatie: Communication en Multimedia Design (CMD), Communicatie, AKV St.Joost (beeldende kunst, vormgeving)	Art, Design and Technology	Mensgericht creëren Autonom Maken
Breda University of Applied Sciences		
Media en Games: Creative Business (Media) (executive) Master Media Innovation Creative Media and Game Technology (Games) Master Game Technology	Games Media	Creative and Entertainment Games Digital Media Concepts Applied Games, Innovation and Society Imagineering
Techniek: Logistics Engineering en Management Built Environment	Logistics Built Environment	Urban Intelligence Sustainable Business Sustainable Tourism and Transport
ROC West-Brabant (Curio)		
Techniek Bouw Media, Vormgeving en ICT Transport en Logistiek		
Nederlandse Defensie Academie		
Militair Wetenschappelijke opleiding		

- **Het bestaande (internationale) bedrijvencluster vormt de basis**
Met deze keuze bouwt de stad voort op de bestaande basis gevormd door de vele bedrijven in technologie en creatieve sector. Enkele voorbeelden van grote en kleine bedrijven die vallen in het cluster (informatie-)technologie en creativiteit zijn CM, iAdvise, Dataleaf, Payper, AXI, Handpicked Agencies, Netvies, Yonego, The Urban Future, Stitch Heads en Room Raccoon. De sector telt in Breda anno 2019 zo'n 5.000 bedrijven. Ook in andere sectoren werken bedrijven actief met nieuwe technologie en kunnen daarmee een grote bijdrage leveren aan de innovatie-oriëntatie van het Bredase en regionale bedrijfsleven. Voorbeelden: SPIE, VDL, Grass Valley, BioScienz, Inno4Life, Ex-Robotics et cetera.
- **Er wordt groei in deze sectoren verwacht**
In termen van werkgelegenheid zullen de sectoren Informatie- en Communicatie Technologie (ICT), Zakelijke Dienstverlening en Advisering de komende jaren verder groeien en wat directe werkgelegenheid betreft op langere termijn ook gunstig perspectief hebben.

Schema Aantal banen in 2018 en (verwachte) groei per sector



Bron: Regionale werkgelegenheidsenquête & CBS, bewerking O&I Gemeente Breda

4 Verbinding economische visie met strategische Bredase ambities in bredere context

Deze economische visie hangt nauw samen met het 'Verhaal van Breda' waarop de strategische ambities van de stad zijn geënt. Het profiel 'Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit' sluit uitstekend aan bij de strategie van de regio West-Brabant ('Hub voor vernieuwend ondernemerschap') de samenwerking in het kader van MidWest Brabant en past perfect bij de ambitie van de provincie Noord-Brabant om toonaangevende innovatieregio in Europa te zijn. Op alle schaalniveaus leveren we hiermee een bijdrage aan de ambitie van de Europese Unie om zich te ontwikkelen tot een concurrerende, sociale en groene markteconomie.

- **Verhaal van Breda**

Het Verhaal van Breda is in 2016 opgetekend om de strategische koers van Breda te bepalen en stad en dorpen duurzaam aantrekkelijk te kunnen positioneren bij bewoners, bezoekers, bedrijven en studenten. Een aantrekkelijke stad zorgt ook op lange termijn voor voldoende welvaart voor alle inwoners. Uit het Verhaal blijkt dat mensen in Breda alles met plezier doen (een actieve open houding en met gezamenlijke energie), dat Bredanaars goed zijn in grenzeloos ondernemen (verrassend verbinden en levenslang leren) en dat de stad een hoge kwaliteit van leven en werken biedt (dit uit zich in ligging, karakter en verschijningsvorm). In 2017 is het verhaal van Breda vertaald naar een merkstrategie met het motto 'Breda brengt het samen'. Als 'internationale schakelstad' verbindt Breda op assen (grenzeloos), op kwaliteit (groen) en met elkaar (gastvrij.) Deze economische visie draagt strategisch en tactisch/operationeel bij aan de realisatie van deze drie ambities:

- **Grenzeloos (op assen)**

Als belangrijk knooppunt in West-Europa verbindt Breda mensen in een steeds grotere omgeving: nationaal en internationaal. Vanuit economie wordt hieraan bijgedragen door de keuze voor 'internationale hotspot voor toegepaste technologie en creativiteit' en daarmee het stimuleren van innovatie door het bijeenbrengen van mensen en ideeën, ook over de grenzen van sectoren en onze landsgrenzen heen.

- **Groen (op kwaliteit)**

van wonen en werken in een historische en groene omgeving met goede stedelijke faciliteiten en oog voor duurzaamheid. Vanuit economie wordt hieraan bijgedragen door te investeren in het vestigingsklimaat. Door ruimte voor bedrijven in optimale balans te brengen met de verrassende stad, die verleidt, boeit en bindt.

- **Gastvrij (met elkaar)**

een stad waar mensen elkaar ontmoeten en aandacht hebben voor elkaar en hun omgeving. Vanuit economie wordt hieraan bijgedragen door ondernemers met lef te ondersteunen en het ecosysteem voor ondernemerschap te versterken.

- **'Hub voor vernieuwend ondernemerschap' (economische strategie West-Brabant)**

Om economische kracht te behouden en te versterken is vernieuwing nodig: het verduurzamen en verslimmen en het versterken van samenwerking tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheid. Sterke regionale economische ecosystemen hebben de toekomst. In de West-Brabantse strategie, opgesteld door de Economic Board West-Brabant (triple helix gevormd), wordt de keuze voor de topsectoren Agrofood, Maintenance en Logistiek gecontinueerd. Tegelijkertijd zijn daarbij de kennisdiensten genoemd als potentieel nieuw programma. Dit als zelfstandige sector en vernieuwer voor de genoemde topsectoren.

De Economische Visie van Breda sluit hier nauw bij aan en geeft een nadere invulling aan de rol die de stad in de regio kan spelen op elk van de drie regionale programmalijnen:

- **Community Building**

Breda werkt aan het versterken van het innovatiesysteem (netwerk) en maakt dit beter zichtbaar.

- **Business Development**

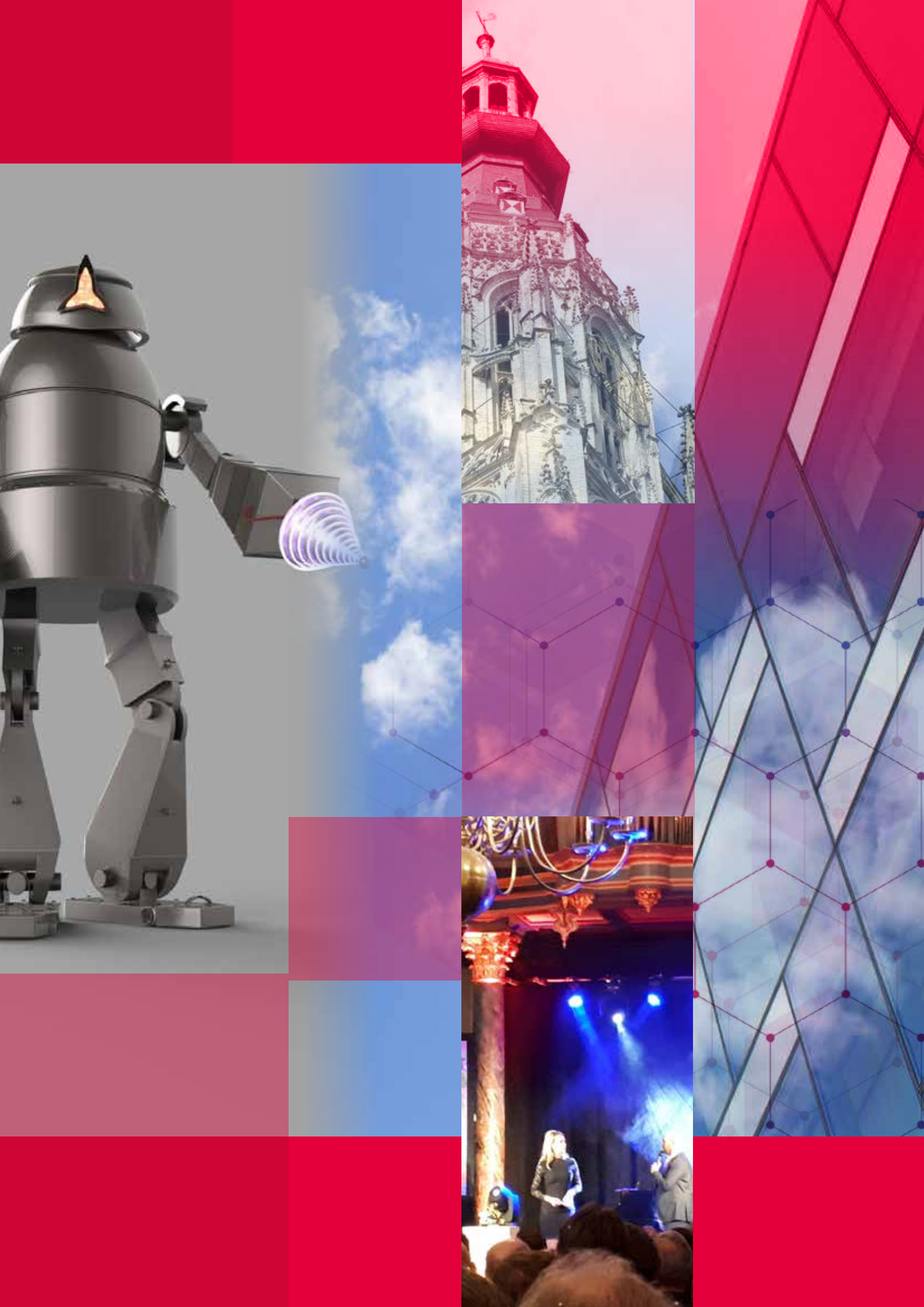
Breda is sterk in het toepassen van nieuwe technologie en creativiteit en brengt bedrijven en kennisinstellingen rond concrete marktkansen (cross-sectoraal) bijeen. Dit gebeurt in de vorm van evenementen, proeftuinen en ondersteuningsprogramma's (bijvoorbeeld rond startups en scale-ups).

- **Innovation Hotspots**

De regionale strategie gaat uit van een grote en unieke hotspot locatie om innovatie en kennisdiensten en samenhangende activiteiten van een landmark te voorzien. Als centrumstad gaat Breda deze innovatie-hotspot realiseren als onderdeel van een breder innovatie-district. Een fysieke plek waar innovatie zichtbaar wordt; waar ondernemers, werknemers, studenten en 'creatieven' werken; elkaar ontmoeten en inspireren; en gezamenlijk de energie van Breda beleven. Deze hotspot wordt bovendien het baken voor een gezamenlijke, verbindende koers met andere innovatiesites in Breda en regio.

- **Noord-Brabant als Top Innovatie Regio in Europa**

De Provincie Noord-Brabant heeft de ambitie om een Top Innovatie Regio in Europa te zijn. Vanuit de grote steden in Brabant (Brabantstad genoemd) wordt ingezet op krachtige steden als economische broedplaatsen. De Brabantse kenniseconomie ontwikkelt zich, mede door de goede spoorverbindingen, als een netwerk van plaatsen waarbinnen kenniswerkers, bedrijven en opleidingen met elkaar verbonden zijn. Binnen deze gezamenlijke Brabantse ambitie, hebben de individuele steden hun eigen profiel. Eindhoven excelleert in high tech en design, Den Bosch richt zich op datascience en Tilburg op smart industry/logistics en social innovation. Breda sluit hierop aan met het eigen, onderscheidend profiel: toegepaste technologie en creativiteit. Vanuit deze profielen wordt door samenwerking in diverse verbanden de slagkracht vergroot. Het gaat hierbij onder meer om B5 en BOEL-M. Ook zoekt Breda nadrukkelijk de samenwerking met Tilburg op, wat onder meer terug te zien is in de samenwerking Midwest Brabant. Hierbij werken de regio's van de centrumsteden Tilburg en Breda samen om koploper te worden in verantwoorde productie en distributie. De Regiodeal Midden- en West-Brabant (Makes & Moves) is hiervan een belangrijk resultaat.



STRATEGIE

Inleiding

Bij deze visie hoort een uitvoeringsstrategie waarbij intensieve samenwerking met partners binnen en buiten de gemeente voorop staat. Breda bouwt voort op de kwaliteiten, goede initiatieven en krachten in de stad. Vanuit een gezamenlijke focus wordt samenwerking tussen ondernemers, onderwijs, overheid, werknemers, studenten en talenten sterker en krijgt Breda een toekomstbestendige economie.

Samenhangende aanpak

Volgens het Planbureau voor de Leefomgeving⁶ zijn er twee belangrijke impulsen nodig die eraan bijdragen dat economische vernieuwing in een stedelijke regio tijdig kan plaatsvinden. Dit gebeurt door:

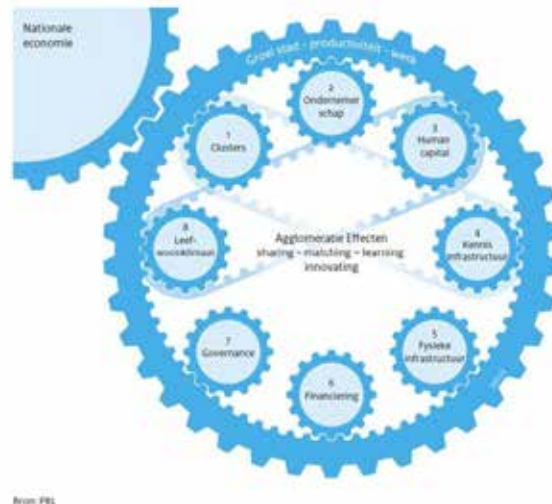
- massa te creëren rond opkomende, kansrijke nieuwe economische activiteiten
- vernieuwingsimpulsen aan te wakkeren /te genereren in regionaal sterk vertegenwoordigde sectoren die in een neergaande fase dreigen te raken.

Deze principes komen terug in de strategische aanpak voor Breda. We leggen een focus op versterking van de (informatie)technologie en creatieve sector en willen daarmee ook de bestaande (vaak grotere) meer traditionele sectoren een vernieuwingsimpuls geven. Het stimuleren van economische groei vraagt daarnaast om een aanpak waarbij alle relevante aspecten (raderen) in samenhang in beweging zijn (clusters, ondernemerschap, human capital, kennisinfrastructuur en fysieke infrastructuur, toegang tot financiering, bestuur en woon- en leefklimaat. De kern hierbij wordt gevormd door de mechanismen van matching-sharing-learning en innovatie. Deze strategie sluit hierbij aan.

Schema Waarom groeien steden?

Waarom groeien steden?

Onderlinge verbanden tussen de raderen



⁶ Stedelijke regio's als motoren voor economische groei, Planbureau voor de Leefomgeving, 2017

Versterken van het ondernemers-ecosysteem

'Breda brengt het samen' geldt onverkort voor de economische ambities en strategie van onze stad. Immers, samenwerking is de basis voor het bouwen aan een duurzaam ecosysteem waarin partijen elkaar goed weten te vinden en waarin verrassende ontmoetingen (ook cross-sectoraal) tot stand komen. Breda zet in op het versterken van de (formele) netwerken tussen bedrijven, ondernemers, talent en andere partners.

"Welvaart genereer je door de condities die ondernemerschap mogelijk of juist onmogelijk maken, te beïnvloeden. Denk aan wet- en regelgeving, infrastructuur en effectieve vraag. Verder zijn van belang: cultuur, netwerken, leiderschap, financiering, talent, intermediaire diensten en nieuwe kennis door hogescholen of universiteiten of kennisintensieve bedrijven. Heb je dat op orde, dan heb je een economisch walhalla."

Professor Erik Stam – 'The Dutch Entrepreneurial Ecosystem' (2014)

De overheid heeft in het ecosysteem een belangrijke rol als facilitator, door partijen samen te brengen en zwakke punten in het systeem gezamenlijk om te buigen, en specifieke rollen bijvoorbeeld bij talentontwikkeling en kennisontwikkeling. De overheid is steeds vaker actief in publiek-private samenwerkingsverbanden voor innovatie, campussen en ondernemerschapsprogramma's.

Breda versterkt het ecosysteem door:

- samenwerking tussen onderwijs en bedrijven te bevorderen;
- samenwerking op werklocaties en in netwerken te ondersteunen;
- triple helix samenwerkingsverbanden rond bepaalde thema's te faciliteren, zoals een startup community of innovatie community. De Gemeente Breda pakt vooral een rol als initiator bij het opzetten van deze samenwerkingsverbanden of faciliteert andere partijen bij de opbouw ervan;
- de samenwerking tussen de verschillende overheidsinstellingen en instituties (governance) te verbeteren, op stedelijk en regionaal/provinciaal niveau.

De juiste randvoorwaarden

De economische visie hangt nauw samen met andere visie- en ontwikkeltrajecten in de stad. Vanuit de Opgave Economie levert de gemeente een bijdrage aan de juiste randvoorwaarden en systeemelementen in het 'entrepreneurial ecosystem'. Het organiseren van sommige randvoorwaarden ligt op andere beleidsterreinen en/of bij externe partijen, zoals

- **goede fysieke infrastructuur;**
Bereikbaarheid van werklocaties en reistijden voor woon-werkverkeer zijn belangrijke randvoorwaarden voor bedrijven en werknemers. In het bijzonder voor de logistieke sector en groothandel die in Breda goed vertegenwoordigd zijn. De autowegen A58, A16 en A27 en de noordelijke rondweg zijn belangrijke verkeersaders met veel filedruk. Ook ondernemers in het centrum moeten belevend kunnen worden.
- **digitale infrastructuur**
De digitale connectiviteit is voor een kenniseconomie een essentiële basisvoorwaarde. Breda loopt achter met aansluiting op glasvezel; op dit moment worden de eerste woonwijken hierop aangesloten. Op bedrijventerreinen is de glasvezel basisinfrastructuur beschikbaar, de fysieke aansluiting van de bedrijfspanden moet nog uitgevoerd worden. Het buitengebied (met name van belang voor smart farming) dient nog aangesloten te worden. Naast glasvezel is draadloze connectiviteit essentieel, wifi is als huidige technologie al beschikbaar. Nieuwe technologieën, zoals 5G, Internet of Things (IoT) en LoRa dienen noodzakelijk onderdeel te zijn van toekomstige digitale infrastructuur. De Bredase infrastructuur zal aangesloten worden op een breder Brabants netwerk

(Brabantring.) Waar mogelijk zullen we data delen met bedrijven en kennisinstellingen (bijv. via een datacenter innovatiepartnership.)

- **human capital;**

Goed gekwalificeerd personeel vinden staat bovenaan het lijstje van belemmeringen van het MKB⁷. Buiten de acties die in het thema Human Capital worden uitgewerkt, kan de Gemeente Breda via haar Participatiebeleid een bijdrage leveren aan het oplossen van knelpunten door een goede matching en investeren in de juiste vaardigheden van mensen (21st century skills.)

- **beschikbaarheid van financiering en kapitaal;**

Beschikbaarheid en toegang tot kapitaal vormen vooral een knelpunt voor startups en scale-ups. Financieringsinstrumenten van de overheid richten zich dan ook meestal op deze doelgroepen. Daarnaast kan de overheid de toegang tot kapitaal verbeteren door het organiseren van financieringstafels en beschikbaar stellen van vouchers voor financieringsplannen, te realiseren in samenwerking met REWIN.

- **aanbod en kwaliteit van voorzieningen**

Het aanbod van woningen, culturele voorzieningen, onderwijs, zorg, horeca, retail, sportvoorzieningen, parken en natuur zijn relevante bouwstenen in het ondernemers-ecosysteem. Op de woonaantrekkelijkheidsindex⁸ scoort Breda nog niet bijzonder goed op de aspecten Veiligheid (38e plek van de 50 grootste gemeenten), Cultureel aanbod (35e), Bereikbaarheid (29e) en Culinaire aanbod (27e). Bij het verbeteren van deze voorzieningen dient Breda specifiek rekening te houden met hoogopgeleide, creatieve en innovatieve werknemers (kenniswerkers) waarvoor Breda optimaal aantrekkelijk moet zijn. Dit geldt ook voor internationale werknemers en studenten waarvoor een passend aanbod aan woningen en culturele voorzieningen aanwezig moet zijn. De Internationale School Breda is daarbij een belangrijke vestigingsvoorwaarde, een voorziening van regionale betekenis.

De aanwezigheid van kunst, cultuur en erfgoed behoren tot de belangrijkste drijfveren bij de keuze van de woonplaats. Met name hoger opgeleiden kiezen bij voorkeur voor een karakteristieke en levendige woonomgeving. Datzelfde geldt binnen het bedrijfsleven. Steden met een levendig cultureel aanbod hebben een hoge aantrekkingskracht op bedrijven uit binnen- en buitenland. In de nieuwe Bredase cultuurvisie 'In verband met cultuur' wordt de economische waarde van cultuur onderschreven en wordt ingezet op het verder versterken van het aanbod met onder meer een cross-sectorale aanpak, internationalisering, kunst en cultuur in de openbare ruimte en de inzet van het Havenkwartier als culturele hotspot.

Relatie met ander beleid

De economische visie is input voor ander beleid van de Gemeente Breda, met name voor de Omgevingsvisie, maar ook voor de aanpak Internationalisering, het Masterplan Digitalisering en beleid voor de binnenstad. Op basis van deze visie zal ook nog specifiek economisch beleid worden uitgewerkt zoals op het gebied van detailhandel, horeca en overnachten en voor bedrijventerreinen en kantoren.

7 Ondernemers en waardecreatie, KVK, juni 2019

8 Atlas voor gemeenten, 2019

Strategie: programma's en thema's

De strategie bevat drie programma's en drie thema's. In het uitvoeringsprogramma worden daaraan per onderdeel de strategische focus en een concrete aanpak gekoppeld. Dit samenhangende geheel vormt de ambitieuze opgave waarmee gemeente en samenwerkingspartners de komende tien jaar (2030) aan de slag gaan.

Deze visie is gemaakt voor de langere termijn en tegelijkertijd beweegt de wereld snel. Dus vormen de voorgestelde actielijnen een 'ongoing proces' om de komende jaren met betrokkenheid van partners in en buiten de stad, uit te werken in concrete acties en projecten.

Schema strategie met een aanpak via 3 programma's en 3 thema's



Programma's

1. De kracht van toegepaste innovatie

Breda versterkt het innovatie-systeem met een focus op het toepassen van nieuwe technologie en creativiteit en bouwt zo aan sterke profilering als stad van toegepaste innovatie. Wij ondersteunen -clusters van- bedrijven met het waarmaken van hun ambitie om ideeën door te ontwikkelen en te vermarkten (business development). Samen realiseren we het Innovatie-district Breda met inspirerende locaties waar vernieuwing zichtbaar plaatsvindt.

2. Ondernemen met lef

Breda stimuleert ondernemerschap in de volle breedte; we ondersteunen bij start en groei en door het aantrekken van nieuwe bedrijvigheid. We stimuleren het MKB om nieuwe technologie en creativiteit toe te passen, om klaar te zijn voor de toekomst. Ook verduurzaming speelt hierbij een essentiële rol. Vanuit de gemeente streven we een uitmuntende dienstverlening na en geven we waar mogelijk ruimte aan nieuwe initiatieven.

3. Verrassende stad

Breda verbetert het vestigingsklimaat door een compleet en samenhangend aanbod van woonmilieus, winkels, horeca, cultuur en andere voorzieningen passend bij actuele en op de toekomst gerichte behoefte van inwoners en talent. Als gastvrije stad excelleert Breda en trekt (internationale) bezoekers aan door unieke beleving van erfgoed, cultuur en evenementen. De zakelijke markt wordt verrast door het aanbod aan beurzen,

congressen, etc. De stad vormt een etalage om kennis en talent te tonen met exposities en festivals voor kunst, ambacht, creativiteit en toegepaste innovaties (bijvoorbeeld op het gebied van smart city, mobiliteit en duurzaamheid).

Thema's

Naast deze programma's kent de strategie een drietal thema's die logisch binnen elk programma passen, maar apart worden benoemd gezien het belang om op deze domeinen een samenhangende aanpak te presenteren.

4. Internationalisering

Breda versterkt de internationale concurrentiepositie door een aantrekkelijke vestigingslocatie te zijn voor buitenlandse bedrijven, werknemers en talenten. We helpen Bredase bedrijven om goed de weg naar internationale markten te vinden en we versterken het internationale leefklimaat in Breda door het bieden van de juiste randvoorwaarden zoals woningaanbod, culturele voorzieningen en een internationale school.

5. Human Capital

We streven naar duurzame werkgelegenheid, waarbij vraag en aanbod op de arbeidsmarkt optimaal op elkaar aansluiten. Daarvoor werken we aan het oplossen van knelpunten in belangrijke sectoren zoals techniek en zorg, én zoeken we naar kansen voor nieuwe banen (bijvoorbeeld als gevolg van de energietransitie.) We zetten in op duurzame inzetbaarheid van werkenden en binden ons talent met aantrekkelijke banen en een passend leefklimaat.

6. Werklocaties

Breda biedt bedrijven de ruimte om zich te vestigen, te ondernemen en te groeien. Hiervoor hebben we voldoende aanbod aan werklocaties beschikbaar (kwantiteit) en een gevarieerd en verrassend aanbod aan soorten werkmilieus (kwaliteit.) We realiseren nieuwe werklocaties, we maken bestaande locaties toekomstbestendig en creëren aantrekkelijke vestigingsmilieus voor met name bedrijven uit de kenniseconomie en creatieve sector.



ECONOMISCHE VISIE

**BIJLAGE A
STRATEGIE: AANPAK VIA
PROGRAMMA'S EN THEMA'S**



INHOUD

PROGRAMMA 1

De kracht van toegepaste innovatie.....7

PROGRAMMA 2

Ondernemen met lef 11

PROGRAMMA 3

Verrassende stad..... 15

THEMA

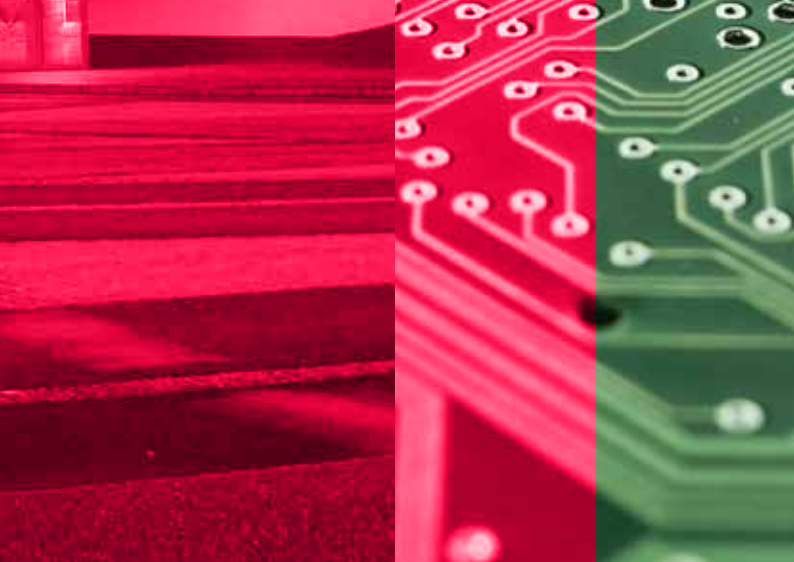
Internationalisering 19

THEMA

Human Capital.....23

THEMA

Werklocaties.....27



STRATEGIE: AANPAK VIA PROGRAMMA'S EN THEMA'S

Dit is de uitwerking van de economische visie met een strategische aanpak langs drie programma's en drie thema's met per onderdeel de strategische focus en een daaraan gekoppelde concrete aanpak. Dit samenhangende geheel vormt de ambitieuze opgave waarmee gemeente en samenwerkingspartners de komende tien jaar (2030) aan de slag gaan.

Deze visie is gemaakt voor de langere termijn tegelijkertijd beweegt de wereld snel. Dus vormen de voorgestelde actielijnen een 'ongoing proces' om de komende jaren met betrokkenheid van partners in en buiten de stad, uit te werken in concrete acties en projecten.

Schema strategie met een aanpak via 3 programma's en 3 thema's





PROGRAMMA 1: DE KRACHT VAN TOEGEPASTE INNOVATIE

De vierde Industriële revolutie verandert veel. Kunstmatige intelligentie, robots en biotechnologie zullen een grote impact hebben op bedrijven en consumenten. Apparaten, systemen en mensen zijn allemaal met elkaar verbonden. Nieuwe technologie verandert ook de manier waarop wij omgaan met grote maatschappelijke uitdagingen, zoals de transitie naar duurzame energie, leefbare en veilige steden, toegang tot zorg en het tegengaan van voedselverspilling. Als alles continu in beweging is dan zijn markten waar snel nieuwe ideeën, methoden en producten kunnen worden ontwikkeld in het voordeel. In de Bredase Economische Visie heeft het verhogen van het innovatievermogen de hoogste, strategische prioriteit. De meeste ingrediënten daarvoor zijn aanwezig; het komt nu aan op slagvaardigheid: gezamenlijk werken aan een ecosysteem waarin innovatie vanzelfsprekend en voortdurend tot stand komt.

Vernieuwing (of anders gezegd: innovatie) ontstaat vaak op raakvlakken van verschillende thema's, binnen organisaties of juist binnen bredere -sociale- verbanden. In dat geval is sprake van een innovatiesysteem. Een goed innovatie-ecosysteem scoort op vijf onderdelen¹: research & development (R&D), interactie en diversiteit, ondernemende cultuur, vermarkten van innovaties en administratieve regels. Het aanjagen van R&D en de meeste regelgeving wordt op nationaal (en Europees) niveau beïnvloed. Op stedelijk en regionaal niveau kunnen de andere drie gestimuleerd worden.

Met het programma 'De kracht van toegepaste innovatie' zet Breda vooral in op het versterken van het innovatieve vermogen op de punten 'interactie' en 'vermarkten van innovaties'. Stad en regio hebben een heel diverse economie; de verbondenheid tussen partijen kan beter! We gaan met elkaar connecties en cross-overs organiseren: tussen bedrijven, onderwijs, overheid en burger. De stad heeft geen grote naam op het gebied van R&D, maar is sterk in het vermarkten van innovaties: wat elders wordt uitgevonden, weten onze bedrijven toe te passen en er geld mee te verdienen. Ook de overheid kan nieuwe innovaties aanjagen door ze zelf toe te passen in de uitvoering. Met deze strategie kunnen we versnelling organiseren voor ontwikkeling, marktintroductie en verspreiding van innovatieve producten en diensten. Tevens wordt goed gekeken naar een meer missie-gedreven aanpak waarbij maatschappelijke uitdagingen richtinggevend zijn. Het stimuleren van de ondernemende cultuur pakken we op via het programma 'Ondernemen met Lef'.

1 The Global Competitiveness Report 2018, World Economic Forum

Ambitie

In 2030 heeft de economie van Breda een sterk innovatief vermogen en past zich gemakkelijk aan nieuwe uitdagingen aan. We blinken uit in het toepassen van nieuwe technologie en creativiteit wat leidt tot nieuwe producten en diensten, die sneller -internationaal- worden vermarkt. Er is een levendige en innovatieve samenwerking tussen bedrijven en onderwijs die door de overheid actief wordt gestimuleerd en gefaciliteerd. Er wordt gewerkt aan de (maatschappelijke) opgaven van morgen. Dit biedt ook een aantrekkelijk perspectief voor kansrijke bedrijven en jong talent om naar Breda te komen en er te blijven.

Aanpak

1. Ecosysteem Technologie en Creativiteit
2. Innovatieclusters en proeftuinen
3. Innovatiedistrict Breda

Aanpak 1

Ecosysteem Technologie en Creativiteit

Bij het stimuleren van innovatie is een goed innovatiesysteem van essentieel belang; onderwijsinstellingen, bedrijfsleven en allerlei ondersteunende instanties die elkaar aanvullen en gemakkelijk weten te vinden. Het systeem is van alle actoren, de gemeente is één van de spelers hierin. Met het Ecosysteem Technologie en Creativiteit creëert Breda een omgeving waarbinnen innovatie en ondernemerschap dynamiek floreren. Waar partijen elkaar met regelmaat ontmoeten, waar verbindingen worden gemaakt met elkaar, met experts en met relevante partners over sectorgrenzen heen (crossovers). Het is een open systeem waarbij vernieuwing via de lijn van technologie en creativiteit de verbindende factor is. Het ecosysteem draagt bij aan een constante stroom van nieuwe initiatieven. Het is hiervoor belangrijk dat het ecosysteem goed functioneert op het onderdeel innovatief vermogen. Kort op de bal zitten en snel kunnen inspelen op actualiteit is het devies.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Ontwikkeling Kopgroep Technologie en Creativiteit
- Events (week van de technologie en creativiteit, Graphic Matters, Playgrounds)
- Ontwikkeling van een fysiek en digitaal netwerk waarbinnen partijen in het innovatiesysteem elkaar weten te vinden, met een open karakter zodat nieuwe spelers en initiatieven gemakkelijk kunnen aansluiten.
- Participatie in programma Kennisdiensten regio West-Brabant

Aanpak 2

Innovatieclusters en proeftuinen

We gaan excelleren in het omzetten van fundamentele en toegepaste kennis in nieuwe business en nieuwe onderwijsprogramma's. Belangrijk vertrekpunt is technologie en creativiteit. Samen met onze partners bepalen we de inhoudelijke lijnen waarmee we gezamenlijk aan de slag gaan. We zorgen daarbij dat nieuwe technologie wordt omgezet in nieuwe producten en diensten die én schaalbaar zijn én de Bredase economie positie geven in de next economy én bijdragen aan oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken.

We organiseren versnelling voor ontwikkeling, marktintroductie en verspreiding van innovatieve producten en diensten. Tevens wordt goed gekeken naar een meer missiegedreven aanpak waarbij maatschappelijke uitdagingen een richtinggevende rol spelen. Bijvoorbeeld op het vlak van mobiliteit, gezondheidszorg en duurzaamheid.

Met hun dienstverlening rondom business development zijn organisaties als REWIN en BOM hierbij belangrijke partners.

De Gemeente Breda is zelf ook actief met het toepassen van nieuwe technologie. Binnen het programma Digitalisering en Smart City zal aandacht worden gegeven aan digitale connectiviteit, het ophalen van data en vertalen naar informatie (bijvoorbeeld om verkeer

beter te laten doorstromen, veiligheid tijdens evenementen, parkeerreserveringssystemen) en het organiseren van proeftuinen om nieuwe technologie uit te testen en verder te ontwikkelen. Hiervoor zal de Gemeente Breda proactief bedrijven, kennisinstellingen en inwoners uitnodigen mee te denken over innovatieve oplossingen. Het werken met deze nieuwe technologieën vraagt een innovatieve uitvoering van het gemeentelijk inkoop- en aanbestedingsbeleid. Een en ander wordt verder uitgewerkt in een masterplan Digitalisering.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Breda Robotics
- Toepassingsfonds Technologie en Creativiteit
- De Leefbare Stad (Stedelijke mobiliteit van de toekomst)
- Circulaire / duurzaamheidsvraagstukken
- Masterplan Digitalisering

Aanpak 3 **Innovatiedistrict Breda**

We gaan aan de slag om fysieke plekken te creëren waar vernieuwing zichtbaar samenkomt. Hiervoor verbinden we bestaande en nieuw te realiseren innovatieve en creatieve werklocaties in Breda en de regio met een centrale hotspot. Het totaal fungeert als een open campus voor vernieuwing, waarbij we inzetten op een samenhangend profiel.

In het innovatie-district komen diverse partijen (multihelix) samen, de hotspot fungeert hierbij als centrale ontmoetingsplaats en ruimte om innovaties te tonen. Er vinden onverwachte ontmoetingen plaats, ideeën kunnen gemakkelijk getoetst worden bij de eindgebruiker en geregeld zijn er innovatie-events. Deze plek straalt het nieuwe Bredase innovatieve karakter uit, er is een verbinding met ondersteuningsprogramma's en mensen komen er graag netwerken. Kortom, het ecosysteem heeft er als het ware een officiële thuisbasis. Meerdere actoren in de stad hebben behoefte aan zo'n plek waar startups, scale-ups, onderzoekers en studenten hun ambitie waarmaken en profiteren van de ideale inspirerende campusomgeving met de beste faciliteiten. Deze plek heeft een open karakter, is transparant en herkenbaar. De hotspot hoeft niet per definitie één fysieke plek te zijn: meerdere plekken, met verschillend signatuur is ook een optie, mits met uitstraling en met elkaar verbonden. Breda zal verkennen wat de verschillende doelgroepen aan specifieke eisen stellen en hoe hier aan tegemoet kan worden gekomen. In de literatuur wordt bijvoorbeeld onderscheid gemaakt tussen meer campusachtige milieus en interactiemilieus. Doel is het creëren van milieus die innovatie stimuleren en tevens fungeren als aantrekkelijke werkomgeving voor de nieuwe economie en het daarmee samenhangende talent.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Centrale hotspot voor technologie en creativiteit
- Havenkwartier (cultureel en creatief ondernemerschap)
- Triple O Campus (creative technologies)



PROGRAMMA 2:

ONDERNEMEN MET LEF

Volgens het Planbureau voor de Leefomgeving² is 'Ondernemerschap' één van de acht raderen die bijdragen aan het functioneren en de groei van de stedelijke economie. Ondernemers zorgen voor het beantwoorden van economische behoeften, voor banencreatie en voor innovatie.

Het programma Ondernemen met Lef levert een bijdrage aan de realisatie van de economische ambitie door het stimuleren van ondernemerschap in de breedte. De meeste nieuwe banen worden gecreëerd door kleine bedrijven; startups richten zich daarbij ook vaak op het toepassen van nieuwe technologie en creativiteit. Daarnaast zorgt ondernemerschap voor vernieuwing in bestaande sectoren, of het nu gaat om kleine bedrijven, MKB of het grootbedrijf. De Bredase economie is niet geconcentreerd rond één sterke sector, maar is juist heel divers. Dit is een kracht die de stad in staat stelt conjunctuurschommelingen op te vangen en in te spelen op allerlei nieuwe kansen. Een economie die, gezien de actuele uitdagingen, wel vernieuwend moet zijn en zich met veerkracht moet kunnen aanpassen aan veranderende omstandigheden.

Naast het inzetten op ondernemerschap in algemene zin is de koppeling met nieuwe technologie en creativiteit een kans om het bestaande MKB te vernieuwen. Door het toepassen van robotisering en digitalisering, maar ook creatieve methoden zoals Design Thinking, Ideation en Imagineering kunnen ingezet worden om vraagstukken van bedrijven aan te pakken. Daartoe heeft Breda ook de Wet op het behoud van creativiteit ondertekend die uitnodigt tot onderzoek, experiment en creatieve groei.

Belangrijke systeemelementen om ondernemerschap te laten bloeien zijn de aanwezigheid van netwerken, leiderschap, toegang tot financiering, beschikbaarheid van kennis en talent en intermediaire diensten.

Breda heeft met bijna 19.000 vestigingen veel ondernemerschap en dynamiek binnen haar grenzen. Ondernemers met lef, die voor eigen rekening en risico met ideeën aan de slag gaan, een bedrijf starten en dat tot een succes maken. Breda koestert dit ondernemerschap en ondersteunt en stimuleert waar mogelijk en wenselijk. In Breda moeten ondernemers kunnen starten en doorgroeien, innoveren en internationaliseren. Vanuit de gemeente werpt Breda zo min mogelijk drempels op en stelt alleen regels waar dat nodig is. De rol van de gemeente ligt niet in het ondernemen zelf, maar in het faciliteren daarvan, het bijeenbrengen van partijen en het initiëren van nieuwe ontwikkelingen. Een systeem waarin overheid, ondernemers en onderwijs samen werken aan de kansen en uitdagingen van vandaag en morgen.

Ambitie

In Breda ontstaat een top-ondernemingsklimaat. Zo profiteert de stad van de brede economische basis waarin het sterke MKB is ingebed in een goed functionerend ecosysteem. Dit zorgt ervoor dat bedrijven, kennis- en onderwijsinstellingen en andere partners binnen ketens en op kennisgebieden elkaar beter kunnen vinden zodat vernieuwing kan plaatsvinden. Bovendien maakt het Breda aantrekkelijker voor (internationale) bedrijven van buiten de regio. Of het nu gaat om starters, groeiers, MKB of grote (internationale) bedrijven, Breda ondersteunt ondernemers in hun ambities!

² Stedelijke regio's als motoren voor economische groei, Planbureau voor de Leefomgeving, 2017

Aanpak

1. Ondersteuning van start en groei
2. Vernieuwing bestaand MKB
3. Dienstverlening van de gemeente

Aanpak 1

Ondersteuning van start en groei

Reguliere starters

In principe is een ondernemer zelf aan zet om te ondernemen; de rol van de overheid is hierin beperkt. Toch zijn er wel bepaalde levensfasen of uitdagingen waarin de ondernemer wat hulp kan gebruiken. Hier kan de overheid, vaak ook in samenwerking met onderwijs en private partijen, ondersteuning leveren. Zo starten er in Breda elk jaar zo'n 2.000 bedrijven. Gemiddeld overleeft zestig procent van deze starters de eerste 5 jaar. Met ondersteuning bij de start stijgt de overlevingskans aanzienlijk en ontstaan er meer banen per starter. De Gemeente Breda zet daarom al jaren in op het coachen en trainen van startende bedrijven en heeft hier aantoonbaar succes mee geboekt. Deze inzet zullen we daarom continueren.

Startups

Een aparte categorie starters zijn de startups. Hieronder verstaan we startende bedrijven met een innovatief idee en de potentie om op te schalen zodat er grote groei ontstaat. Startups hebben een andere ondersteuningsbehoefte: zij werken vaak aan het toepassen van nieuwe technologie, het proces om te starten is ingewikkelder en duurt langer en de kapitaalbehoefte is vaak veel groter. Vanaf het begin moeten zij internationaal denken. Juist deze bedrijven zijn interessant voor Breda: zij versterken het profiel, zijn interessante werkgevers voor ons talent en dagen het zittende bedrijfsleven uit met hun oplossingen. De ondersteuning van startups pakken we op regionale schaal op, in 2018 is hiervoor een samenwerking op Brabantse schaal gestart (Braventure.) Bij startups is naast ondersteuning de toegang tot kapitaal ook heel belangrijk plus een omgeving waarin zij met andere bedrijven en/of kennisinstellingen kunnen samenwerken.

Groei

Na de start volgen bij groei andere hindernissen die een jong bedrijf vaak niet alleen aandurft of aankan. Door gebrek aan kennis over groeien, benodigde financiering of de juiste mindset 'werken aan je bedrijf in plaats van in je bedrijf'. Met de pilot 'Groei-ondernemers Challenge' heeft Breda ervaring opgedaan bij de doorgroei van starters. Dit thema zal daarom in 2020 in de programma's worden opgenomen. Voor startups is scale-up de volgende fase, om deze stap te ondersteunen zoeken we samenwerking met partners op Brabantse en nationale schaal (bijvoorbeeld BOM en NL Groeit). De stap naar groei niet zetten komt niet alleen bij jonge bedrijven voor, ook bij het bestaande MKB is er nog onbenut potentieel. Via accountmanagement gaan we in gesprek met MKB-bedrijven.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Business Coach Breda programma voor de ondersteuning bij start en doorgroei van reguliere startende bedrijven.
- Ondersteunen van startups (innovatieve starters) door uitbouw van een regionaal programma en aansluiting bij Braventure. Faciliteren van toegang tot financiering. Onderzoeken opzet scale-up programma.
- Organiseren van connectie tussen startups en grotere innovatieve bedrijven en kennisinstellingen via o.m. een Startup Community en een incubatorfunctie als onderdeel van een innovatie-district.
- Ondersteunen reguliere MKB bij groei door accountmanagementteam en het Groei-MKB programma.

Aanpak 2

Vernieuwing bestaand MKB

Ondernemers krijgen met veel veranderingen te maken de komende jaren zoals digitalisering, energie en grondstoffenbeleid, maar ook internationalisering, veranderende wensen van consumenten, gewijzigde ketens. Uitdagingen die vaak niet tot de kernbezigheid van het bedrijf behoren. Zo verwacht 30% van het MKB dat haar verdienmodel binnen 10 jaar op de schop moet in verband met veranderingen op het gebied van duurzaamheid, klimaat en energie. Als we willen dat onze economie met deze nieuwe uitdagingen kan omgaan en hiervan de vruchten weet te plukken dan is ondersteuning voor een aantal bedrijven zeker gewenst (hier bedoelen we niet de innovatiekoplopers maar een groot deel van het brede MKB.) We zien een belangrijke taak weggelegd in de koppeling van technologie en creativiteit met het brede MKB. Ook hier ligt de rol van de overheid vooral in het bij elkaar brengen van onderwijs en bedrijven, en bedrijven onderling.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Opzetten programma om ondernemers te helpen met digitalisering/dataficering
- Onderzoeken opzet van benodigde ondersteuning voor klimaat-, energie- en duurzaamheidsvragen (i.s.m. andere partijen zoals afdeling Mobiliteit en Milieu en Platform BV Breda)
- Ondersteuning internationale oriëntatie bedrijven (Market Readiness Programma)
- Organiseren van 'blends' tussen regulier MKB en clusters (informatie)technologie en creativiteit om innovatieopgaven tot stand te brengen.

Aanpak 3

Dienstverlening gemeente

De dienstverlening van de Gemeente Breda is de afgelopen metingen (vanaf 2010) steeds verder verbeterd tot een 6,7 in 2018. Belangrijke factoren in het oordeel over de dienstverlening zijn vergunningverlening, verkeers- en parkeerbeleid en communicatie met de gemeente. Het is voor de gemeente van groot belang om de Bredase bedrijven en ondernemers de ruimte te bieden om te ondernemen. Regels zijn daarbij nodig. Het proces van vergunningverlening kan echter effectiever en sneller. De implementatie van de omgevingswet biedt hiervoor kansen.

Breda beschikt over een team in van accountmanagers en acquisiteurs (het Ondernemers-team). Deze medewerkers kennen het bedrijfsleven en zijn het gezicht van de Gemeente Breda naar buiten. Zij weten wat er speelt, waar behoefte aan is, kunnen partijen verbinden en individuele ondernemers helpen met vragen. In de acquisitie richt Breda zich op bedrijven die passen in de huidige economische structuur en bovendien het profiel 'Internationale hotspot voor toegepaste technologie en creativiteit' versterken. Life Sciences en Logistiek blijven dus interessant, maar vooral als het bedrijven betreft die met nieuwe technologie werken. Daarnaast blijven internationale hoofdkantoren de focus behouden. Als een bedrijf zich in Breda wil vestigen dan ondersteunen we bij het proces en onderhouden we deze relatie zodat ondernemer en medewerkers zich snel thuis voelen in het Bredase. We zijn er niet alleen voor de toppers; als een bedrijf in zwaar weer komt dan weten we dat graag zo vroeg mogelijk en kijken we samen met de ondernemer naar mogelijke oplossingen.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Inzetten van het Ondernemersteam als centraal loket voor ondernemers om hen te helpen met vragen, ook binnen de gemeentelijke organisatie. Het Ondernemersteam krijgt de beschikking over een eigen digitaal platform.
- Acquireren en ondersteunen van (inter)nationale bedrijven voor en bij vestiging in Breda. Focus ligt op bedrijven die structuurversterkend zijn en bijdragen aan het profiel Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit.
- Wens om het vergunningsproces te versnellen meenemen in de ontwikkeling van de nieuwe Omgevingsvisie.



PROGRAMMA 3: VERRASSENDE STAD

Het verblijfsklimaat in Breda is uitstekend. Onze inwoners zijn gelukkig, een toenemend aantal bedrijven wil hier ondernemen en studenten komen graag naar onze stad om hun talent te ontwikkelen. De aantrekkingskracht van Breda blijft dan ook niet onopgemerkt. In 2018 bezochten meer dan 2 miljoen toeristen onze stad. De historische binnenstad, de parken en het groene buitengebied en niet in het minst de gastvrije Bredanaar zelf zijn de belangrijkste smaakmakers. Breda is bijzonder.

Breda onderscheidt zich met een vestigingsklimaat dat verrast en inspeelt op de wensen van nieuwe talenten, bewoners, bedrijven maar zeker ook bezoekers. Een klimaat dat past bij de stad en ruimte biedt aan talent zich te etaleren en waar een uitmuntende gastvrijheid de norm is. Kortom een klimaat dat bijdraagt aan de sociale, culturele en economische waarde van de stad. Breda staat bekend als een gastvrije stad en dat willen we nog meer laten zien. Immers, hoe positiever de ervaringen zijn van een bezoeker hoe groter de kans dat hij nog eens terug komt en hoe groter de kans is dat hij een bezoeker aan onze stad aanraadt. Een tevreden bezoeker is een ambassadeur voor de stad en levert extra inkomsten op. Breda heeft veel kennis in huis om dit verder te ontwikkelen en hier invulling aan te geven. Met de opleidingen van Breda University (o.m. Tourism, Leisure & Events, Hotel en Facility), Avans (o.m. in het vakgebied Kunst en Cultuur) en het vakmanschap van De Rooi Pannen (Toerisme & Vrije Tijd en Horeca).

Ambitie

Breda is een stad om van te genieten, een stad van de mensen, waar je het leven viert. We profileren ons als (internationale) gastvrije en creatieve stad. We willen de creativiteit van Bredase ondernemers beter benutten. We laten zien wat we maken en welk talent we hebben en bieden hen een podium, decor en leeromgeving waardoor de stad verrassender, gastvrijer en innovatiever wordt. We trekken hiermee (internationale) bezoekers. Met onze bijzondere en complete mix van voorzieningen als detailhandel, erfgoed, horeca, cultuur en evenementen zijn en blijven we aantrekkelijk voor bewoners, ondernemers, bezoekers en onze talenten.

Aanpak

1. De vitale stad: een compleet en bijzonder aanbod
2. Unieke stad met beleving
3. Gastvrij en creatief

Aanpak 1

De vitale stad: een compleet en bijzonder aanbod

De basis voor een vitaal vestigingsklimaat begint met een goed woon- en leefklimaat. Breda streeft naar een complete en bijzondere mix van voorzieningen. Detailhandel, horeca, erfgoed, cultuur, leer- en woonomgevingen worden beter afgestemd op de wensen van de gebruikers zodat het nu en in de toekomst aan de wensen voldoet. Het aanbod draagt bovendien zoveel mogelijk bij aan de ambities van Breda. We spelen in op de wensen van het talent voor het woon- en leefklimaat en daarmee de aantrekkingskracht van Breda. We benutten de kansen voor het zakelijk toerisme (meetings, events, congressen). Samen met de CMO wordt, vanuit het Verhaal van Breda, een strategie opgesteld die bedrijven en instellingen verleidt hun zakelijke events in Breda te laten plaatsvinden. Het water en groen in de stad benutten we als decor en vorm van vermaak. Waterrecreatie en -beleving krijgt een prominente plaats in de gebiedsontwikkelingen Havenkwartier en de derde fase Nieuwe Mark. Verbetering van ons (historisch) decor is een blijvend aandachtspunt; verstoring van het beeld door verloedering als gevolg van het ontbreken van onderhoud aan panden of bovenmatige en beeld verstorende uitingen op gevels willen we aanpakken. Cultuur, erfgoed, creativiteit zien wij als een belangrijke basis voor het vestigingsklimaat.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Opstellen van detailhandelsvisie, horecavisie en een visie op overnachten op
- Verkenning woonwensen talent
- Zakelijk toerisme uitbouwen
- Ontwikkeling van het Havenkwartier als hotspot voor de creatieve sector, cultuur en wonen

Aanpak 2

Unieke stad met beleving

We gaan de uitstraling en beleving van de stad verrijken. We verleiden de bezoeker meerdere plekken te bezoeken en hierdoor langer te blijven of vaker terug te komen. Het aanbod in Breda is pas echt van meerwaarde voor dit doel als het zich presenteert in een omgeving die bijdraagt aan de beleving. Een omgeving die uitdaagt, die verblijfskwaliteit biedt, die per gebied verschilt en andere accenten legt naar gelang het verhaal van de plek. Geuren, kleuren, licht, groen en water, architectuur en inrichting maken het verschil. Aan de voorwaarden schoon, heel en veilig, toegankelijk- en vindbaarheid wordt op iedere plek voldaan. Samen met het ondernemersfonds gaan we in de binnenstad verschillende sfeergebieden (dwaalmilieus) creëren. Het erfgoed van Breda, waaronder het historisch stadshart, onze dorpen en de vele Nassarelicten in het groene buitengebied, hebben de potentie om uit te groeien tot een belangrijk bezoekersmotief. Samen met erfgoedinstellingen, onderwijs en de Citymarketing Organisatie (CMO) gaan we dit beter benutten. Ook evenementen spelen hierin een belangrijke rol. Stad, dorpen en buitengebied brengen we fysiek en thematisch nog beter bij elkaar waardoor meerdaags bezoek aan Breda aantrekkelijker wordt. We koesteren en etaleren ons erfgoed en brengen deze op creatieve wijze voor het voetlicht. Op deze manier ook spelen we ook in op internationale belangstelling.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Sfeerbeelden / dwaalmilieus binnenstad ontwikkelen met ondernemersfonds
- Zichtbaar maken erfgoed van Breda, koppeling met groene buitengebied en dorpen

Aanpak 3

Gastvrij en creatief

Om Breda (inter-)nationaal te profileren en te onderscheiden zetten we onze uitmuntende gastvrijheid, talenten en creativiteit in. We zijn een living lab voor onze talenten. Onze buitenruimte is een leeromgeving en podium tegelijk. Creativiteit en vernieuwing is zichtbaar en beleefbaar in onze evenementen, erfgoed, of 'gewoon' in de openbare ruimte en uiteraard in ons culturele aanbod. In Breda kom je in aanraking met de makers, met haar gastvrije bewoners en ondernemers.

Met creativiteit en gastvrijheid vertellen wij ons verhaal. Breda weet keer op keer te verrassen. Bredase gastvrijheid is een begrip. Samen met de organisatoren van bestaande evenementen en tentoonstellingen onderzoeken we op welke manier hun evenement het profiel van internationale hotspot voor toegepaste technologie en creativiteit versterkt.

Samen met de Citymarketing Organisatie (CMO), het ondernemersfonds en andere (toeristische partners) maken we een gastvrijheidsprogramma.

Projecten waarmee we inspelen op de klimaatverandering als verduurzaming en vergroening zetten we in om op vernieuwende wijze te verrassen (fontein, groene gevels e.d.). We willen meer internationale bezoekers verleiden. Dit doen we waar nodig met partnersteden, Visit Brabant en het Nederlands Bureau voor Toerisme. Een veelzijdig en excellent buitenlands aanbod vormt het uithangbord voor onze stad. Met smart city toepassingen versterken we onze gastvrijheid. Technologie wordt ingezet om de juiste informatie te verstrekken, de bezoekers naar de juiste plekken te leiden maar zeker ook om ons verhaal te vertellen.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Zorgen voor 1 of 2 beeldbepalende evenementen die ons profiel internationaal uitdragen. Dit kunnen zowel nieuwe als bestaande evenementen zijn
- Meedingen naar de titel 'European City of Smart Tourism' en zien dit als katalysator voor onze ambitie
- Ontwikkelen gastvrijheidsprogramma met o.a. Citymarketing Organisatie (CMO)



THEMA

INTERNATIONALISERING

De globalisering van de economie vraagt om een strategie waarmee we de internationale concurrentiepositie van stad en regio versterken. Buitenlandse bedrijven investeren en voegen werkgelegenheid en innovatiekracht toe aan de Bredase economie. Door de verwevenheid van deze bedrijven met onze economie zijn buitenlandse bedrijven de toegangspoort voor het MKB naar buitenlandse markten. Bovendien is het MKB een belangrijke toeleverancier voor deze bedrijven. Het behouden en verder uitbouwen van de internationale aantrekkingskracht en stimuleren van internationaal ondernemerschap is dan ook een rode draad in deze economische visie.

Breda is al een aantrekkelijke gemeente voor internationale bedrijven en talenten. De vestiging van toonaangevende internationale bedrijven en hoofdkantoren (zoals AMGEN, ZEISS, Lamb Weston, Samsung, HARIBO, Scania, ExxonMobil, Perfetti Van Melle, Abbott en AB InBev) onderschrijft de goede uitgangspositie van Breda. De Internationale School Breda, Breda University of Applied Sciences, Avans Hogeschool en de nabijheid van universiteiten zijn een belangrijke factor voor vestiging in Breda.

Om internationale verbindingen te leggen en uit te bouwen, is in de eerste plaats een beter inzicht in bestaande internationale relaties (stedenbanden, events, onderwijsprogramma's) nodig. Deze slag gaan we met onze samenwerkingspartners maken. We brengen de internationale focus en ambities van ons bedrijfsleven en onze onderwijsinstellingen scherper in beeld en onderzoeken welke buitenlandse regio's echt bij ons en onze focus op toegepaste technologie en creativiteit passen. Op deze regio's gaan we onze internationale activiteiten richten. Ook de Stedenbanden zullen we in het licht van onze visie bezien. In onze band met de Poolse stad Wroclaw willen we onderzoeken of de positie van beide regio's als logistieke hotspot kansrijke aanknopingspunten biedt om de samenwerking te versterken. Met de Chinese stad Yangzhou kijken we op basis van een convenant al naar de mogelijkheden voor versterking van de relatie op de speerpunten water en toerisme. Onderwijs en bedrijfsleven worden hierin meegenomen.

Onze activiteiten zijn erop gericht om de internationale focus van onze bestaande bedrijven te vergroten en om nieuwe bedrijven en talenten aan ons te binden. We gaan internationaal onze focus op technologie en creativiteit uitdragen en vermarkten. Het succes van onze activiteiten om internationale bedrijven en talenten aan te trekken hangt in belangrijke mate samen met het vestigingsklimaat dat we in onze stad te bieden hebben. Daarom werken we nauw samen met andere beleidsdomeinen, zoals mobiliteit, wonen, onderwijs en cultuur. Zo bouwen we samen aan Breda als internationale hotspot. Niet alleen Breda heeft ambities op het gebied van internationalisering. Ook op andere schaalniveaus (B5, Provincie Noord-Brabant, Rijk, EU) en door andere (regionale) organisaties wordt met internationale visies en agenda's gewerkt. Hierin kunnen we elkaar versterken. We zoeken dan ook actief de samenwerking op met partners en op verschillende schaalniveaus; zowel strategisch, tactisch als operationeel. We zetten daarbij in op nationale en Europese fondsen die ons helpen om internationale ambities te realiseren en internationale projecten op te zetten.

Ambitie

In 2030 is Breda een hotspot op het gebied van toegepaste technologie en creativiteit met nadrukkelijk een internationale uitstraling. Bredase bedrijven weten goed de weg naar internationale markten te vinden. Voor buitenlandse bedrijven, werknemers en talenten is Breda een aantrekkelijke vestigingslocatie. We zien dat dit een positief effect heeft op de internationale concurrentiepositie van Breda. De werkgelegenheid en innovatiekracht heeft zich breed en positief ontwikkeld.

Aanpak

1. Internationale aantrekkingskracht
2. Bredase bedrijven internationaliseren
3. Internationaal leefklimaat

Aanpak 1

Internationale aantrekkingskracht

De nieuwe economische visie is aanleiding voor een aanpassing van onze acquisitiestrategie. Met een heldere propositie gaan we internationale bedrijven aantrekken en behouden, met bijzondere aandacht voor bedrijven in het domein technologie en creativiteit. Ook blijven we onze aandacht richten op het binnenhalen en behouden van internationale hoofdkantoren. Door nauwe samenwerking met BOM, REWIN en NFIA bundelen we acquisitiekracht. De strategische ligging in de Zuidwestelijke Delta - tussen de mainports Rotterdam en Antwerpen en aan de spoorverbinding tussen Amsterdam en Parijs - geeft ons een sterke uitgangspositie. We gaan deze ligging nog beter benutten. Met concrete activiteiten en projecten gaan we een impuls geven aan deze positionering en zo de Belgische, Franse en Duitse markt en de Randstad nog dichterbij brengen.

In onze propositie dragen we de aanwezigheid van sterke punten en de al aanwezige voorzieningen uit, zoals de Internationale School Breda, het Holland Expatcenter South en de interessante vestigingsmilieus (werklocaties). Ook de internationale focus van het hoger onderwijs en het grote aantal buitenlandse studenten in Breda dragen in belangrijke mate bij aan onze aantrekkingskracht. We werken samen met het onderwijs om internationale studenten aan te trekken en te behouden.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- relevante internationale events, zoals Breda Photo en Art Breda
- beurzen binnen en buiten Breda, zoals Provada, Expo Real München
- unieke projecten die internationaal de aandacht trekken. Dit kan een jaarlijks terugkerend event of een bijzonder idee zijn dat veel aandacht genereert, bij voorkeur gelinkt aan onze focus op toegepaste technologie en creativiteit. Maar ook het breed economisch benutten van grote events zoals de VUELTA.

Aanpak 2

Bredase bedrijven internationaliseren

Voor MKB bedrijven is het niet altijd eenvoudig om de stap naar ondernemen over de grenzen heen te maken. Terwijl met name in het buitenland de substantiële economische groei te vinden is en veel technologiebedrijven een product hebben dat bijna per definitie geschikt is voor een wereldmarkt. We willen stimuleren dat voor Bredase bedrijven de toegang tot internationale markten gemakkelijker wordt. Dit doen we in nauw contact met andere instanties die internationaal zakendoen bevorderen (RVO, KVK, Ambassades en Foreign Investment Agencies van speerpuntlanden, BOM).

Ook de markt voor internationaal (zakelijk) bezoek biedt groeikansen en zal brede spin off opleveren voor onze economie. Bezoekmotieven van de zakelijke gast zijn vergaderingen (Meetings), incentive reizen naar Nederland (Incentives), bezoek aan congressen (Conventions) en beurzen (Exhibitions): MICE. We gaan stimuleren dat de internationale zakelijke bezoekersmarkt met innovatieve concepten wordt benaderd. Waar mogelijk maken we een koppeling met onze focus op toegepaste technologie en creativiteit. En ook in algemene

zin gaan we Breda als toeristische bestemming voor internationale bezoekers beter op de kaart zetten.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

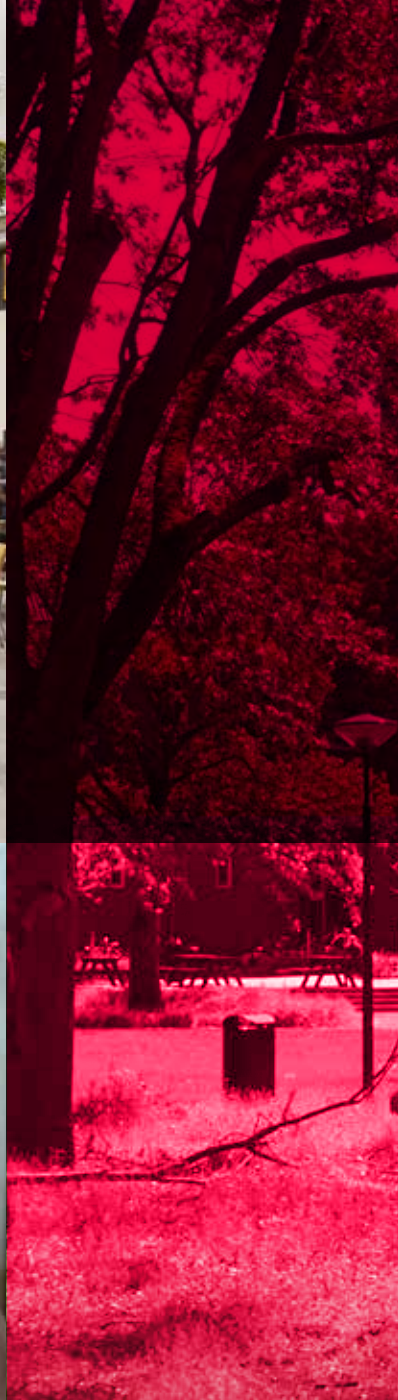
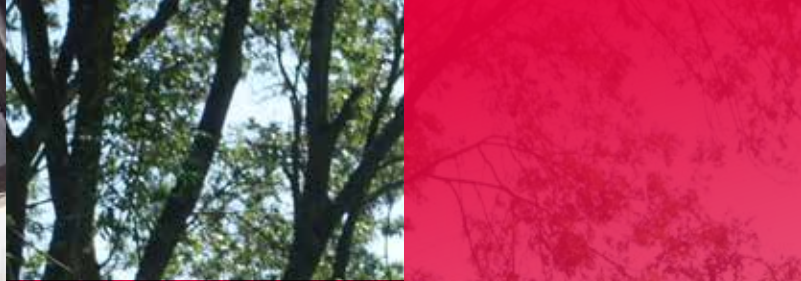
- bevorderen dat internationalisering onderdeel is van start up/scale up-programma's (bijvoorbeeld het marketreadiness programma van de BOM);
- extra informatieverstrekking en kennisdeling als er een specifieke behoefte is (bijvoorbeeld door de inzet van een Brexit-adviseur, het organiseren van bijeenkomsten en events);
- gevestigde ondernemers meenemen in onze internationale ambitie/positie. Onder andere door informatievoorziening over werken en zakendoen over de grens (bijvoorbeeld via bijeenkomsten, spreekuren sociale zekerheid België – Nederland van het Bureau voor Belgische Zaken (BBZ) en het regionale GrensInfoPunt;
- economische activiteiten koppelen aan festivals, zoals Playgrounds. In 2019 vindt bovendien een koppeling plaats tussen Graphic Matters en het Creativity World Forum;
- divers aanbod aan vergaderlocaties, faciliteiten en arrangementen stimuleren;
- Handelsmissies en Vlaams-Nederlandse Handelsdag

Aanpak 3 **Internationaal leefklimaat**

Bedrijven, werknemers en studenten kiezen om verschillende redenen voor Breda. Omdat overwegingen in de randvoorwaardelijke sfeer (zoals woningaanbod, bereikbaarheid en cultuur) een belangrijke rol spelen, leggen we binnen de gemeente verbindingen tussen de verschillende beleidsdomeinen. Meer in algemene zin is het belangrijk dat internationale bedrijven, werknemers en studenten zich hier welkom en thuis voelen. Dit heeft te maken met gastvrijheid, uitstraling en dienstverlening. Ook op deze aspecten gaan we een impuls geven.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Verbeteren van de communicatie richting (potentiële) werkgevers en werknemers. Onder meer starten we medio 2019 met een acquisitie- en communicatieplatform. We gaan tweetaligheid in de breedste zin van het woord stimuleren (van websites tot menukaarten van Bredase horeca);
- Bouwen aan een levendige internationale community in Breda. Ondersteunen van activiteiten voor en door de internationale community, o.a. via Platform Breda Internationals en Holland Expatcenter South. Partners in Platform Breda Internationals zijn: Avans Hogeschool, Breda University of Applied Sciences, gemeente Breda, Holland Expat Center South en International School Breda. De activiteiten zijn gericht op:
 - Faciliteren van bedrijven bij het aannemen van kennismigranten
 - Aandacht voor verwelcoming / informatievoorziening / sociale landing
 - Faciliterende activiteiten m.b.t. (carrière)perspectief partners
 - Alumnetwerken van buitenlandse oud-studenten benutten om Breda te promoten.



THEMA

HUMAN CAPITAL

De positieve ontwikkeling van de economie heeft een gunstige uitwerking op de werkgelegenheid in Breda: we zien al een aantal jaren banengroei en teruglopende werkloosheid. Toch zijn er nog genoeg uitdagingen op de arbeidsmarkt die om extra inzet en samenwerking vragen.

Het menselijk kapitaal in onze stad is een kostbaar goed. Werk is een belangrijke factor voor de brede welvaart van onze inwoners. De beschikbaarheid van personeel is een belangrijke vestigingsfactor voor bedrijven. Een urgent knelpunt is momenteel het personeelstekort in een aantal belangrijke sectoren. Deze krapte lijkt voorlopig aan te houden. Dit geldt vooral voor technische en ICT-beroepen, bouw, logistiek, zorg, horeca en de specialistische zakelijke dienstverlening. Daarnaast is sprake van een kwalitatieve mismatch tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt. De krapte hangt deels samen met de hoogconjunctuur, maar ook met de vergrijzing en de behoefte aan meer technisch en hoger opgeleid personeel. De primaire focus van bedrijven en instellingen ligt bij het invullen van de actuele behoefte aan personeel. Maar ook anticiperen op de langere termijn is nodig, omdat er nog grote veranderingen (digitalisering/robotisering) aankomen. De onafhankelijke denktank DenkWerk berekende dat ongeveer de helft van werkend Nederland zijn digitale vaardigheden moet verbeteren om over 10 jaar nog hetzelfde beroep te kunnen doen. Vanwege het feit dat beroepen verdwijnen en nieuwe ontstaan is het van belang dat werknemers flexibel zijn. En dat ze kennis en vaardigheden blijven actualiseren.

We willen het aanwezige talent in onze stad ten volle benutten. Door een goede verbinding tussen bedrijfsleven en onderwijs te stimuleren, leiden we op voor beroepen van de toekomst én bevorderen we innovatie. De focus op toegepaste technologie en creativiteit betekent dat we inzetten op het aantrekken en binden van talenten in de betreffende sectoren. Voor de werkgelegenheid verwachten we van deze focus echter een breder effect. Het inzetten van technologie en creativiteit helpt het MKB in de breedte om de noodzakelijke vernieuwingsslag te maken, noodzakelijk voor continuïteit van het bedrijf en daarmee behoud van de werkgelegenheid. Banen voor álle lagen van de arbeidsmarkt. Ook kan het inzetten van technologie meehelpen aan het oplossen van personeelskrapte in bijvoorbeeld de zorg. Naast het directe effect van onze focus is er ook een indirect effect: om een vestigingsklimaat te bieden dat past bij deze ambitie werken we bijvoorbeeld aan het concept de verrassende stad. Daarmee gaan we een kwaliteitsslag maken als gastvrije, groene en verrassende stad. Dit betekent in potentie nieuwe werkgelegenheid op terreinen als hospitality, vrijetijdseconomie en cultuur. Werkgevers en werknemers zullen naar onze overtuiging in de volle breedte profiteren van impuls en waardering voor techniek, creativiteit en vakmanschap. Om ons beleid en acties kracht bij te zetten en regionaal in te bedden, zorgen we voor een goede verbinding met verschillende schaalniveaus. Bijvoorbeeld met het landelijke MKB Actieplan, de Human Capital Agenda van de Regio West-Brabant en de regionale MBO Beroepsagenda.

Ambitie

We willen duurzame werkgelegenheid, waarbij vraag en aanbod op de arbeidsmarkt optimaal op elkaar aansluiten. Waarbij werknemers flexibel en wendbaar zijn en zich blijven ontwikkelen. Hun (creatieve) talenten, kennis, vaardigheden en vakmanschap worden

benut om Breda ondernemender, groener en verrassender te maken. Zo anticiperen we op de beroepen van de toekomst én bevorderen we innovatie. Met als gevolg dat meer (internationale) bedrijven kiezen voor Breda omdat de factor 'personeel' gunstig is.

Aanpak

1. Inspelen op de human capital behoefte van bedrijfsleven
2. Scholing en Leven Lang Ontwikkelen
3. Binden van talent

Aanpak 1

Inspelen op de human capital behoefte van bedrijfsleven

Vanuit bedrijfsleven, overheid en onderwijs zijn er al veel initiatieven en projecten gericht op het oplossen van knelpunten rondom vraag en aanbod van personeel. Voor (kleine) bedrijven is het vaak niet eenvoudig om aandacht te besteden aan strategisch personeelsmanagement en duurzame inzetbaarheid van personeel. In de samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven is nog winst te boeken. Bijvoorbeeld door initiatieven te bundelen, 'anders te organiseren' of door nieuwe technologieën toe te passen. Als gemeente stimuleren we een meer samenhangende aanpak.

Bijzondere aandacht geven we aan het stimuleren van werkgelegenheid en oplossen van knelpunten in economische speerpuntsectoren (technologie, creativiteit, agrofood, logistiek, maintenance, zorg). Daarnaast kijken we ook naar maatschappelijke opgaven, zoals energietransitie, waarvoor in de toekomst mensen nodig zijn. In Breda zien wij extra kansen door het inzetten van clusters van toegepaste technologie en creativiteit als aanjager voor een concurrerende economie. Door in te zetten op het excelleren in dit domein snijdt het mes aan twee kanten: banengroei in de sector zelf en banengroei in andere sectoren: het helpt andere sectoren om te innoveren, waaronder het MKB als belangrijke banenmotor. Belangrijk hierbij is inzicht in de behoefte van de Bredase werkgevers, van het arbeidspotentieel en in trends en ontwikkelingen. Dit doen we in samenwerking met werkzoekenden, WSP, UWV, werkgevers, Ondernemersteam etc. Hierbij kijken we ook hoe bedrijven inzet van werknemers anders kunnen organiseren en aan sociale innovatie kunnen doen.

Daarnaast stimuleren we dat voldoende scholieren en studenten worden opgeleid in richtingen waar tekorten zijn, zoals techniek, zorg/welzijn en logistiek. Activiteiten en evenementen kunnen eraan bijdragen dat meer jongeren bewust kiezen voor deze richtingen. Voorbeelden: Uitvindfabriek, events zoals First Lego League, Game On.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Aanpak Werkend Leren (Breda-ficaten)
- Ondersteuning First Lego League

Aanpak 2

Scholing en Leven Lang Ontwikkelen

Goede scholing en een leven lang ontwikkelen van (toekomstige) werknemers zijn cruciaal voor een toekomstbestendige economie en arbeidsmarkt. Het gaat hier om het realiseren van duurzame inzetbaarheid van werknemers en werkzoekenden. Scholing gericht op de arbeidsmarkt begint al vroeg, in het voortgezet onderwijs wordt ook gewerkt aan een sterker profiel gericht op de arbeidsmarktbehoefte. Daarna volgen beroepsopleidingen op MBO, HBO en Masterstudies en leven lang ontwikkelen. Daarbij is een goede aansluiting en samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven van belang voor het aanbod van voldoende en gekwalificeerd personeel. Voorbeelden van activiteiten zijn het stimuleren van stages, begeleiding en ontwikkeling van innovatieve concepten. Voorbeelden: de Bouw-school, groene hotspot Prinsentuin, SBB-pilot Praktijkleren met een praktijkverklaring en de pilot ComPas gericht op een nieuwe vorm van erkenning van competenties.

Bovendien gaan we de stad/maatschappij actiever inzetten als leer- en werkplaats. De verbinding met toegepaste technologie en creativiteit willen we hierbij verstevigen. Maatschappelijke en praktische vraagstukken kunnen zo als katalysator dienen voor de aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt, het toepassen van innovaties en slim gebruik maken van technologische ontwikkelingen. Dit doen we bijvoorbeeld in het Urban Living Lab. Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Partnerschap van de Logistics Community Brabant
- CityDeal KennisMaken

Aanpak 3

Binden van talent

Onze stad beschikt over een uitstekende onderwijsinstellingen op HBO en MBO niveau, en daarmee een grote talentenpool. We willen graag meer van deze talenten aantrekken en hen zoveel mogelijk behouden voor de stad. Daartoe is in de eerste plaats nodig dat we meer zicht hebben op de aanwezige talenten en studenten. Dit inzicht helpt ook bij de positionering van het talent in de stad en bij acquisitieactiviteiten.

Op het gebied van toegepaste technologie en creativiteit beschikken we in Breda over goede opleidingen. Voor afgestudeerde talenten in deze sectoren is wereldwijd belangstelling. Het binden van talent heeft niet alleen te maken met het bieden van een aantrekkelijk perspectief na de opleiding, maar ook met het creëren van betrokkenheid bij de stad en het zichtbaar maken van deze talenten zelf. We faciliteren en ondersteunen onderwijsinstellingen bij het aantrekken van (internationale) studenten.

We gaan bedrijven ondersteunen bij het aantrekken van kenniswerkers en afgestudeerde talenten. We vinden het belangrijk om hierbij ook studenten en expats te laten meedenken en hen in te zetten als ambassadeur. Belangrijk is ook de relatie te leggen met relevante randvoorwaarden binnen andere beleidsdomeinen: huisvesting, aantrekkelijk leefklimaat, culturele voorzieningen etc. Tot slot gaan we de zichtbaarheid van het talent in de stad vergroten. Bijvoorbeeld door inspirerende locaties te bieden aan creatieve talenten, innovatieve ondernemers en vakmensen die een ambacht weer actueel maken.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:
(zie ook actielijn internationalisering):

- Bekend talent: inventarisatie aanwezige talent in Breda
- Voorzieningen Internationale studenten /expats



THEMA

WERKLOCATIES

We willen ruimte kunnen bieden aan bedrijven die de stad tot hotspot van toegepaste technologie en creativiteit maken. We vinden het van belang om inzicht te hebben in de ruimtelijke (fysieke) effecten en de lokatiekeuze van bedrijven als gevolg van trends zoals circulariteit en next economy. Het kan gaan om het introduceren van nieuwe werkvormen en concepten zoals co-workingfaciliteiten, flexkantoren en fieldlabs. Naast de meer grootschalige werkmilieus en campusachtige ontwikkelingen willen we ook de 'economie in de haarvaten' de ruimte geven: werken aan huis, ambulante handelsvormen, tijdelijke economie en nieuwe mengvormen van wonen en werken.

Van de werklocaties van vandaag...

Werklocaties zijn de motor van de economie. Meer dan de helft van de Bredase werkgelegenheid is te vinden op deze werklocaties. Het is en blijft daarom van groot (sociaal) economisch en maatschappelijk belang dat Breda beschikt over een actuele (kwantitatief en kwalitatief) portfolio aan werklocaties.

De houdbaarheid van nieuwe bedrijfsconcepten wordt steeds korter en de ruimtevrage daardoor diffuser. Bedrijven stellen nieuwe eisen aan de verschijningsvorm en (vooral) het aanpassingsvermogen van hun vastgoed en de werklocatie. We zien hybride werkvormen ontstaan met enerzijds een verdergaande 'verkantorisering' op bedrijventerreinen, anderzijds juist een 'verbedrijving' van kantoren. Breda wil continu en flexibel kunnen inspelen op deze veranderingen en hiervoor ruimte bieden in de structuur van de stad.

...naar verrassende vestigingsmilieus van de toekomst

We willen de nieuwe economie faciliteren zodat werklocaties kunnen meegaan met de eisen van de nieuwe tijd, zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin. In binnenstedelijke locaties gaat het wat ons betreft ook steeds vaker om het creëren van mogelijkheden voor integratie van (bedrijfs)activiteiten of inpasbaarheid ervan in de (woon)omgeving. We willen onze werklocaties met unieke, onvervangbare basiskwaliteiten behouden en versterken. Denk bijvoorbeeld aan de bereikbaarheid per schip, hoge milieuruimte en de grote kavels van onze bedrijventerreinen in het noorden van de stad. Met name voor het blijvend goed functioneren van de economisch belangrijke basissectoren zoals de industrie, logistiek, bouw en handel zijn dit soort locaties essentieel. Zeker waar het de circulariteit van onze economie betreft. Hier kan letterlijk en figuurlijk de verbinding met zowel de nieuwe economie worden gelegd, als met de economie buiten onze stad.

We zetten in op het verder versterken van de betrokkenheid bij en verantwoordelijkheid van ondernemers en vastgoedeigenaren. In de afgelopen jaren zijn bijvoorbeeld de eerste Bedrijven Investeringszones (BIZ) van start gegaan.

Ambitie

Het is onze ambitie om economische groei en nieuwe werkgelegenheid te realiseren door bestaande en nieuwe (internationale) bedrijven ruimte te bieden om te groeien of zich te vestigen in onze gemeente. Een gevarieerd en verrassend aanbod aan vestigingsmilieus is van groot belang. We spelen daarbij in op actuele trends en specifieke eisen zowel wat betreft de kwaliteit van de locaties als de vraag van de verschillende gebruikersgroepen.

Aanpak

1. Realiseren nieuwe werklocaties;
2. Toekomstbestendig maken bestaande werklocaties;
3. Aantrekkelijke vestigingsmilieus voor met name bedrijven uit de kenniseconomie en creatieve sector.

Aanpak 1

Realiseren nieuwe werklocaties

Om de economie voldoende ruimte te kunnen geven heeft Breda behoefte aan nieuwe werklocaties. Naast een uitbreidingsbehoefte voor bedrijventerreinen, kent Breda een vervangingsvraag. Deze vervangingsvraag wordt enerzijds veroorzaakt door het feit dat sommige bedrijventerreinen niet meer courant zijn naar de toekomst toe, anderzijds door de grote druk die vanuit de woningbouwbehoefte ontstaat.

De voorraad kantoren dient substantieel in te krimpen. Tegelijkertijd zijn nieuwe kantoren nodig die voldoen aan de veranderende vraag vanuit de markt (vervangingsvraag). We willen vooral plaats kunnen bieden aan de regionale en lokale kansensectoren en internationale bedrijven. Het is onze ambitie deze nieuwe kantoren onderdeel te laten zijn van een aantrekkelijk vestigingsmilieu, dat we in het 'nieuwe centrum' (Binnenstad-Via Breda) realiseren.

Eind 2019/begin 2020 maken we met de gemeenten in West-Brabant en de provincie nieuwe regionale afspraken voor werklocaties. We maken ook afspraken over hiermee samenhangende maatschappelijke opgaven, zoals de energietransitie. Breda zet op dit moment in op het realiseren van 40 tot 60 hectare nieuwe bedrijventerreinen. Als onderdeel hiervan werken aan de verdere realisering van het werklandschap Rithmeesterpark/ t Hout en brengen we in beeld welke andere locaties tot ontwikkeling kunnen worden gebracht.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Regionale afspraken voor werklocaties;
- Ontwikkeling fase 2 Rithmeesterpark;
- In beeld brengen welke nieuwe locaties te ontwikkelen zijn als werklocatie;

Aanpak 2

Toekomstbestendig maken bestaande werklocaties

We willen bestaande en nieuwe Bredase werklocaties klaar maken voor de toekomst. Bereikbaar, 'smart' en duurzaam zijn onze leidende principes. Het versterken van de organisatiestructuur op de werklocaties in Breda kan bijdragen aan een positief vestigingsklimaat in de stad Breda. Het gezamenlijk organiseren van aspecten als parkmanagement, veiligheid, duurzaamheid, kwaliteit openbare ruimte, bereikbaarheid en Smart City, zorgt ervoor dat sprake is van een blijvende waardecreatie, collectieve betrokkenheid en vitale en toekomstbestendige vestigingsmilieus.

We bepalen voor elke werklocatie welke maatregelen nodig zijn. Bij het verduurzamen zetten we vooral in op energietransitie en een circulaire economie. We bouwen hierbij voort op projecten als: Green deal, Symbiosis for growth/samenwerking rondom reststromen (REWIND). We zorgen voor een goede landschappelijk inpassing van werklocaties waarbij we invulling geven aan 'Breda, stad in een park'.

Voor de bestaande bedrijventerreinen kiezen we de volgende ontwikkelingsrichtingen:

- Consolideren bedrijfsfuncties;
- Bedrijfsfuncties, gemengd met andere functies (geen wonen en detailhandel);
- Bedrijfsfuncties, andere functies en wonen;
- Transformeren naar wonen;
- Stimuleren van specials: bv. campussen, innovatiedistricten, ketens.

We halen 100.000 m² aan niet-courante kantoren uit de bestaande voorraad en nemen afscheid van niet courante bedrijventerreinen.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Onderzoek op alle werklocaties naar draagvlak voor het versterken van de organisatiestructuur en het instellen van een ondernemersfonds voor gebruikers en/of eigenaren dat gefinancierd wordt met een BIZ-belasting.
- Verduurzaming en vergroening werklocaties
- Aanpak problematiek vrachtwagen parkeren

Aanpak 3

Aantrekkelijke vestigingsmilieus ontwikkelen voor met name bedrijven uit de kenniseconomie en creatieve sector

Het stimuleren en samenbrengen van kennis en innovatie vraagt om aantrekkelijke interactiemilieus. De grote Brabantse steden spelen in de kenniseconomie een steeds belangrijkere rol, ze vormen samen één verbonden netwerk. De goede (OV-)verbindingen tussen de steden zorgen ervoor dat dit stedennetwerk één grote arbeidsmarkt vormt, met name voor hoogopgeleide jongeren.

In een grootstedelijke omgeving vinden ontmoeting en kennisuitwisseling plaats in hoogwaardige field- en livinglabs, (kleinschalige) campussen en laboratoria. Ze zijn goed bereikbaar, voorzien van een hoogwaardige digitale infrastructuur en liggen in directe nabijheid van kennisinstellingen. Lokale dynamiek en een goede verbondenheid in een groter netwerk vormen de ideale voedingsbodem voor innovatie en economische groei. Zo worden (binnen)steden het brandpunt in de nieuwe stedelijke (diensten)economie en dragen bij aan nieuwe werkgelegenheid.

Via Breda is onze toplocatie voor internationaal ontmoeten en stedelijk wonen en werken. Als (inter)nationaal schakelpunt voor spoorverbindingen is het de (West-)Brabantse toplocatie voor de vestiging van regionale en internationale kantoren.

De Claudius Prinsenlaan is, met zijn hoogwaardige uitstraling als parkway, een belangrijk vestigingsmilieu voor bedrijven en voorzieningen van regionale betekenis. Met name het zorg- en innovatiedistrict rond het nieuwe Amphia ziekenhuis en Avans Hogeschool, de 'Otten-locatie' en de zone aan de Heerbaan, bieden kansen voor nieuwe banen, innovaties en de next economy. Andere voorbeelden van mogelijke locaties voor bedrijven in de kenniseconomie en creatieve sector zijn: Havenkwartier, Klavers-Jansen, CSM, Koepel, uitbreiding Triple-O campus en Gasthuisvelden.

Voorbeelden van acties binnen deze aanpak:

- Vestiging van Benelux hoofdkantoren in Via Breda als één van de speerpunten van onze acquisitie;
- Realiseren van het project 5Tracks;
- Uitwerkingsplannen maken in vervolg op de Visie Claudius Prinsenlaan.



ECONOMISCHE VISIE

**BIJLAGE B
ECONOMISCHE
ANALYSE**



INHOUD

1 HET GROTERE GEHEEL	5
1.1 Wereldeconomie laat conjuncturele schommelingen zien	5
1.2 Brede welvaart	5
1.3 Grote trends in de wereld hebben ook dichtbij invloed	6
2 DICHTER BIJ HUIS: DE REGIO OM ONS HEEN.....	7
2.1 Brabant, West-Brabant.....	7
2.2 Ook meer lokale trends zijn van invloed op onze keuzes	7
3 BEELD VAN DE BREDASE ECONOMIE	9
3.1 Algemeen economisch beeld en verwachtingen	9
3.2 Economische structuur	9
3.3 Werkgelegenheid	11
3.4 Arbeidsmarkt.....	12
3.5 Bedrijfslocaties & leegstand	14
3.6 Internationaal.....	16
3.7 Bezoekersstad	17
3.8 Kennis en talent	18
3.9 Inzoomen op Kennisdiensten	20
3.10 Ondernemersklimaat	21

HET GROTERE GEHEEL

1.1 Wereldeconomie laat conjuncturele schommelingen zien

Hoe het gaat met de economie wordt meestal afgelezen aan de cijfers voor economische groei. Als we daarnaar kijken dan valt op dat na een sterke groei in 2017 en de eerste helft van 2018, de groei van de wereldeconomie vanaf medio vorig jaar is vertraagd. Dit komt volgens het IMF vooral door hervormingen in China en spanningen in de handelsrelatie tussen de VS en China. In het Eurogebied is het consumenten- en productenvertrouwen afgenomen, draaide de Duitse industrie minder goed, liepen de investeringen in Italië terug en daalde de vraag vanuit de opkomende markten. Voor 2020 is de voorspelling dat de groei weer aantrekt tot 3,6%, vooral veroorzaakt door de opkomende markten. De Wereldbank zit wat lager in haar voorspelling van 2,9% in 2019 in haar 'Global Economic Prospects Report' van begin dit jaar. De 'advanced economies' waartoe Nederland behoort zitten een stuk lager dan gemiddeld en dalen nog verder. Dit beeld schets de Europese Commissie ook in haar voorspelling dat de economie van de Europese Unie dit jaar met 1,5% zal groeien. Dat is minder dan in de afgelopen jaren en ook lager dan eerder werd gedacht. Vooral de grote landen in de EU, Duitsland, Frankrijk, Italië en Groot-Brittannië, trekken het gemiddelde omlaag.

Dat raakt ook Nederland. Volgens de CPB verwachtingen zet het economisch herstel na 2018 (2,6% groei) enigszins door in 2019 met een verwachte groei van 1,5%¹. Dat is een flinke afkoeling van de economie. De onzekerheid met betrekking tot de CPB-ramingen voor economische groei, inflatie en werkloosheid is overigens aanzienlijk. Dit wordt onder meer ingegeven door onzekerheden omtrent de Brexit, handelsconflicten tussen de VS en onder andere China en door economische spanningen tussen Italië en de EU.

Figuur 1 Voorspellingen economische groei wereldwijd



1.2 Brede welvaart

Het doel van de Gemeente Breda is het bevorderen van een goede kwaliteit van leven en werken, met andere woorden brede welvaart. Daarvoor is het meten van economische groei en het Bruto Binnenlands Product wel nuttig, maar het zegt lang niet alles over hoe mensen hun welvaartsituatie ervaren. Als negatieve effecten, zoals bijvoorbeeld milieuvervuiling, groot zijn, dan heeft de economische groei wellicht meer negatieve dan

¹ Centraal Economisch Plan, CPB, maart 2019

positieve effecten. Ook als er scheve inkomensverschillen zijn, dan zal de gemiddelde burger geen economische voorspoed of vooruitgang ervaren. Er wordt daarom op nationaal en internationaal niveau gewerkt aan nieuwe indicatoren, bijvoorbeeld de Better Life Index of de World Happiness Index. In deze laatste staat Nederland in 2019 op de 5e plek. Dus ook al hebben we minder economische groei dan in bijvoorbeeld China, dat op de 93e plek staat, mensen zijn hier toch gelukkiger met hun leven. Het CBS heeft in 2018 voor het eerst een Monitor Breda Welvaart uitgebracht. Hierin wordt beschreven hoe de welvaart zich in de brede zin van het woord zich in Nederland ontwikkelt. Het gaat daarbij om zowel de economische als de ecologische en sociaal-maatschappelijke aspecten van welvaart. Niet alleen in het hier en nu, maar ook of dit ten koste gaat van latere generaties of van mensen elders in de wereld. Qua economisch en sociaal kapitaal scoren wij volgens deze monitor in Europa goed, qua natuurlijk kapitaal zitten we onderin de EU-ranglijst. Wat verder opvalt is dat Nederland een grote druk legt op de brede welvaart van mensen elders in de wereld. Met name met betrekking tot milieu en niet-hernieuwbare grondstoffen.

1.3 Grote trends in de wereld hebben ook dichtbij invloed

De wereldeconomie is onder invloed van enkele fundamentele transitieën steeds dynamischer en complexer. We kunnen pogen te voorspellen wat er precies op ons afkomt, maar daarin is alleen zeker, dat alles onzeker is. Het begrip 'VUCA-world' heeft zijn intrede gedaan om de wereld te omschrijven waarin mensen en organisaties zich nu bevinden. Ontwikkelingen zijn Volatile, Uncertain, Complex and Ambiguous wat zoveel betekent als dat het gaat om een continue veranderende markt met hoge onzekerheid en complexiteit die lang niet altijd helder is. Of het nu gaat om technologische ontwikkelingen, klimaatproblemen als om de veranderende rol van de overheid en burgers. Dit vraagt om veerkracht en aanpassingsvermogen. Doordat er een hoge mate van verandering, onzekerheid, complexiteit en vaagheid is, wordt het dus steeds moeilijker om laten we zeggen voor 5 of 10 jaar plannen te maken en tot in detail uit te werken. We zullen moeten blijven meebewegen op deze trends en onze acties hierop aanpassen.

Voor de economie van Breda zijn de volgende megatrends – die ten grondslag liggen aan deze toenemende dynamiek – het meest relevant:

Technologie en digitalisering

De ontwikkelingen op het gebied van technologie en digitalisering volgen elkaar in steeds hoger tempo op, met onvermoede mogelijkheden én uitdagingen. Artificial Intelligence, robotisering en 'internet of things' versnellen innovaties en zijn daarnaast van grote impact op de economie, de arbeidsmarkt, welvaart en maatschappelijke opgaven. Een flink deel van de banen verdwijnt of verschiet van kleur. Andere 'skills' en kennisdiensten nemen in belang toe, bijvoorbeeld op het gebied van innovatie, creativiteit en programmeren.

Geopolitieke ontwikkelingen

Geopolitieke ontwikkelingen en globalisering zorgen ervoor dat het zwaartepunt van de wereldeconomie meer naar het oosten verschuift; westerse landen moeten rekening houden met minder hoge economische groeicijfers. Het belang van de 'voorsprong' van Nederland als kenniseconomie neemt hierdoor toe. Parallel daaraan neemt in West-Europa het belang van 'brede welvaartsfactoren' toe, zoals beleving, vrije tijd en gezondheid.

Klimaat en energie

De klimaatverandering en de daaruit voortvloeiende energietransitie is een maatschappelijke opgave van ongekende omvang; en daarom ook van grote economische betekenis. Steeds meer bewoners en bedrijven raken overtuigd van het belang van een fundamenteel andere benadering van en omgang met voedselproductie, energie en grondstoffen.

DICHTER BIJ HUIS: DE REGIO OM ONS HEEN

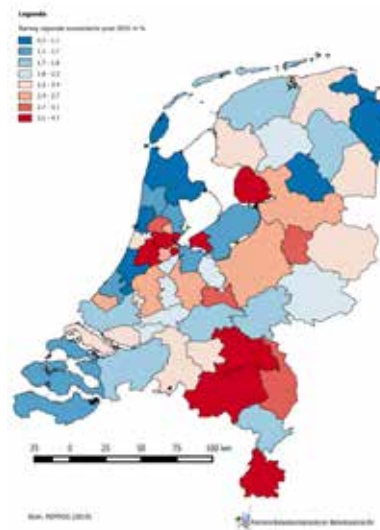
2.1 Brabant, West-Brabant

Al vijf jaar op rij groeit de Brabantse economie sterker dan landelijk. De voorsprong loopt in 2019 wat terug. Onzekerheden in het buitenland maken de eindklanten van industriële producenten en transportbedrijven wat terughoudender. Ook andere sectoren zoals bouw, groothandel en zakelijke dienstverlening groeien minder snel. De economische dynamiek blijft echter groot, in 2019 zorgen onder andere de oplevering van nieuwe distributiecentra, de groei van de onderhoudsactiviteiten voor de JSF en de doorontwikkeling van de tech-campusen bij Eindhoven voor een impuls.

Brabant is een innovatieve regio. Uit de ING Innovatie Index blijkt dat de Randstad-provincies beschikken over het hoogste innovatievermogen. In Drenthe, Friesland en Zeeland is deze het laagst. De snel groeiende hightech maakindustrie is de belangrijkste bron van innovatie. Noord-Brabant staat dankzij de rond Eindhoven geconcentreerde industriële ondernemingen en kennisinstellingen op plaats 4. Goed nieuws voor het innovatievermogen is dat een kwart van de ondernemers aangeeft dat de eigen investeringen in innovatie vanwege de krapte op de arbeidsmarkt de komende jaren zullen toenemen.

In West-Brabant zijn de cijfers iets minder florissant dan in het zuidoosten van de provincie. De geraamde economische groei voor 2019 volgens REPROG ligt met 1,7% in West-Brabant een stuk lager dan de circa 3% in het oostelijk deel.

In 2018 heeft professor Pieter Tordoior onderzoek gedaan ten behoeve van de economische visie van de regio West-Brabant. Essentieel onderdeel van zijn analyse is dat West-Brabant ogenschijnlijk redelijk presteert op economische gebied, maar dat daardoor ook een reëel gevaar wordt gecamoufleerd, namelijk dat sectoren/bedrijven in West-Brabant met hun businessmodel aan het einde van hun levenscyclus zitten. De zogeheten cash-cows. Innovatie is nodig in deze bedrijven, anders dreigt het gevaar dat een groot deel over 10 jaar niet meer bestaat.



2.2 Ook meer lokale trends zijn van invloed op onze keuzes

Naast de grote structurele trends op wereldniveau (technologie, klimaat en verschuivende machtsverhoudingen) zijn er nog enkele trends te benoemen die van invloed zijn op de strategische keuzes die we voor Breda moeten maken.

Demografische ontwikkelingen

De bevolkingsgroei in Nederland gaat de komende jaren afnemen. Daarbij zijn de grote steden nog steeds in trek wat betekent dat de bevolking daar nog hoger dan gemiddeld groeit. In de niet-stedelijke gebieden is bevolkingskrimp te verwachten. Ook voor Breda is de verwachting dat de bevolking van de huidige 184.000 nog met 4% zal toenemen tot

2050. De vergrijzing is ook zichtbaar in Breda; in 2050 zal naar verwachting bijna 15% van de inwoners 75 jaar of ouder zijn. Breda is in trek bij hoger opgeleiden vanuit de regio West-Brabant, maar tegelijk is er sprake van een uitstroom van kenniswerkers naar de Randstad. Het vasthouden van jong talent is dus een belangrijke opgave voor Breda..

Transitie arbeidsmarkt

Aansluitend bij een meer globale economische waardeketen zien ondernemers mogelijkheden voor automatisering en uitplaatsing van hun productieprocessen. In andere sectoren dreigen juist grote tekorten (ICT, installatiebranche, zorg). Deze ontwikkelingen hebben een flinke impact op de regionale arbeidsmarkt, met het risico van een zandloper-economie: 'middenbanen' hebben het moeilijk door automatisering. Voor een groot deel van de beroepsbevolking is (permanente) herscholing de nieuwe realiteit.

Toename vrijetijdseconomie

De bijdrage van de gastvrijheidseconomie aan de Nederlandse samenleving is groot. De bestedingen van zowel dag- als verblijfgasten bedragen in Nederland jaarlijks tientallen miljarden euro's. Het aantal verblijfgasten in Brabant is de afgelopen jaren flink toegenomen, die groei komt grotendeels van buitenlandse gasten (uit België en Duitsland.) Breda, met zijn historische binnenstad en groene omgeving, kan inspelen op het groeiende belang van de vrijetijdseconomie en daarmee de binnenstad, culturele voorzieningen en het (zakelijk) toerisme een boost geven.

Regionale ketens, circulariteit

Ondernemers verduurzamen hun businessmodellen en zoeken naar het sluiten van regionale ketens van afname en toelevering en vraag en aanbod van grondstoffen. Mede hierdoor is er sprake van een verschuiving van bezit naar gebruik.

Retailtrends

In de detailhandel is de mondiale trend van digitalisering een grote uitdaging. Nederlanders hebben massaal toegang tot internet. Ze voelen zich comfortabel bij het gebruik van platformen en digitale media. Hyper-personalisatie doet zijn intrede. Tegelijkertijd zie je andere trends; de consument hecht een groter belang aan duurzaamheid en de maatschappelijke betrokkenheid van retailers en wil in toenemende mate een ervaring krijgen in plaats van een product kopen. Breda heeft een grote regionale functie op retailgebied. Door innovatief op deze trends in te spelen kan deze functie nog versterkt worden.

BEELD VAN DE BREDASE ECONOMIE

3.1 Algemeen economisch beeld en verwachtingen

- Het aantal banen in Breda is het afgelopen jaar sterk gegroeid. Naar verwachting groeit het aantal banen in 2019 verder met nog eens 1,4%. Ook het aantal startende ondernemers groeit.
- Op de arbeidsmarkt heerst krapte en de werkloosheid daalt. Voor Breda wordt in 2019 een werkloosheidsniveau van 3,2% verwacht. Het tempo waarin de werkloosheid daalt, neemt volgend jaar wel duidelijk af.
- Het vertrouwen in de economie daalt. Zowel producenten als consumenten hebben minder vertrouwen in de economie dan een jaar geleden.
- Leegstand van zowel winkels, kantoren als bedrijven daalde in 2018. De winkelleegstand daalt van 6,5% in 2018 naar 5,8 in 2019. De leegstand van kantoren is gedaald naar 14% en de leegstand van bedrijven naar 6%.
- Breda heeft een uitstekende ligging met weg-, lucht- en spoorverbindingen in alle richtingen. Ook het water is verbinding krijgt weer meer aandacht. Punt van zorg is de filedruk in en om Breda.

3.2 Economische structuur

Breda heeft een **stedelijke werkgelegenheidsstructuur**

De volgende figuur geeft een beeld van de economische structuur binnen de gemeente Breda, de verwachte werkgelegenheids groei in de verschillende sectoren en de gerealiseerde groei van werkgelegenheid in de afgelopen jaren. Breda laat een typische stedelijke werkgelegenheidsstructuur zien met veel werkgelegenheid in de gezondheidszorg, detailhandel, onderwijs, zakelijke dienstverlening en advisering / onderzoek.

Figuur 2 Structuur van de Bredase economie

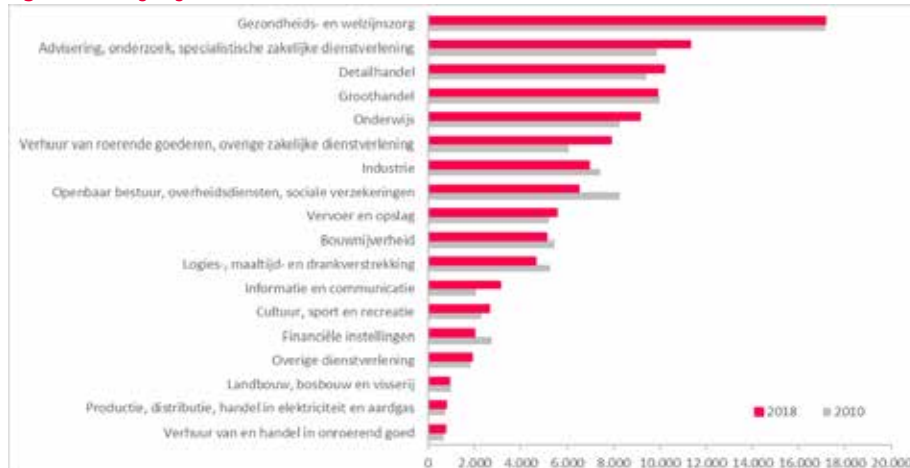


Bron: Regionale werkgelegenheidsenquête & CBS, bewerking O&I Gemeente Breda

Sector gezondheids- en welzijnzorg van oudsher grootste sector

De volgende figuur laat de werkgelegenheid zien per sector in 2010 en 2018. Van oudsher zorgt de sector Gezondheids- en welzijnzorg voor de meeste werkgelegenheid in Breda. In 2018 telde deze sector bijna 17.200 banen.

Figuur 3 Werkgelegenheid naar sector*



*De cijfers zijn afgerond op tientallen.

Bron: Regionale werkgelegenheidsenquête, bewerking O&I Gemeente Breda

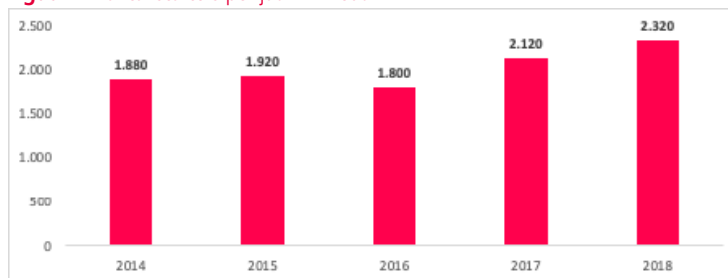
Sector Verhuur van roerende goederen, overige zakelijke dienstverlening grootste stijger qua werkgelegenheid

De grootste groei sinds 2010 wat betreft werkgelegenheid is gerealiseerd in de sector Verhuur van roerende goederen, overige zakelijke dienstverlening (+1.840 banen) en de sector Advies, onderzoek en speciale zakelijke dienstverlening (+1.450 banen). De grootste daler in de periode 2010-2018 is de sector Openbaar bestuur, overheidsdiensten en sociale verzekeringen (-1.760 banen). Ook de sector Financiële instellingen laat een sterke daling zien (-750 banen).

Aantal starters in Breda neemt toe

Het aantal starters is in 2018 sterk toegenomen met bijna 10%. In totaal waren er in 2018 circa 2.320 starters. Het gros van deze startende bedrijven zijn éénpersoons bedrijven en de meeste bedrijven starten in de sector Advies, onderzoek en specialistische dienstverlening.

Figuur 4 Aantal starters per jaar in Breda*



*De cijfers zijn afgerond op tientallen.

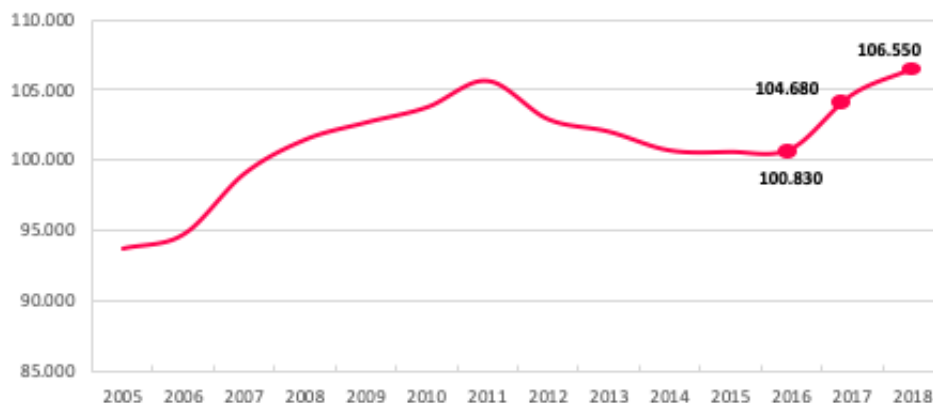
Bron: Regionale werkgelegenheidsenquête, bewerking O&I Gemeente Breda

3.3 Werkgelegenheid

Werkgelegenheid in Breda blijft stijgen

Na een sterke groei van de werkgelegenheid in 2017, is het aantal banen in Breda ook in 2018 verder toegenomen. Met een groei van bijna 2.000 banen in 2018 komt het totaal aantal banen in de gemeente per 1 april 2018 uit op ruim 106.000. Op basis van groeiverwachtingen van het CPB verwachten we voor 2019 nog een verdere stijging van de werkgelegenheid van circa 1,4%.

Figuur 5 Totaal aantal banen (inclusief uitzendbanen)*



*De cijfers zijn afgerond op tientallen.

Bron: Regionale werkgelegenheidsenquête, bewerking O&I Gemeente Breda

Aantal éénpitters neemt sterk toe

De groei van het aantal vestigingen en de werkgelegenheid in Breda wordt voor een groot gedeelte veroorzaakt door een toename van het aantal éénpitters. Van 2017 naar 2018 is deze groei gelijk aan 10,1%. De meeste éénpitters zijn te vinden in de sector Advisering, Onderzoek en Specialistische zakelijke dienstverlening.

Tabel 1 Aantal banen en vestigingen naar grootte klasse (wp = werkzame personen)*

	1 wp	2-9 wp	10-49 wp	50-249 wp	>250 wp
Aantal banen 2018	13.500	14.770	22.290	27.430	28.560
Aantal vestigingen 2018	13.500	3.870	1.080	280	50

*De cijfers zijn afgerond op tientallen.

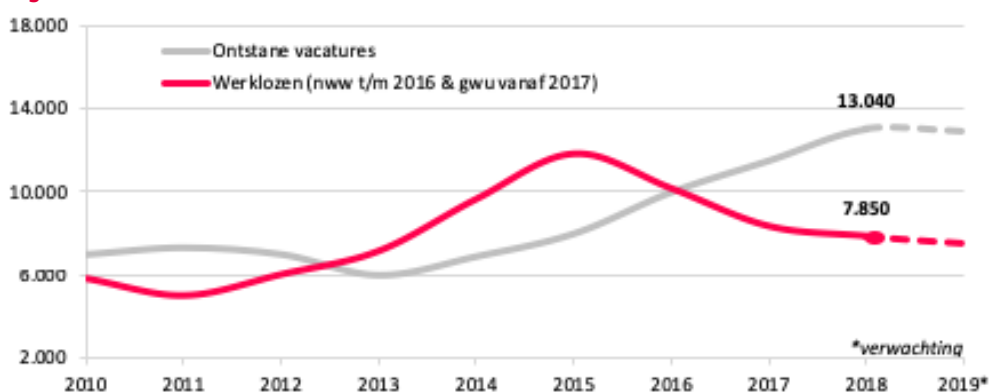
Bron: Regionale werkgelegenheidsenquête, bewerking O&I Gemeente Breda

3.4 Arbeidsmarkt

Werkloosheid daalt en werkgelegenheid stijgt

Na een stijging van de werkloosheid in de periode 2012-2015 daalt de werkloosheid sinds 2016. Ook in 2018 is de werkloosheid gedaald en volgens de laatste prognoses van het CPB zal het Nederlandse werkloosheidsniveau in 2019 nog verder dalen.

Figuur 6 Vacatures en werkloosheid in Breda



Bron: UWV, CBS, CPB & DNB, bewerking O&I Gemeente Breda

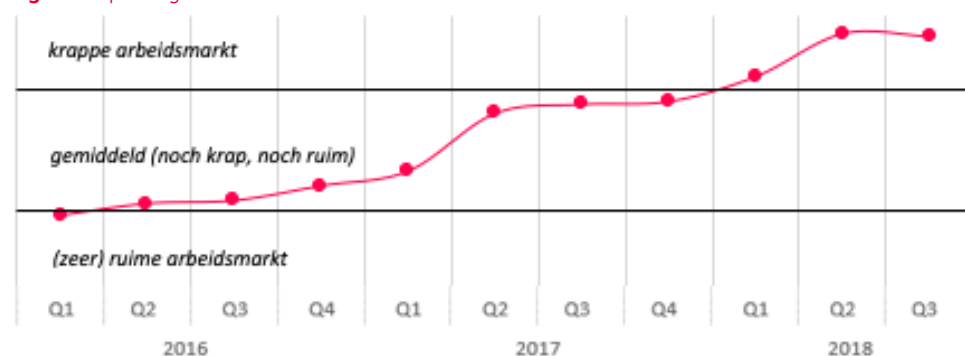
Voor Breda wordt in 2019 een werkloosheidsniveau van 3,2% verwacht. Het dalings-tempo van de werkloosheid neemt volgend jaar wel duidelijk af. In 2018 groeide door de gunstige arbeidsmarkt het arbeidsaanbod in Breda met gemiddeld ruim 1% per jaar. Steeds meer mensen treden toe tot de arbeidsmarkt door hogere kansen op het vinden van een baan. Naast (her)intreders op de arbeidsmarkt zorgt vooral de hogere arbeidsparticipatie van vrouwen voor deze toename. Daarnaast leiden demografische ontwikkelingen en de verhoging van de AOW-leeftijd tot een verdere groei van het arbeidsaanbod. De arbeidsparticipatie blijft de komende jaren trendmatig stijgen.

Krapte op de arbeidsmarkt blijft hoog

In de periode 2011-2014 was door de economische laagconjunctuur sprake van een ruime arbeidsmarkt. Vanaf 2018 spreken we echter weer van krapte op de regionale arbeidsmarkt. Een op de vijf bedrijven in Nederland heeft inmiddels te kampen met een personeelstekort.

De ontstane krapte op de arbeidsmarkt verschilt sterk per beroepsgroep. Zo neigt de regionale arbeidsmarktsituatie voor technische- en ICT beroepen naar zeer krap. Voor beroepen op het gebied van Transport, Logistiek, Openbaar bestuur, Veiligheid en Juridische zaken is sprake van normale krapte.

Figuur 7 Spanningsindicator arbeidsmarkt West-Brabant



Bron: UWV & CBS, bewerking O&I Gemeente Breda

Breda van groot belang voor werkgelegenheid in de regio

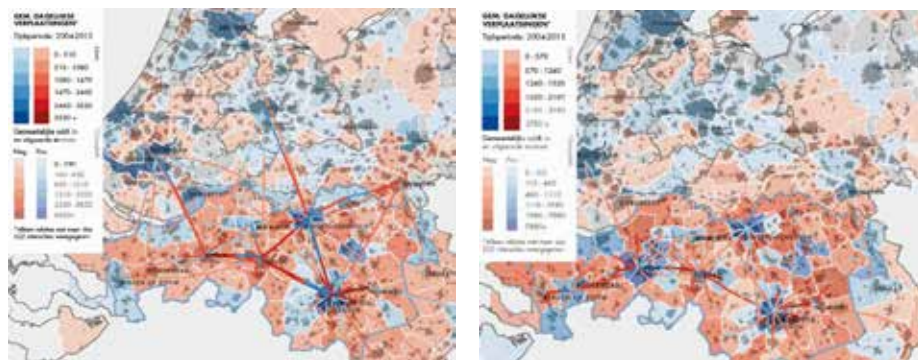
Breda is van groot belang voor de werkgelegenheid in de regio. Van alle banen in de regio West-Brabant is 32% in Breda te vinden. Voor bedrijfsvestigingen geldt dat voor 29%. Breda kent dan ook een inkomende pendel van werkenden uit de regio. Dit geldt voornamelijk voor middelhoog opgeleide werkenden (havo, vwo, mbo). Hoger opgeleiden (hbo en academici) pendelen gemiddeld over langere afstanden en tussen grote(re) steden. Breda kent dan ook een licht uitgaand pendelsaldo voor hoger opgeleiden; vooral Rotterdam heeft grote trekkracht op hogeropgeleiden die in Breda wonen. Er bestaat een Daily Urban System voor hoogopgeleiden tussen de Brabantse steden en naar Rotterdam. Voor midden- en laagopgeleiden geldt stad en ommeland als Daily Urban System.

Tabel 2 Inkomende pendel (het aandeel van de beroepsbevolking dat in Breda werkt)

	Aantal werkenden in Breda	% van de potentiële beroepsbevolking dat in Breda werkt
Gemeente Breda	53.000	63%
Gemeente Alphen-Chaam	1.200	30%
Gemeente Baarle-Nassau	400	17%
Gemeente Drimmelen	2.700	22%
Gemeente Etten-Leur	5.200	26%
Gemeente Geertruidenberg	1.100	11%
Gemeente Gilze en Rijen	1.600	13%
Gemeente Moerdijk	1.600	10%
Gemeente Oosterhout	4.700	19%
Gemeente Zundert	2.300	25%

Bron: Atlas voor Gemeenten (2015)

Figuur 8 Verplaatsingen van / naar gemeenten voor werk



Werkers met havo, vwo of mbo opleiding

Werkers met hbo of academische opleiding

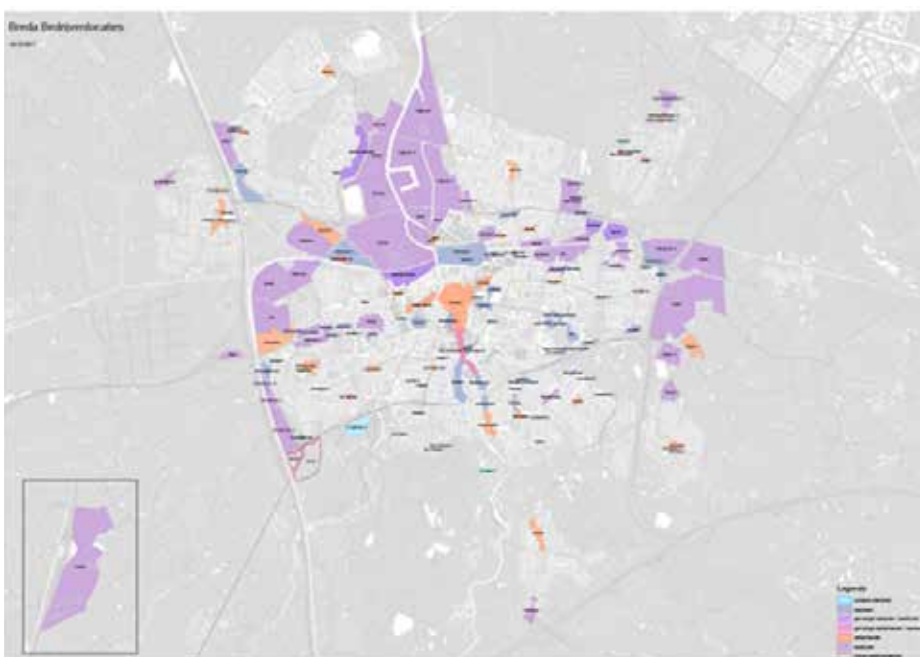
Bron: Tordoir, Netwerken in Brabant (2017)

3.5 Bedrijfslocaties & leegstand

Vestigingen en werkgelegenheid op bedrijfslocaties

- Op de Bredase bedrijventerreinen bevinden zich 1.765 bedrijfsvestigingen, dit is 10% van het totaal aantal vestigingen in Breda. Deze vestigingen zijn goed voor zo'n kwart (25.134 banen) van de totale werkgelegenheid in de gemeente.
- Op de kantorenlocaties bevindt zich bijna 7% van de vestigingen en 17,5% van de banen.
- Op de detailhandelslocaties gaat het om 10% van de vestigingen en 12% van de werkgelegenheid.
- Op de gemengde werklocaties gaat het om nog eens 566 vestigingen en 5.496 banen.

Figuur 9 Bedrijfslocaties in Breda



Bron: Gemeente Breda (2018)

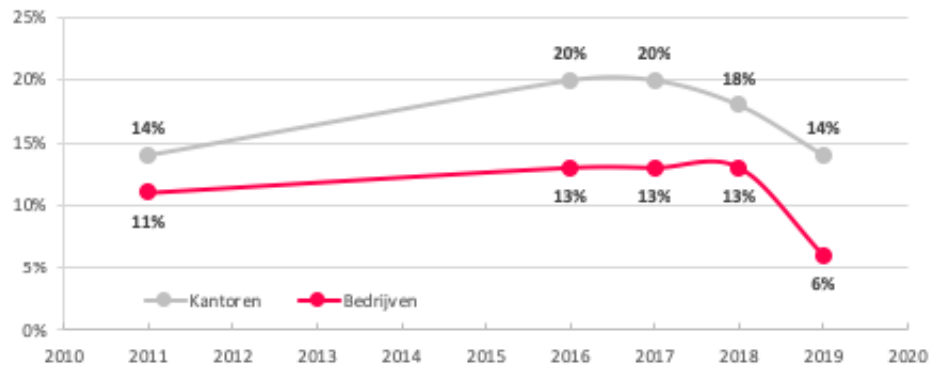
Leegstand kantoren daalt door sloop & transformatie

De leegstand van kantoren is aan het dalen. Op 1 januari 2018 was de leegstand nog 18%, op 1 januari 2019 is de leegstand gelijk aan 14%. Dit heeft vooral te maken met het uit de voorraad halen van leegstaande kantoren (sloop of transformaties). Om een gezonde kantorenmarkt te behouden moet in de komende jaren nog een groot aantal m² worden onttrokken aan de markt. Nieuwbouw van kantoren blijft nodig om bij gebruikerswensen aan te sluiten.

Sterke daling leegstand bedrijven

De leegstand bij bedrijven is sterk gedaald het afgelopen jaar. Op 1 januari 2019 is de leegstand gelijk aan 6%, een jaar eerder was dit nog 13%. De afname van de leegstand heeft enerzijds te maken met opnames van grote oppervlaktes met een logistieke functie en anderzijds met het uit de voorraad halen van leegstaande panden (sloop-nieuwbouw). Blijvende aandacht is nodig voor herstructurering omdat panden veelal op maat gebouwd zijn; hergebruik is hierdoor vaak lastig.

Figuur 10 Leegstand bedrijven & kantoren

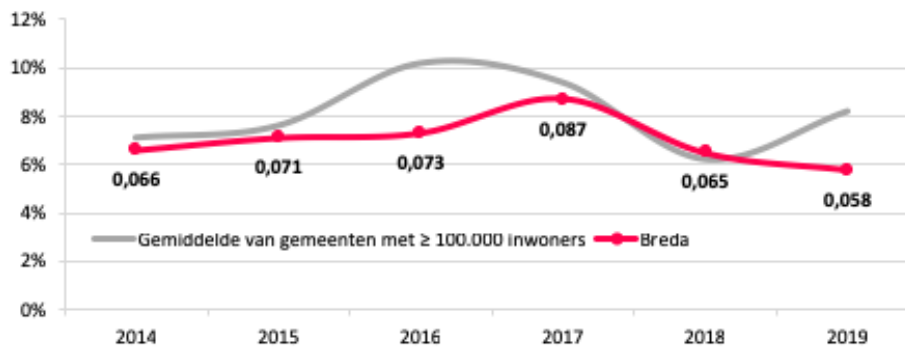


Bron: WOZ basisregistratie, voorraad en administratieve leegstand Gemeente Breda (2019)

Winkelleegstand in Breda is verder gedaald

De leegstand in Breda is voor het tweede jaar op rij gedaald. In 2018 stond nog 6,5% van de winkels leeg, in 2019 is dit nog 5,8%. Breda zit hiermee onder het landelijk gemiddelde van 6,7% en fors onder het gemiddelde van gemeenten met meer dan 100.000 inwoners van 8,2%. Het aantal leegstaande panden is gedaald van 182 panden in 2018 naar 171 panden in 2019.

Figuur 11 Winkelleegstand (% winkelverkoopvloeroppervlak per 1 januari)



Bron: Locatus leegstandsrapport (2019)

Meeste verkooppunten in de branche mode & luxe, grootste m2 winkelverkoopvloeroppervlak (WVO) in de branche in/om huis

De meeste verkooppunten in de Bredase retail zijn gericht op mode & luxe (376 verkooppunten) en dagelijkse boodschappen (312 verkooppunten). Wat betreft het winkelverkoopvloeroppervlak is de branche in/om huis het grootst. Dit wordt veroorzaakt door het relatief grote aantal m2 WVO per verkooppunt. In totaal is er in Breda 375.328 m² aan WVO.

Groei van het aantal horecapanden in 2018

De groei van het aantal m² WVO in de horeca houdt ook dit jaar aan. Per januari van dit jaar waren er in de Gemeente Breda 563 horecazaken. Dat zijn er 14 meer dan in 2018. De verdeling van het aantal panden en aantal m² WVO naar type horeca blijft onveranderd. De categorie restaurant telt 200 panden en neemt ook het grootst aantal m² in beslag (28.489 m²). Daarna volgen de categorieën café (171 panden) en fastfood (154 panden).

3.6 Internationaal

Ligging in de Nederlands-Vlaamse Delta

Breda kent een uitstekende ligging in de Nederlands-Vlaamse delta en goede verbindingen op zowel de Noord-Zuid als op de Oost-West as. De volgende figuur illustreert het bereik vanuit Breda.



Breda kent veel internationale bedrijven

Er zijn in Breda 227 bedrijven met een moederbedrijf in het buitenland. Bij deze bedrijven werken in totaal 14.784 mensen. De onderstaande tabel geeft verder inzicht in de vestigingslanden van de moederbedrijven, de sectoren en activiteiten waarin de bedrijven werkzaam zijn. Ook worden een aantal grote internationale bedrijven benoemd.

Tabel 3 Internationale bedrijven in Breda

Top 5 vestigingslanden moederbedrijf	Verenigde Staten (66) Duitsland (33) België (17) Verenigd Koninkrijk (17) Frankrijk (12)
Top 5 sectoren waarin deze bedrijven werkzaam zijn	Engineering (32) Life Sciences & Health (28) Transport & Logistiek (18) Electronics (18) Zakelijke Dienstverlening (16)
Top 5 Soort activiteit	Marketing & Sales (35) Hoofdkantoor* (25) Distributiecentrum (18) Service Centrum (17) R&D (14)
Grootste werkgevers	Spie Perfetti van Melle Scania Amgen Europe Inbev

*Betreft (internationale) hoofdkantoren. Kan dus zijn voor Nederland, Europa, EMEA, Global, etc.

Bron: Achilles-database (Invest in Holland), Netherlands Foreign Investment Agency, Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (mei 2019)

3.7 Bezoekersstad

Aantal bezoekers binnenstad iets gedaald

In 2018 bezochten zo'n 18.274.000 mensen het centrum van Breda. Hiermee liggen de bezoekersaantallen van de binnenstad iets lager dan in 2017. De tabel hieronder toont de bezoekers naar type bezoeker.

Tabel 4 Bezoekers Centrum Breda in 2018 en 2017 naar type bezoeker*

	2018	2017
Incidentele bezoekers (t/m 2 bezoeken in een maand)	5.640.000	5.665.000
Regelmatige bezoekers (3 t/m 9 bezoeken in een maand)	6.465.000	6.476.000
Frequente bezoekers (minimaal 10 bezoeken in een maand)	6.169.000	6.256.000
Totaal aantal bezoekers	18.274.000	18.397.000

*Afgerond op duizenden bezoekers.

Bron: Smart City Dashboard (2019)

De meeste bezoekers werden in 2018 getrokken op / met (1) Koningsdag, (2) Carnavalszaterdag, (3) Breda Jazz en (4) Breda Live.

Figuur 12 Aantal bezoekers per dag in 2018



Bron: Smart City Dashboard (2019)

De meeste bezoekers komen naar Breda om te winkelen

Uit het Binnenstadsonderzoek (2017) blijkt dat winkelen de belangrijkste reden is waarom bezoekers naar de binnenstad van Breda komen (43%). Bij de meeste van hen gaat het om recreatief winkelen. Andere veel voorkomende bezoekersmotieven zijn een dagje uit (13%) en horeca bezoek (9%).

Bezoekers waarderen Breda met een 7,9

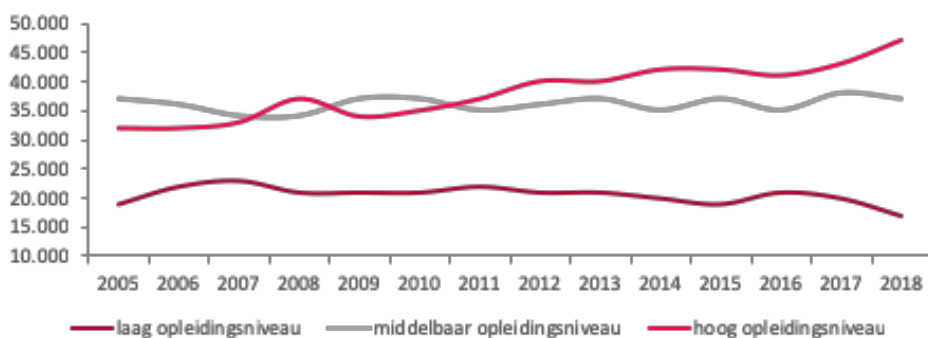
Bezoekers waarderen de binnenstad van Breda met gemiddeld een 7,9. Vooral de sfeer (8,1), het aanbod van horeca (7,8) en winkels (7,6) scoren hoge rapportcijfers. Breda wordt door bezoekers het meest geassocieerd met gezelligheid en winkelen. (Binnenstadsonderzoek, 2017)

3.8 Kennis en talent

Beroepsbevolking naar opleidingsniveau

De Bredase beroepsbevolking bestaat uit zo'n 101.000 personen. De grafiek op de volgende pagina geeft inzicht in het opleidingsniveau van de beroepsbevolking. Sinds 2016 is het aandeel personen met een hoge opleiding gestegen en het aandeel personen met een laag opleidingsniveau iets gedaald. De netto arbeidsparticipatie is gelijk aan 68,2%. Dit is ongeveer gelijk aan de gemiddelde arbeidsparticipatie in heel Nederland.

Figuur 13 Opleidingsniveau van de beroepsbevolking



Bron: CBS, bewerking door O&I Gemeente Breda (2018)

Aantal studenten op Bredase hbo's al jaren stabiel

Het aantal studenten op Bredase hbo's ligt al jaren iets hoger dan 20 duizend. Van alle Bredase studenten is zo'n 15% internationaal.

Tabel 5 Aantal studenten op Bredase scholen

Avans Hogeschool	13.500
Breda University of Applied Sciences	6.700
NLDA (Nederlandse Defensie Academie)	1.800
MBO (ROC West-Brabant, De Rooi Pannen)	10.500

De toekomstige beroepsbevolking wordt breed opgeleid

De volgende tabel geeft een overzicht van de verschillende opleidingen op de Bredase HBO en MBO scholen.

Tabel 6 Opleidingen

Opleidingen	Onderzoeksdomeinen en Expertisecentra	Lectoraten
Avans Hogeschool		
Economie en Bedrijf Techniek Taal en Communicatie Gedrag en Maatschappij Gezondheid Exact en Informatica Kunst en Cultuur Recht en Bestuur Onderwijs en Opvoeding Aarde en milieu	Technische Innovatie Art, Design and Technology Biobased Economy Sustainable Business Caring Society Veiligheid	22 lectoraten binnen de Expertisecentra en 3 stand-alone lectoraten: Brein en Leren Leerkracht Analysetechnieken in de Life Sciences
Breda University of Applied Sciences		
Tourism Logistics Built Environment Leisure and Events Games Media Hotel Facility	Making places and shaping destinations Designing and managing experiences People and goods on the move	Creative and Entertainment Games Digital Media Concepts Applied Games, Innovation and Society Imagineering Leisure Storytelling Placemaking and Events Sustainable Tourism and Transport Urban Intelligence
Nederlandse Defensie Academie		
Militair Wetenschappelijke opleiding Korte officiersopleiding Militaire opleidingen voor specialisten uit andere vakgebieden		
ROC West-Brabant (Curio)		
Techniek Bouw Media, Vormgeving & ICT Economie & Administratie Zorg en Welzijn Transport en Logistiek Fashion en uiterlijke verzorging Veiligheid en defensie Sport en bewegen Horeca, bakkerij en recreatie Groen en dier Praktijkschool		
De Rooi Pannen		
Horeca Toerisme & Vrije Tijd		

3.9 Inzoomen op Kennisdiensten

Op regionale schaal is gekozen voor het toevoegen van het speerpunt Kennisdiensten. In de Regionale Ambitie (Tordoir, 2018) is geschetst dat West-Brabant gekenmerkt wordt door een economische structuur met veel MKB en enkele sterke sectoren zoals agrofood, industrie en logistiek. Tegelijkertijd werd geconstateerd dat het bedrijfsleven veel 'cash cows' omvat. Dat betekent dat een bedrijf redelijk aan het einde van zijn levenscyclus zit; nu nog wel verdient maar zal moeten innoveren en zijn verdienmodel aanpassen omdat de kans anders bestaat dat het ophoudt te bestaan. In dit geval zal de toegevoegde waarde van productie blijven dalen en vertrekken kenniswerkers uit de regio.

Tegenover dit doemscenario wordt het nieuwe kennis-scenario als ambitie gesteld. Hierin wordt uitgegaan van de kracht van kennisdiensten. Zij zijn de zuurstof voor de economie van de regio. Strategy Unit heeft in opdracht van de regio West-Brabant een verdere uitdieping gemaakt van kennisdiensten. Als stuwende sector leveren zij direct een belangrijke bijdrage aan economische groei (driver) en als katalysator leveren zij door het stimuleren en creëren van innovatieve oplossingen ook indirect een bijdrage aan de concurrentiekracht van bestaande sectoren (enabler.) Dit wordt in onderstaande figuur schematisch weergegeven.

In deze smalle benadering bestaan kennisdiensten uit:

- Informatie & communicatie (Standaard Bedrijfs Indeling 61-63)
- Advies & Specialistische Zakelijke Dienstverlening (SBI 69-74)

Tabel 7

Breda	2017	Relatief aandeel	Groei 2013-2017
Aantal vestigingen	4.989	28,5%	611 (+ 14%)
Aantal banen	13.027	12,8%	1.058 (+9%)
Aandeel sector Breda in West-Brabant			40%

Voorbeelden van deelsectoren die hieronder vallen zijn telecommunicatie, diensten op het gebied van informatie en informatietechnologie, rechtskundige dienstverlening, accountancy en belastingadvies, architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies, speuren ontwikkelingswerk, reclame en marktonderzoek, industrieel ontwerp en vormgeving, fotografie, vertaling en overige consultancy.

Enkele voorbeelden van grote en kleine bedrijven in de Kennisdiensten in Breda zijn: CM.com, iAdvise, Dataleaf, Payper, AXI, Handpicked Agencies, Netvlies, Yonego, Kwettr, IC3dMedia, Codecentric, MK2, MerkEcht, Dutch Game Garden, The Urban Future, Stitch Heads, Filmfabriek, Smart Profile, RoomRaccoon.

Niet tot deze smalle definitie horen bedrijven in bijvoorbeeld de Industrie, die echter wel met nieuwe technologie werken en in die zin een grote bijdrage kunnen leveren aan de innovatie-oriëntatie van bedrijven in Breda. Denk bijvoorbeeld aan SPIE, VDL, BioScienz, Inno4Life, Grass Valley en Ex-Robotics.

Het Hoger Onderwijs in Breda kent diverse opleidingen, expertisecentra en lectoraten die een sterke relatie hebben met het profiel Kennisdiensten. Daarnaast ook op het toepassen van nieuwe kennis en technologie in de techniek, duurzaamheid, logistiek en leisure. Door de internationale oriëntatie van veel opleidingen dragen zij ook bij aan het versterken van het internationale profiel. Het MBO sluit hierop ook aan met opleidingen en een centrum voor innovatief vakmanschap.

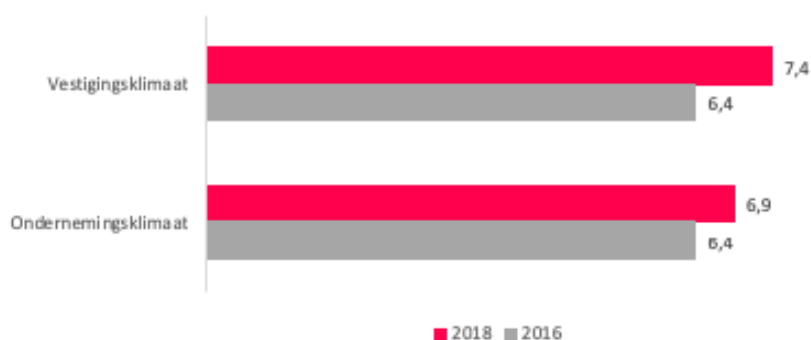
Tabel 8 Overzicht diverse opleidingen en lectoraten die passen in het profiel Kennisdiensten.

Opleidingen	Onderzoeksdomeinen en Expertisecentra	Lectoraten
Avans Hogeschool		
Technische Informatica Communication en Multi-media Design (CMD) Business & IT management AKV St.Joost (beeldende kunst, vormgeving)	Technische Innovatie Art, Design and Technology	Innovatie Bouwproces en Techniek Robotica Datascience en ICT Mensgericht creëren Autonoom Maken
Breda University of Applied Sciences		
Creative Business (Media) (executive) Master Media Innovation Creative Media and Game Technology (Games) Master Game Technology	Games Media	Creative and Entertainment Games Digital Media Concepts Applied Games, Innovation and Society Imagineering
ROC West-Brabant (Curio)		
Media, Vormgeving en ICT		

3.10 Ondernemersklimaat

De ondernemers is in 2018 gevraagd om met een rapportcijfer hun oordeel te geven over het vestigingsklimaat van Breda (hoe aantrekkelijk is de gemeente voor bedrijven om zich er te vestigen?) en het ondernemingsklimaat (lokale omstandigheden die van invloed zijn op een onderneming). De volgende figuur toont de gegeven rapportcijfers en maakt tevens een vergelijking met de voorgaande ondernemerspeiling in 2016. Het ondernemingsklimaat wordt in 2018 beoordeeld met een 6,9 en het vestigingsklimaat met een 7,4. In vergelijking met de peiling in 2016 is het rapportcijfer voor het vestigingsklimaat significant gestegen. Het ondernemingsklimaat wordt door de ondernemers beoordeeld met een 6,9.

Figuur 14 Waardering vestigingsklimaat & ondernemingsklimaat



Bron: Ondernemerspeiling Gemeente Breda (2018)

De waardering voor de dienstverlening van de gemeente is op verschillende aspecten gemeten, waaronder bereikbaarheid, betrouwbaarheid, kennis en snelheid van het ambtelijk apparaat. Het rapportcijfer dat ondernemers geven voor gemeentelijke dienstverlening is gelijk aan 6,7 (in 2016 was het rapportcijfer gelijk aan 6,1). Ondernemers zijn het meest tevreden over de deskundigheid en vriendelijkheid van medewerkers van de gemeente. Wat betreft afhandelingssnelheid en het hebben van één vast aanspreekpunt is verbetering mogelijk. Overigens scoort de gemeente Breda wat betreft dienstverlening op alle punten een voldoende.

