



Ruimtelijk-economische Strategie Toegepaste Technologie en Creativiteit Breda

*Ruimtelijk sturen op clustervorming,
innovatie en economische groei in Breda*

Eindversie, 3 februari 2021





BUREAUBUITEN
economie & omgeving

Bureau BUITEN

Economie en Omgeving

Achter Sint Pieter 160

NL-3512 HT Utrecht

info@bureaubuiten.nl

+31 (0)30 - 231 89 45

www.bureaubuiten.nl

D  **NASTEDENBOUW**

Ruimtelijk- economische Strategie Toegepaste Technologie Breda

Hoofdrapport - Eindversie

Aangeboden aan:
Gemeente Breda
3 februari 2021

Auteur(s):

Maarten Kruger, Jaap Meijs, Miles Copping (Bureau BUITEN)
Simon Dona (DONA Stedenbouw)
Christian Rommelse (Studio Bereikbaar)

Projectnummer 1521

Inhoudsopgave

Samenvatting

5

Hoofdrapport

1	Inleiding	11
1.1	Aanleiding en vraag	11
1.2	Positionering Ruimtelijk-economische Strategie TT&C Breda	11
1.3	Proces	12
1.4	Leeswijzer	12
2	TT&C-bedrijven nader in beeld	14
2.1	Data-analyse: TT&C-bedrijven nader in beeld	14
2.2	Kwalitatieve observaties TT&C-bedrijven	18
3	Kwantitatieve ruimtebehoefte TT&C-bedrijven geraamd	20
3.1	Vraaggraming TT&C-bedrijven in Breda	20
3.2	Aanbodinventarisatie: leegstand en planvoorraad	23
3.3	Vraag-aanbodconfrontatie: kwantitatief voldoende aanbod voor TT&C (maar niet per se op goede plekken)	23
3.4	Kwalitatieve verdieping: uitbreidingsvraag naar doelgroep en potentiële vraag op een 'TT&C-hotspot'	24
3.5	Verdieping: vraag vs. aanbod in TT&C-zoekgebieden	27
4	Kwalitatieve ruimtebehoefte TT&C-doelgroepen in beeld	28
4.1	Next Economy stelt nieuwe eisen aan werkmilieus	28
4.2	Kwalitatieve ruimtebehoefte: doelgroepen nader in beeld	30
4.3	Van kwalitatieve ruimtebehoeften naar ruimtelijke bouwstenen voor een hotspot	33

5	Ruimtelijke analyse Breda en kwalitatieve aanbodanalyse TT&C-gebieden	36
5.1	Hoofdpunten ruimtelijke analyse gemeente Breda	36
5.2	Inzoomen op zoekgebieden	37
5.3	Van zoek- naar focusgebieden	42
6	Handelingsperspectief en instrumenten: naar verdere uitwerking en realisatie TT&C-strategie	47
6.1	Verdere uitwerking TT&C-strategie samen met stakeholders	47
6.2	Instrumentarium	48
	Bijlage 1 Begrippenlijst	52

Achtergrondrapport (in separaat document)

1	Verdieping data-analyse TT&C-bedrijven
2	Achtergronden en methodiek ruimtebehoefteraming
4	Lessen uit Tilburg, Eindhoven en 's Hertogenbosch
Bijlage 1	Aangeboden kantoorpanden Breda
Bijlage 2	Aangeboden bedrijfspanden Breda
Bijlage 3	Lijst geïnterviewden
Bijlage 4	Opbrengsten 1e panelbijeenkomst
Bijlage 5	Benchmarksteden
Bijlage 6	Referentiegebieden hotspots
Bijlage 7	SBI afbakening TT&C
Bijlage 8	Ruimtelijke analyses en gebiedsprofielen

Ruimtelijk-economische strategie TT&C Breda: samenvatting en uitgangspunten voor verdere uitwerking en uitvoering

1. *Breda: in potentie innovatieve en sterke economie, maar groei en clustervorming blijven achter*

Breda heeft een divers palet aan gerenommeerde bedrijven en kleine, vernieuwende spelers in sectoren als de maakindustrie, robotica, maintenance, design, media/ICT en gaming. Denk aan IT-bedrijven als CM en Handpicked, Spie als grootschalig techniek- en maintenancebedrijf, ExRobotics als vernieuwende partij in de robotica en Plugged als internationale speler in de entertainmentindustrie. Daarbij beschikt de stad over twee grote hbo-instellingen, Avans en BUAS, die veel nieuw talent naar de stad trekken, en opleidingen aanbieden die goed aansluiten op de Bredase sectoren. Breda is bovendien een aantrekkelijke stad om in te wonen en te verblijven, met een historische binnenstad, en een rijk aanbod aan detailhandel, horeca en cultuur. Daarbij is de stad in beweging, met een vernieuwd station, het Havenkwartier, De Koepel, en het CSM-terrein waar grootschalige gebiedsontwikkelingen (zullen) plaatsvinden. Tel daarbij de strategische ligging van Breda op – op knooppunt van de zuidelijke Randstad, de Brabantse steden en de Vlaamse Ruit – en de conclusie is dat Breda over alle ingrediënten beschikt voor een sterke, innovatieve en hecht verbonden economie.

Toch is de praktijk van de lokale economie weerbarstiger. Al in de economische visie van Breda is geconstateerd dat de gemeente op economisch vlak achterblijft bij steden van vergelijkbare omvang. Er is nog veel te winnen aan innovatiekracht en creativiteit onder het brede MKB in Breda. Bovendien komt uit de analyse naar voren dat de Bredase bedrijven in de Toegepaste Technologie en Creativiteit (TT&C) – het zwaartepunt in het economisch beleid van Breda – nog geen echt cluster vormen. Partijen zijn welwillend, maar er is weinig sprake van

inhoudelijke samenwerking en/of innovatie die bedrijven aan elkaar en Breda bindt. Dit maakt de economie kwetsbaar: bedrijven met weinig binding met de lokale economie zijn eerder geneigd te vertrekken dan bedrijven in een hecht ecosysteem. Andersom kan samenwerking en clustervorming juist tot nieuwe ideeën en innovatie leiden, en daarmee een boost vormen voor de lokale economie.

Een extra uitdaging daarbij is dat de TT&C-bedrijven erg divers is. Bedrijven zitten in uiteenlopende sectoren, grofweg in te delen in vijf doelgroepen: creatieve zakelijke dienstverlening, innovatieve makers, reguliere makers, innovatieve entertainers en culturele ondernemers. Binnen de doelgroepen – en niches daarbinnen – wordt wel samengewerkt, maar is de massa beperkt. Uit gevoerde gesprekken met TT&C-ondernemers blijkt dat er *tussen* de doelgroepen nog maar weinig sprake is van structurele samenwerking. Ook in omvang verschillen bedrijven; kleinschalige creatieve bedrijven – die vaak snel groeien – worden afgewisseld met enkele grote veelal industriële spelers.

2. *Ruimtelijk sturen op clustervorming, innovatie en groei in Breda*

Kortom, er is vanuit economisch perspectief behoefte aan het versterken van het innovatie-ecosysteem en de clustervorming van (TT&C-)bedrijven in Breda. De gemeente zet hierop in met haar economisch beleid – via innovatiebevordering, ecosysteemontwikkeling, accountmanagement – maar er is ook inzet vereist op ruimtelijk vlak. Specifiek heeft de stad behoefte aan een werkmilieu dat innovatieve en creatieve (TT&C-)bedrijven en werknemers aanspreekt, waar ondernemers elkaar weten te vinden, en dat uitnodigt tot onderlinge samenwerking, interactie en innovatie. Veel TT&C-bedrijven geven aan behoefte te hebben aan een

dergelijke ‘hotspot’. Dit kan een privaat belang dienen – door te voorzien in een behoefte van bedrijven en een voedingsbodem voor innovatie te bieden – maar ook een publiek belang. Immers kan een TT&C-hotspot een waardevolle toevoeging zijn aan het palet van werkmilieus in Breda, kan het Breda als creatieve en innovatieve ‘TT&C stad’ profileren, en kan het een boost geven aan de omgeving waar het district landt.

Het ligt daarbij voor de hand om de verschillende TT&C-doelgroepen te mengen en doelgroepen niet al te veel uit te splitsen naar verschillende locaties. De ruimtevraag per doelgroep is immers vrij beperkt, zodat er menging nodig is voor massa. Maar belangrijker nog: juist door bedrijven uit diverse (gerelateerde) sectoren en niches bij elkaar te zetten, kan een interessant en inspirerend gebied ontstaan dat innovatie stimuleert en daarmee de economie van de stad versterkt.

3. Behoefteraming: 50.000 m² TT&C-ruimte op hotspot

Hoeveel ruimte is er nodig voor TT&C-bedrijven? De uitbreidingsvraag van TT&C-bedrijven in Breda – de extra ruimte die TT&C-bedrijven nodig hebben ten opzichte van 2020, door groei en vestiging in Breda – is geraamd op maximaal 61.000 m² aan kantoorruimte plus 92.000 m² aan bedrijfsruimte tot aan 2035. Hier komt nog een vervangingsvraag bij van 10.600 m² kantoorruimte en 5.000 m² bedrijfspanden, als gevolg van transformatie van gebieden en panden met een werkfunctie in Breda. De totale ruimtebehoefte komt daarmee uit op maximaal 71.600 m² kantoorruimte en 97.000 m² bedrijfsruimte.

Het is echter niet waarschijnlijk dat deze ruimtevraag zich op één hotspot zal concentreren. Immers, op dit moment zit een groot deel van de TT&C-bedrijven op bedrijventerreinen in de stad, en zonder actieve sturing zal dit ook zo blijven. Echter, als Breda erin slaagt om een aantrekkelijk hotspot te creëren dat inspeelt op de kwalitatieve behoeften van TT&C-

bedrijven, kan 15% tot 30% van de ruimtevraag op een hotspot landen. Conclusie: ga bij de ontwikkeling van een hotspot uit van een maximale TT&C-ruimtevraag van 50.000 m² tot aan 2035. Ter referentie: dit staat gelijk aan een volume dat 5 keer groter is dan de huidige Triple-O campus¹.

Tabel 0.1: Vraag op TT&C-hotspot in laag en hoog scenario.

	Uitbreidings- vraag	Vervangings- vraag	Totale vraag	Vraag op TT&C-hotspot (in % en m ²)	
Scenario laag	56.700	15.700	72.400	Min:	16% (11.400 m ²)
				Max:	31% (22.200 m ²)
Scenario hoog	152.900	15.700	168.600	Min:	15% (25.600 m ²)
				Max:	29% (49.700 m ²)

Hierbij past een aantal kanttekeningen:

- Het (plan)aanbod aan kantoorruimte *binnen* TTC-zoekgebieden is hoger dan de vraag van TT&C-bedrijven. Dit betekent dat er voor deze deelmarkt schaarste gecreëerd moet worden en dat er actieve sturing nodig is op concentratie van de ruimtevraag. Anders zal de TT&C-ruimtevraag zich organisch over de stad verspreiden en ontstaat er geen clustering.
- Voor de markt voor bedrijventerreinen geldt dat er *binnen* de TTC-zoekgebieden geen nieuw planaanbod is, en beperkt bestaand aanbod. Op het niveau van Breda als geheel is er zelfs sprake van een verwacht tekort van ca. 25 netto ha tot aan 2030. Dit is in beginsel ‘gunstig’ voor het ontwikkelperspectief van een innovatiedistrict; er is immers maar beperkt planaanbod voor bedrijfsruimte in de stad en de concurrentie tussen een TT&C-innovatiehotspot en reguliere bedrijventerreinen zal daardoor beperkt zijn. Het stelt Breda wel voor de opgave om in de stad en haar omgeving te voorzien in voldoende ruimte voor bedrijven.

¹ Exclusief recent gerealiseerde nieuwbouw.

- De volumes zijn bovengrenzen die – afhankelijk van herstel na corona, de (middel)langetermijnontwikkeling van de Bredase economie, het presteren van TT&C-bedrijven en de beleidsinzet van de gemeente Breda – ook lager kunnen uitvallen.
- Tegelijkertijd kan de vraag op de langere termijn ook groter uitvallen. In de raming zijn alleen ‘TT&C-bedrijven’ meegenomen, terwijl in praktijk ook voor andere (maak)bedrijven een hotspot interessant zijn. Gezien het verwachte tekort aan bedrijventerreinen in Breda is het hierbij wel van belang om goed ‘aan de poort’ te selecteren welke bedrijven zich op de innovatie-hotspot kunnen vestigen, waarover in hoofdstuk 6 meer. Bovendien is er een ‘latente’ TT&C-ruimte vraag van 70% tot 85% die naar verwachting *niet* op een eventuele TT&C-hotspot zou landen. Een succesvolle ontwikkeling kan ook een deel van deze vraag aantrekken.

4. Kwalitatieve ruimtebehoefte: ingrediënten voor een succesvol TT&C-hotspot

Het economische succes van een potentiële TT&C-hotspot staat of valt bij de mate waarin het voldoet aan de kwalitatieve behoeften van de markt. Op basis van voorbeelden elders en de signalen van TT&C-bedrijven, komen we tot de volgende kwalitatieve randvoorwaarden voor een succesvol TT&C-hotspot, waar TT&C-bedrijven economisch floreren en samen een open systeem van samenwerking en innovatie vormen:

1. **Gebied met eigen identiteit, herkenbaar als dé Bredase TT&C-hotspot:**

- Geef bedrijven de ruimte om zelf het gebied op te bouwen en zo in te richten dat het aansluit bij hun behoeften. Geef vrijheid bij de vormgeving en invulling van panden en faciliteer het experiment.
- Door innovatieve ideeën en oplossingen in de eigen omgeving te creëren, te testen en te demonstreren, wordt het TT&C-karakter van het gebied zichtbaar (showcase maken).
- Zorg ook dat bedrijven – en hun activiteiten – zichtbaar en naar buiten gekeerd zijn (bedrijfspanen met een transparant karakter).

- Maak het gebied zichtbaar en toegankelijk vanaf buiten, met duidelijke entrees en uitnodigende routes door het gebied.
- ##### 2. **Stimuleer interactie, community building en clustervorming:**
- Concentreer bewegingen en ontmoetingen door het gebied, met looproutes en ontmoetingsplaatsen, bv. een centrumgebied of kantine.
 - Gedeelte faciliteiten – denk aan vergaderruimtes, gezamenlijke werkplekken of ateliers – nodigen uit tot samenwerking tussen bedrijven en voorzien in een behoefte.
 - Door programmering – denk aan: publieke evenementen, netwerkborrels, lezingen, e.d. – komen ondernemers met elkaar in aanraking én komen er nieuwe mensen op de hotspot af.
 - Door (praktijk)onderwijs kan ‘leren’ een plek in het gebied krijgen en komt nieuw talent in aanraking met bestaande TT&C-bedrijven.
 - Een community manager als aanspreekpunt (niet vanuit een vastgoedbelang maar met een inhoudelijke betrokkenheid) die weet waar bedrijven mee bezig zijn, kan nieuwe verbindingen leggen en samenwerking bevorderen.
 - Een betaalbare plek met gezamenlijke voorzieningen voor startende ondernemers kan dienen als kraamkamer of ‘incubator’ voor nieuwe TT&C-bedrijven.

3. **TT&C-hotspot als onderdeel van de stad**

- Bedrijven en hun personeel vragen om plekken waar niet alleen gewerkt kan worden, maar waar men ook kan borrelen, dineren, sporten, wandelen en evenementen organiseren. Kortom: in een aantrekkelijk TT&C-district zijn voorzieningen nabij. Maak daarom geen afgesloten gebied, maar een bruisend district met een mix aan voorzieningen en horeca in het gebied zelf of in de nabijheid.
- Kies voor een plek die goed verbonden is met de stad of dit kan worden. Dat betekent: goede en logische routes vanuit het centrum, het station en de onderwijscampussen voor voetganger en fietser naar en door het gebied, met centrale entrees.

4. **Gebied dat mix aan verschillende TT&C-doelgroepen bijeenbrengt**

- Zet in op een mix van kantoor- en bedrijfspanden, met ruimte voor flexibele concepten. Veel TT&C-bedrijven hebben zowel behoefte aan ‘maakruimte’ als aan ‘denkruimte’ binnen hetzelfde pand.
- Creëer een mix aan panden van verschillende schaalgrootten (van innovatieve starter achter een laptop, tot een innovatief maakbedrijf met productielocatie ter plekke) en kies voor een gebied waar dit eenvoudig in te passen is.
- Zorg voor aanbod in verschillende huurprijsegmenten omdat de betalingsbereidheid voor huisvesting ook sterk verschilt tussen TT&C-bedrijven.
- Zorg voor een goede ov-bereikbaarheid en/of goede aansluiting op het station, maar garandeer ook dat vrachtverkeer/toeleveranciers het gebied kunnen bereiken (eventueel via separate routes).

5. **Aanbodanalyse: Bredase gebieden met ‘TT&C-potentie’**

De volgende vraag is: waar kan een Bredaas TT&C-hotspot een plek krijgen? Uit de analyse van ‘zoekgebieden’ – o.b.v. criteria als eigen identiteit, verbinding met de stad, mogelijkheid voor een centrumgebied en voor een mix aan gebouwtypen, en stuurbaarheid – komt een aantal gebieden naar voren als in potentie kansrijk voor een TT&C-hotspot. Het betreft de volgende gebieden, waarbij de ontwikkelingsmogelijkheden sterk in tijd verschillen:

- **Triple-O Campus en omgeving Slingerweg:** strategisch gepositioneerd tussen binnenstad en CSM-terrein, met TT&C-ondernemers en -panden als basis (AV-huis, Blushuis). Hier is ruimte voor diverse doelgroepen inclusief maakbedrijven, en op termijn voor uitbreiding door transformatie van panden langs de Slingerweg. Voorwaarde is een betere verbinding met het centrum en een ‘TT&C-waardige’ uitstraling.
- **CSM-terrein** als mogelijke broedplaats voor pioniers, die door place-making in beeld kan komen bij Bredase inwoners en bedrijven, en die op de langere termijn als (uitbreidings)locaties voor innovatieve en

creatieve bedrijven kan dienen. Dit kan in het verlengde van de Triple-O campus, als onderdeel van een grotere stedelijke ontwikkeling.

- **Gebouw C** als centraal gelegen, deels leegstaand kantoorpand in bezit van de gemeente, dat op korte termijn kan worden ontwikkeld tot een incubator voor starters in de TT&C-sectoren en daarbuiten.
- **De Koepel** als iconisch gebouw in Breda, dat als ontmoetingsplek en ‘showcase’ voor innovatieve oplossingen van TT&C-bedrijven kan dienen, met ruimte voor bedrijvigheid in de bijgebouwen. Cruciale vraag voor de ‘TT&C-kansen’ is wie De Koepel van het Rijk overneemt en welke plannen deze partij heeft; hiervoor loopt nu een tender.
- **Crossmark: De Strip en overige delen Havenkwartier** als culturele broedplaats, waar op termijn grootschalige stedelijke ontwikkeling voorzien is. Binnen de ‘TT&C-strategie’ kan het gebied dienen als plek waar het accent op cultuur, levendigheid en profilering van Breda als creatieve stad ligt.

In sommige gebieden kunnen de TT&C-sectoren de meest voorname economische trekker zijn, bijvoorbeeld op de Triple-O campus en omgeving Slingerweg of in Gebouw C. In andere gebieden zal een (concentratie van) TT&C-bedrijven eerder ‘te gast’ zijn en onderdeel uitmaken van een groter geheel aan functies en trekkers. Dit geldt bijvoorbeeld voor het CSM-terrein (vooral gezien de omvang van het terrein), Crossmark: De Strip/Havenkwartier (dat tot een gemengde culturele wijk wordt ontwikkeld) en de Koepel (dat van zichzelf al een publiekstrekker is).

6. **Handelingsperspectief: naar uitvoering van de strategie**

Breda gaat het komende jaar aan de slag om de TT&C-strategie samen met stakeholders verder vorm te geven en voor (een selectie van) de gebieden het ‘TT&C-perspectief’ te vertalen in een concreet, gefaseerd ontwikkelplan per (focus)gebied én op stadsniveau. Dit hangt voor een

belangrijk deel af van de drijfveren van partijen in de gebieden, en hun bereidheid om samen met de gemeente op te trekken. Het is nadrukkelijk niet de insteek om in alle focusgebieden een TT&C-innovatiehotspot te ontwikkelen. De opgave is om per gebied de kansen en belemmeringen voor de ontwikkeling van een TT&C-hotspot verder uit te diepen – in gesprek met stakeholders – om op basis daarvan keuzes voor de korte en middellange termijn te maken. De ontwikkeling van een TT&C-hotspot vergt een lange adem. Deze strategie heeft een doorkijk van minstens 15 jaar, en heeft alleen kans van slagen indien Breda met haar gehele economische beleid inzet op versterking van het TT&C-cluster én daarbij ook consequent ruimtelijke keuzes maakt die de groei en versterking van het cluster bevorderen. Tegelijkertijd kunnen er al op korte termijn stappen worden gezet (bv. de ontwikkeling van Gebouw C tot incubator), terwijl bijvoorbeeld de ontwikkeling van CSM echt een toekomstbeeld is.

De uitwerking en uitvoering van de strategie doet Breda aan de hand van de 7 uitgangspunten in het tekstkader. De inzet is daarbij om uiteindelijk te kiezen voor één locatie die (op termijn) het zwaartepunt wordt van TT&C-bedrijven in Breda. Tegelijkertijd kunnen diverse gebieden in de stad op hun eigen manier bijdragen aan de profilering van Breda als innovatieve en creatieve stad, aan het huisvesten van TT&C-bedrijven en aan het stimuleren van een sterk cluster. Zo draagt TT&C bij aan de sterke lokale economie die Breda verdient.

Uitgangspunten strategie TT&C Breda

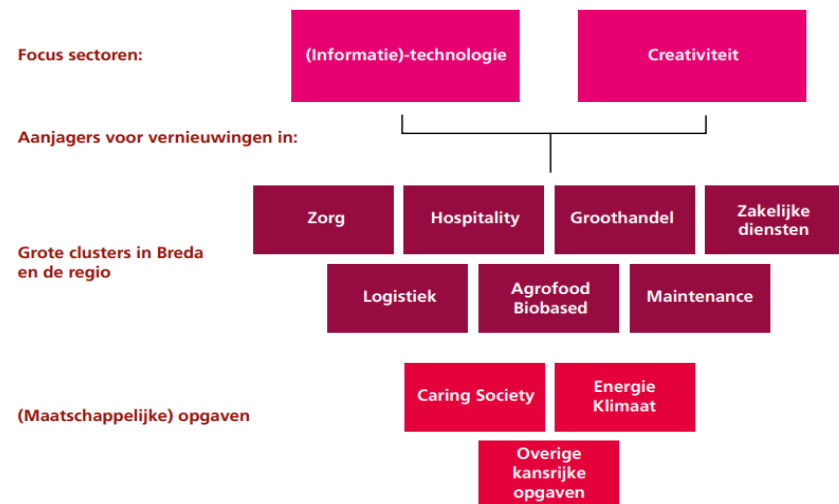
1. Stimuleer de clustervorming van Bredase TT&C-bedrijven door in te zetten op **ruimtelijke concentratie**. Zet daarbij in op één Bredase TT&C-hotspot, en **meng TT&C-doelgroepen** (creatieve zakelijke diensten, innovatieve makers, innovatieve entertainers, culturele ondernemers).
2. Ga tot aan 2035 uit van een maximale **ontwikkelruimte van ca. 50.000 m² BVO aan bedrijfs- en kantoorruimte voor TT&C in een hotspot**. Kies daarbij voor een **adaptieve en gefaseerde aanpak**, vanuit de wetenschap dat nieuwe concepten zich eerst moeten bewijzen en organisch groeien. Tegelijkertijd is er een grotere latente ruimtevraag van (maak)bedrijven (binnen het TT&C-cluster én daarbuiten) en wordt er een tekort op de markt voor bedrijventerreinen verwacht. Houd daarom ook rekening met een ontwikkeling die mogelijk – en bij een succesvolle ontwikkeling - op termijn nog groter uitvalt dan de genoemde maximale volumes
3. Zet kwalitatief in op een gebied dat een **eigen, herkenbare identiteit** heeft als TT&C-hotspot, waar interactie centraal staat en **clustervorming** ontstaat, dat **fysiek en ‘mentaal’ verbonden** is met de stad, en dat geschikt is voor een **mix aan TT&C-doelgroepen**.
4. Inventariseer voor de uitwerking en uitvoering van de strategie in eerste instantie de kansen voor een fysiek ‘TT&C-zwaartepunt’ op de **Triple-O campus en omgeving Slingerweg, het CSM-terrein, Gebouw C, De Koepel, en Crossmark De Strip** en overig havenkwartier, en maak vervolgens een keuze: welk gebied zal plaats kunnen bieden aan hét TT&C-zwaartepunt in de stad?
5. Kom tot een **gefaseerde ontwikkelstrategie** met een concreet ‘TT&C-perspectief’ per gebied, en zet op stadsniveau in op een **complementair aanbod aan gebieden** die in de TT&C-strategie een rol spelen. Daarbij kunnen ook de plekken die niet dé TT&C-hotspot worden, wél een rol spelen in het realiseren van de economische ambities van Breda. Denk aan het havenkwartier als culturele hotspot en aansprekend milieu voor jong talent, het centrum als proeftuin voor innovatie en evenementenlocatie, en bedrijventerreinen als plekken voor (innovatieve) makers.
6. **Betrek bedrijven en grondeigenaren/ontwikkelaars** in de gebieden in de uitwerking, bedrijven uit de ‘TT&C-doelgroep’, BOM en REWIN als ontwikkelmaatschappijen, BUAS en Avans, en de provincie.
7. Koppel de strategie aan een **bredere inzet op clusterbevordering in Breda**, via ‘ecosysteemontwikkeling’ en ‘innovatieclusters/proeftuinen’ uit de Economische Visie. Een ruimtelijke strategie is noodzakelijk maar niet voldoende voor een sterk TT&C-cluster.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en vraag

In de economische visie “Breda als Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit” uit 2019 zet Breda in op (informatie)technologie en creativiteit. Deze sectoren hebben zelfstandig economische groeikracht én fungeren als aanjagers voor vernieuwing in andere sectoren in Breda en de regio (bv. logistiek, agrofood, maintenance). Figuur 1.1 geeft de gedachte van de visie weer.

Figuur 1.1: Afbeelding uit de visie “Breda als Internationale Hotspot voor Toegepaste Technologie en Creativiteit” uit 2019



De gemeente heeft Bureau BUITEN en DONA Stedenbouw gevraagd een Ruimtelijk-Economische Strategie voor Breda als Internationale Hotspot voor Toegepaste technologie en creativiteit ('TT&C') op te stellen. Doel van de strategie is om fysieke plekken in Breda te creëren waar innovatieve en creatieve bedrijven samen innoveren, als “thuisbasis” voor

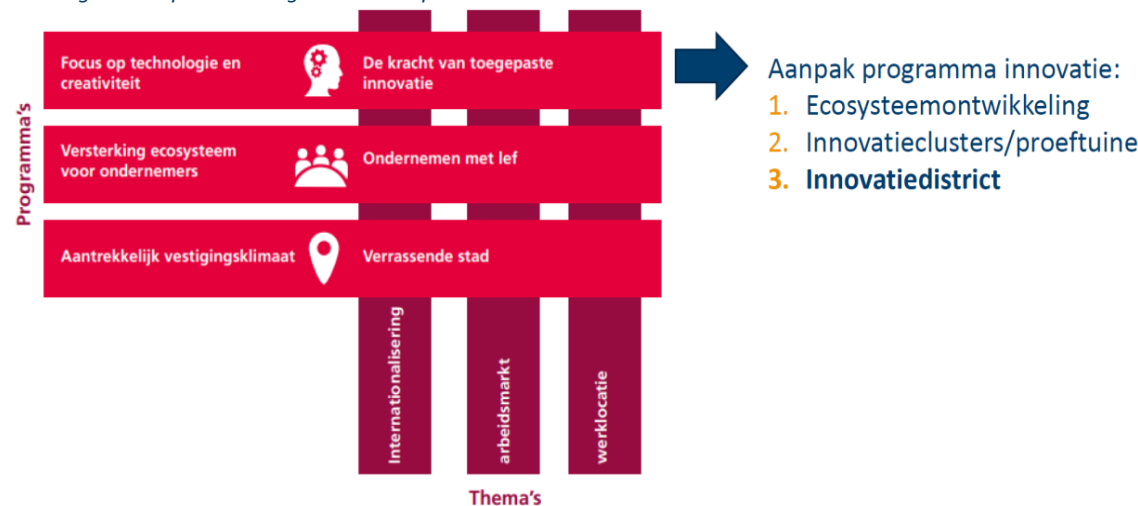
het ecosysteem van bedrijven in de sectoren toegepaste technologie en creativiteit.

1.2 Positionering Ruimtelijk-economische Strategie TT&C Breda

De ruimtelijk-economische strategie geeft invulling aan de aanpak 'Innovatiedistrict', binnen het programma 'De kracht van toegepaste innovatie' in de economische visie van Breda. Naast deze ruimtelijke component werkt de gemeente ook nog via twee andere 'aanpakken' aan innovatiebevordering en versterking van het ecosysteem:

- **Innovatieclusters/proeftuinen:** doel is om vernieuwing te stimuleren door gerichte thematische samenwerking van bedrijven, kennisinstellingen en overheid. Breda werkt hier samen met bedrijven en kennisinstellingen binnen proeftuinen/initiatieven zoals Breda Robotics, Campione in Woensdrecht, Smart City en GameCity Breda.
- **Ecosysteemontwikkeling:** dit is gericht op het bouwen van een hecht lokaal netwerk van vernieuwers, waarbij contact en ontmoetingen zorgt voor meer cross sectorale samenwerking en binding met de stad. Dit gebeurt voornamelijk door middel van evenementen onder de noemer 'ACT NOW', waarin spelers uit verschillende 'proeftuinen' en niches binnen de TT&C-sectoren elkaar ontmoeten.

Figuur 1.2: positionering van de 'hotspot' binnen de economische visie



Oftewel: de strategie moet geplaatst worden in een breder geheel van acties die de gemeente Breda uitvoert om de TT&C-sectoren te versterken. Figuur 1.2 laat de positionering van de 'hotspot' binnen de economische visie zien.

Scope: gebiedsafbakening en tijdshorizon

De strategie wordt op het niveau van de stad Breda opgesteld. Daarbinnen is gekeken naar specifieke zoekgebieden die ruimte kunnen bieden aan TT&C-bedrijven. Voor deze gebieden is een gebiedsanalyse uitgevoerd, en de strategie richt zich primair op (een selectie van) deze gebieden. Figuur 1.3 laat deze gebieden zien. De strategie heeft grosso modo betrekking op de periode 2020-2035.

1.3 Proces

De strategie is tot stand gekomen op basis van de volgende activiteiten:

- **Extern proces:** er is met een brede vertegenwoordiging aan bedrijven en partijen gesproken, om een goed beeld te krijgen van hun behoeften en van lopende initiatieven. Het gaat om 12 Bredase TT&C-bedrijven, 2 onderwijsinstellingen (BUAS en Avans), 2 ontwikkelaars (Amvest en Kadans), 2 regionale ontwikkelingsmaatschappijen (REWIN, BOM), 2 culturele organisaties (Stek: broedplaats voor creatieve ondernemers en CLIB: cultureel vastgoedbeheerder). Naast 1-op-1 interviews zijn ook 2 brede panelbijeenkomst georganiseerd. Bijlage 4 (achtergrondrapport) bevat een overzicht van gesprekspartners.
- **Intern proces:** meerdere ambtelijke overleggen met een begeleidingsgroep, een brede ambtelijke werksessie met adviseurs economie, ruimtelijke ordening, cultuur, energie, en diverse 1-op-1 interviews over verschillende de zoekgebieden.
- **Schouw** langs de diverse mogelijke zoekgebieden voor TT&C-bedrijven
- **Deskresearch:** o.a. kwantitatieve ruimtebehoefteraming voor TT&C-bedrijven, kwalitatieve duiding van de ruimtebehoefte, analyse van relevante trends en ontwikkelingen in de 'Next Economy' en hun

implicatie op TT&C-bedrijven, benchmark van andere gemeenten en locaties, en een ruimtelijke analyse en opstellen gebiedsprofielen.

1.4 Leeswijzer

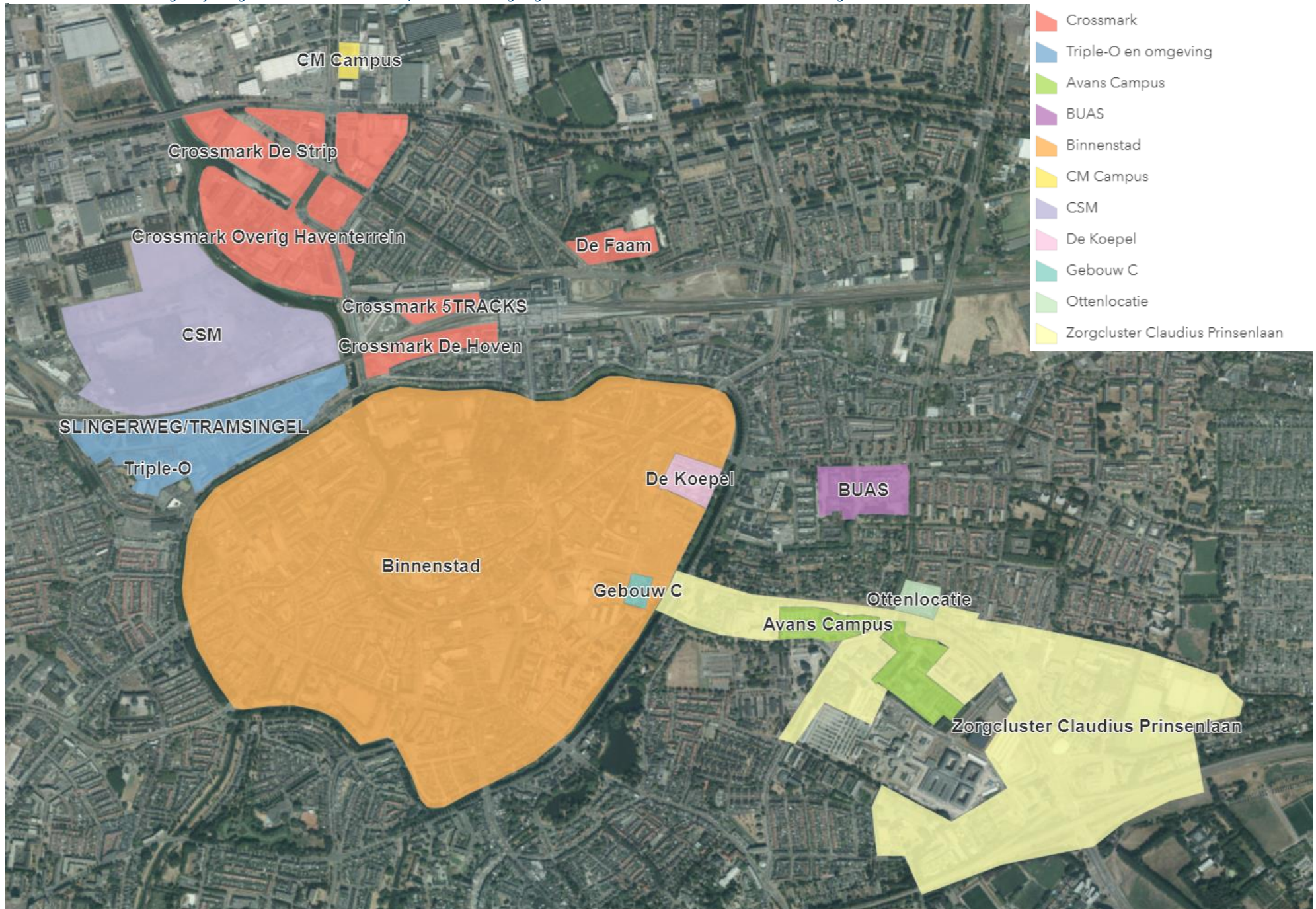
De rapportage is opgesplitst in een hoofdrapport en achtergrond- of bijlagenrapportage. Het hoofdrapport beschrijft de belangrijkste resultaten van het onderzoek en geeft de strategie weer. Het bijlagenrapport geeft in meer detail inzichten in de onderzoekresultaten. In het hoofdrapport komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Hoofdstuk 2 geeft een nadere duiding van de "TT&C-bedrijven" o.b.v. een data-analyse en bevindingen uit de interviews.
- Hoofdstuk 3 bevat een raming van de kwantitatieve ruimtebehoefte van bedrijven in de TT&C-sectoren in Breda. Hoeveel ruimte is er in de stad nodig om deze bedrijven te faciliteren?
- Hoofdstuk 4 gaat in op de kwalitatieve ruimtebehoefte van TT&C-bedrijven in de stad. Wat voor type gebieden en werkmilieus vragen deze bedrijven? We kijken daarbij zowel naar algemene trends in de 'Next Economy' als naar de specifieke behoefte van verschillende doelgroepen binnen de Bredase TT&C-sectoren.
- In hoofdstuk 5 bekijken we de aanbodkant, aan de hand van een ruimtelijke analyse van de stad en gebiedsprofielen per zoekgebied. Dit hoofdstuk eindigt met een selectie van gebieden die kansrijk zijn om ruimte te geven aan een 'TT&C-hotspot'.
- Hoofdstuk 6 bevat een handelingsperspectief voor de verdere uitwerking en de uitvoering van de strategie, en gaat in op de procesmatige, stedenbouwkundige en planologische instrumenten die de gemeente Breda hierbij kan inzetten.

De samenvatting geeft de conclusies van het rapport weer, en bevat uitgangspunten voor de uitwerking en uitvoering van de strategie.

Figuur 1.3: Kaart afbakening 'TT&C-zoekgebieden' en binnenstad binnen de gemeente

N.B. Breda Binnenstad is geen focusgebied voor het onderzoek; wel is de werkgelegenheid binnen de TT&C-sectoren hier in beeld gebracht



2 TT&C-bedrijven nader in beeld

In de economische visie Breda worden TT&C-bedrijven beschreven als “bedrijven met als core business het ontwikkelen en toepassen van technologie en creativiteit”, met kennisdiensten als “‘communicatie en informatie’ en ‘advies en specialistische zakelijke dienstverlening’ met activiteiten op het vlak van informatietechnologie, informatie, telecommunicatie, spur- en ontwikkelingswerk, reclame en marktonderzoek en industrieel ontwerp en vormgeving”, aangevuld met sectoren met een focus op technologie binnen o.a. de industrie en de zorg. Hoewel TT&C helder is afgebakend, is het van belang om een beter gevoel te krijgen bij het type bedrijven waar het om gaat en hun ecosysteem, alvorens in te zoomen op hun ruimtevraag. We brengen aan de hand van een data-analyse én bevindingen uit interviews de TT&C-bedrijven nader in beeld.

2.1 Data-analyse: TT&C-bedrijven nader in beeld

In het kort: uit de data-analyse komt het beeld naar voren dat het TT&C-cluster bestaat uit veel relatief kleinschalige creatieve bedrijven, afgewisseld met enkele grote veelal industriële spelers. Daarbij zit de economische groei vooral in de kleinere bedrijven in de sector creativiteit en minder in de grote bedrijven in de toegepaste technologie. Bedrijven zitten door de hele stad, maar het geografische zwaartepunt ligt nu op de bedrijventerreinen en – kwantitatief – niet op de TT&C-zoekgebieden.

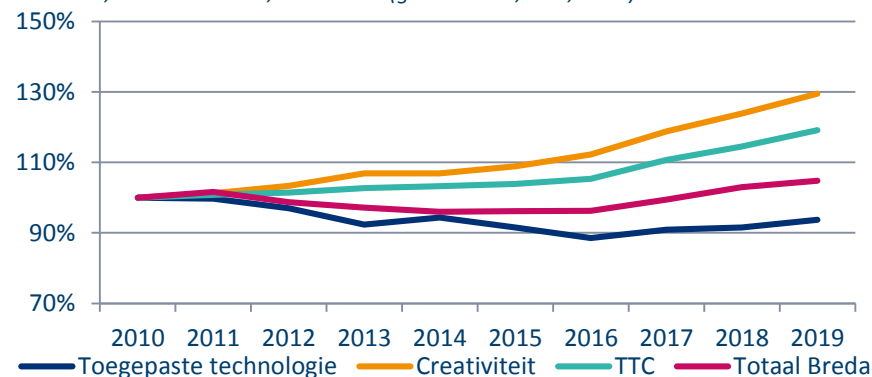
² In deze rapportage wordt gerekend met banen van 12 uur en meer per week (bron: LISA). Ze bijlage 1 voor een overzicht van de gebruikte definities en begrippen in deze rapportage.

TT&C-bedrijven zijn heterogeen; relatief sterke banengroei in creativiteit

TT&C-bedrijven zijn per 1-4-2019 goed voor 18.100 fulltime banen² oftewel ongeveer 20% van de werkgelegenheid in Breda. Vergeleken met heel West-Brabant zijn TT&C-bedrijven in Breda oververtegenwoordigd.

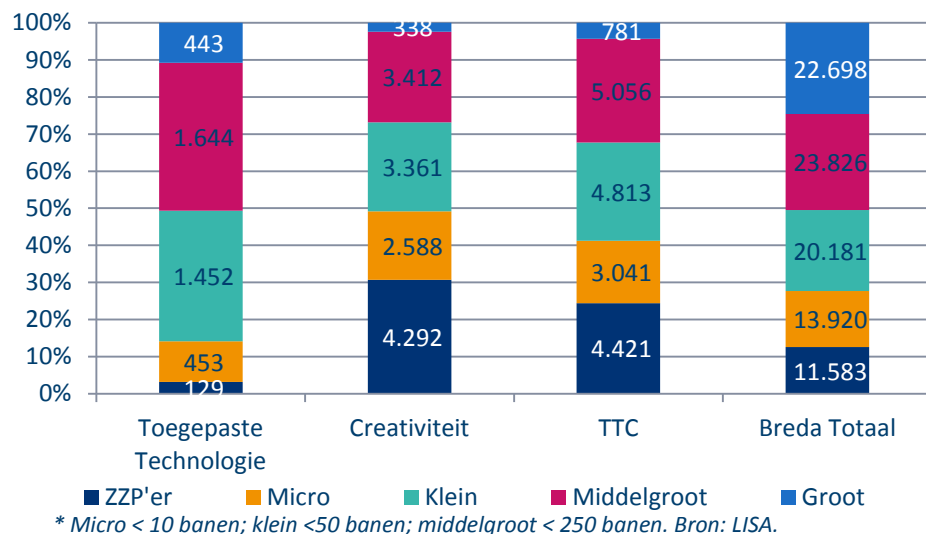
De TT&C-sectoren ontwikkelen zich qua werkgelegenheid gunstiger dan gemiddeld in Breda. Bedrijven in de creatieve industrie zijn snelle groeiers; het aantal banen nam hier in de afgelopen 10 jaar ca. 30% toe, terwijl het aantal banen in toegepaste technologie met 6% afnam.

Figuur 2.1: Werkgelegenheidsontwikkeling in Breda van Toegepaste Technologie, Creativiteit, TTC en totaal, 2010-2019 (geïndexeerd, LISA, 2019)

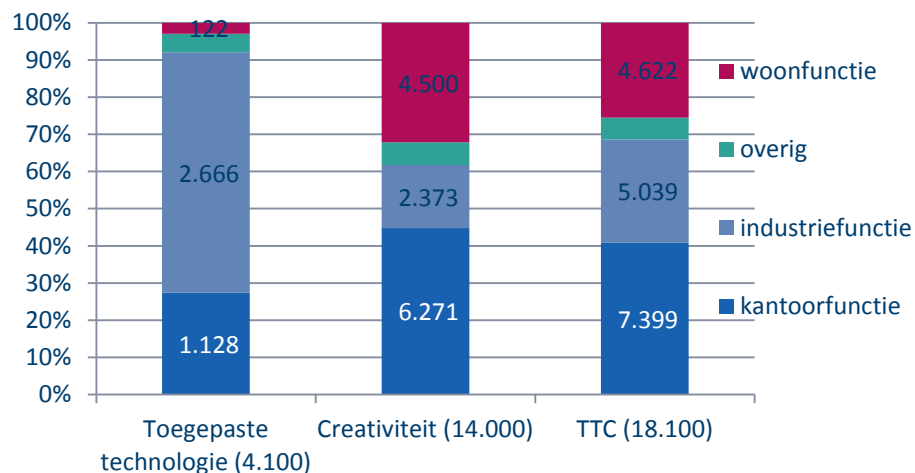


De TTC-bedrijven zijn vrij heterogeen, kijkend naar de statistische afbakening in SBI-codes, maar ook kijkend naar bedrijfs grootte. Opvallend is dat de TT&C-sectoren relatief veel kleinschalige bedrijven kennen, met vooral in creativiteit veel ZZP-ers (zie figuur 2.2). In de toegepaste technologie zitten veel kleine en middelgrote MKB-ers. De grootste TT&C-bedrijven naar werkgelegenheid Breda zijn VDL, SPIE, Eurofins, Emerson, Meteor, Alfa, Bosch, CM, veelal spelers in de industrie (automotive, installatie, engineering), agrifood en health/biotech.

Figuur 2.2: Banen per vestigingsgrootte* in TT&C en totaal (Breda, 2019)



Figuur 2.3: Banen naar pandfunctie in TT&C (Breda, 2019, bron: LISA)

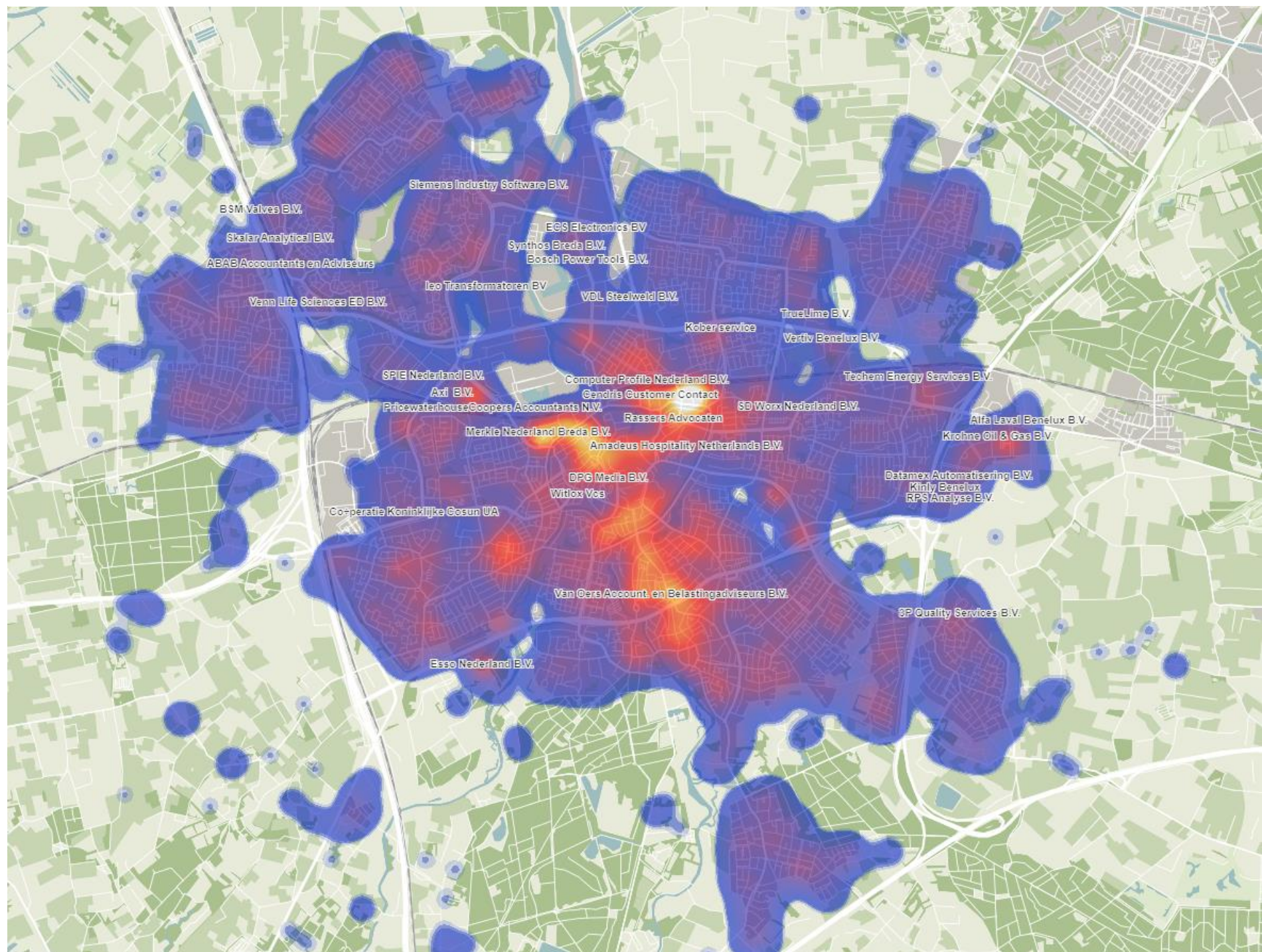


Formele werklocaties belangrijke vestigingslocatie; ook veel werkgelegenheid aan huis

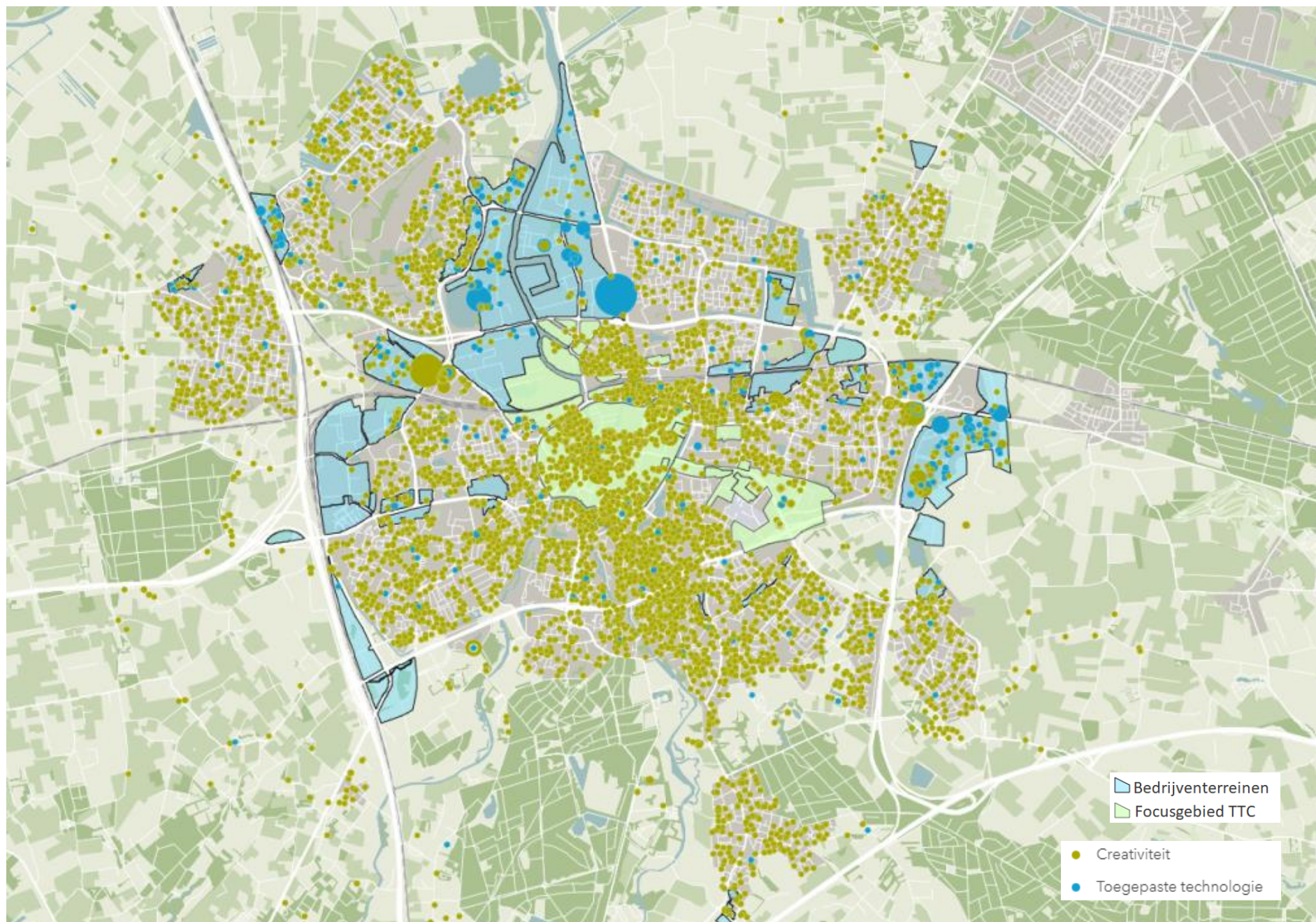
De TT&C-sectoren kennen per 1-1-2020 een ruimtegebruik van 204.700 m² bvo in kantoorpanden en 408.200 m² bvo in bedrijfspanden. Toegepaste technologie zit relatief vaak (65% van de banen) in bedrijfspanden, bedrijven in de Creativiteit zitten juist relatief vaak in kantoorpanden (45%). Opgemerkt wordt ook dat bijna een derde van de werkgelegenheid in creativiteit in woningen gevestigd is, waarbij het vaak gaat op ZZP-ers. Aan de werkgelegenheid in woningen is geen ruimteclaim gehangen in de vraagraming; immers heeft die alleen betrekking op werklocaties.

Er is op dit moment nog **geen sprake van echte fysieke clustering**; TT&C-bedrijven zitten verspreid over de stad (zie figuren 2.4 en 2.5). Daarbinnen zijn er wel enkele plekken met veel TT&C-bedrijven, maar deze zijn – in aantallen – grotendeels gevestigd op formele werklocaties, veelal binnenstedelijke bedrijventerreinen zoals Krogten Zuid. Wanneer we inzoomen op de zoekgebieden, zien we dat TT&C-bedrijven vooral gevestigd zijn in de binnenstad (vooral in kantoorpanden) en binnen het Crossmark-gebied, en in de overige TT&C-zoekgebieden maar in zeer beperkte mate.

Figuur 2.4: Hittekaart werkgelegenheid Toegepaste Technologie en Creativiteit (2019). Bron: Bureau BUITEN, bewerking LISA werkgelegenheidsregister (2019)



Figuur 2.5: Vestigingen in Technologie en Creativiteit naar grootte in aantal banen, 2019. Bron: Bureau BUITEN, bewerking LISA werkgelegenheidsregister (2019)



2.2 Kwalitatieve observaties TT&C-bedrijven: aansprekende en diverse bedrijven, maar nog geen echt cluster

In het kort: Uit de gesprekken met bedrijven en andere partijen in de stad komt het beeld naar voren van een stad met aansprekende en ambitieuze bedrijven, zowel in 'TT&C-sectoren' als daarbuiten. De TT&C-bedrijvigheid is daarbij erg divers. Bedrijven verschillen in schaalgrootte (van ZZP-ers op Stek tot multinationals als Amgen), sector (ICT, marketing, ontwerp, cultuur, industrie) en oriëntatie van de productieketen en de afzetmarkt (van regionaal tot mondiaal).

Met deze grote diversiteit komt ook het feit dat er nog relatief weinig massa binnen de subsectoren in de TT&C-sectoren lijkt te zijn. Er zijn enkele grote ICT-spelers, enkele gamebedrijven, enkele marketeers, maar op zichzelf staand zijn dit geen grote sectoren. De TT&C-bedrijven in Breda vormen bovendien nog geen echt cluster; er is maar in beperkte mate sprake van inhoudelijke samenwerking en innovatie in een open systeem, al gebeurt er op kleine schaal wel veel.

Verdieping in de profilering: vijf TT&C-doelgroepen te onderscheiden

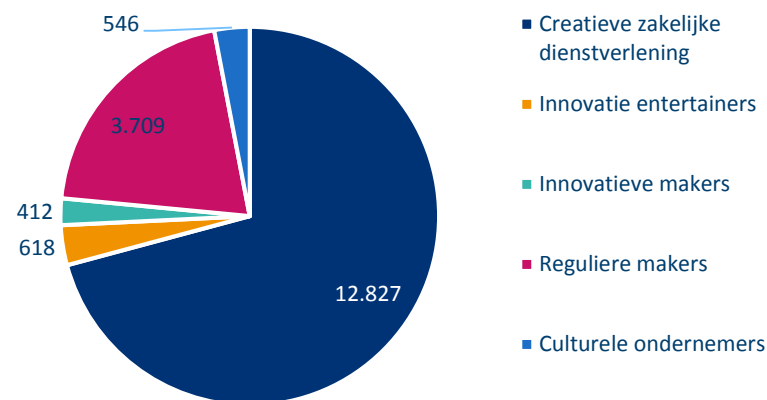
Ondanks het beeld van een diverse groep bedrijven doet zich wel een 'rode draad' voor. Veel bedrijven in de Bredase TT&C-sectoren passen binnen de beschrijving van **'beeld – beleving – IT/online' – (productie) technologie**. We onderscheiden vijf type bedrijven of 'doelgroepen':

- **Creatieve zakelijke dienstverlening:** bedrijven actief in de ICT, media, marketing, design, en andere zakelijke creatieve diensten. Dit is de grootste doelgroep binnen de Bredase TT&C-bedrijven.
- **Innovatieve entertainers:** bedrijven in die technologie met beleving en entertainment verbinden, bijvoorbeeld in de evenementenindustrie, gaming en Virtual Reality.
- **Innovatieve makers:** innovatieve bedrijven actief in de robotica, 3D-printing, innovatieve maintenance, biotechnologie, Artificial Intelligence en andere innovatieve (sleutel)technologieën.

- **Reguliere makers:** reguliere bedrijven in industrie en technische groothandel die binnen de afbakening van de TT&C-sectoren vallen, en weliswaar van belang zijn voor de brede Bredase economie, maar die niet direct als aanjagers van innovatie gelden.
- **Culturele ondernemers:** ondernemers en artiesten in de cultuursector, die zich bijvoorbeeld bezighouden met beeldende kunst, podiumkunsten en meer.

Figuur 2.6 toont de verdeling van TT&C-banen in Breda over doelgroepen.

Figuur 2.6: Banen naar doelgroep (Breda, 2019). Bron: LISA.



Goede onderlinge relaties, maar nog geen echt cluster

Een belangrijk doel van de ruimtelijk-economische strategie is om te komen tot een fysiek cluster van bedrijven op één of meerdere plekken in Breda, vanuit het oogpunt dat dit ook de onderlinge samenwerking en innovatie bevordert. Dit is hard nodig, aangezien TT&C-bedrijven op dit moment nog nauwelijks een echt cluster vormen. Wanneer we TT&C-bedrijven langs de clustertypologie van Visser en Atzema (2008) leggen, is de conclusie dat de Bredase TT&C-bedrijven wel een 'formation' en deels ook een 'industry' vormen (de eerste twee gradaties van clusters), maar nog geen 'complex', laat staan een 'alliance' of 'milieu' (zie kadertekst).

Wat veel bedrijven in de TT&C-sectoren bindt, aldus de gesproken TT&C-ondernemers, is dat Breda een goed bereikbare plek is met een aantrekkelijk leefklimaat, en – in mindere mate – het aanbod aan technisch en academisch geschoold personeel. Er ligt echter nog een kans om de onderlinge samenwerking – via outsourcing en subcontracting – te versterken en méér gezamenlijk te leren en te innoveren. In dat geval ontstaan kansen voor een ketenintegratie of **ecosysteemontwikkeling**. Daar is nu nog geen sprake van. Dit is een kans voor de bedrijven in kwestie – zij kunnen hier economisch voordeel uit halen – maar voor de stad Breda als geheel. Steden en regio's waarin bedrijven in hechte clusters samenwerken zijn immers economisch gezien minder kwetsbaar. Sterke clusters **vergroten de 'kleefkracht'** van een stad voor bedrijven en maken dat de 'prijs om te vertrekken' voor bedrijven te hoog is, terwijl ze ook bedrijven van buiten aantrekken.

Er zijn wel degelijk **aanknopingspunten voor een sterker cluster**:

- Op kleine schaal gebeurt er veel. Ondernemers geven aan dat bedrijven onderling en met de gemeente en onderwijsinstellingen samenwerken binnen initiatieven als Breda Robotics, Smart City, GameCity Breda, en de Sport Tech Campus.
- Bedrijven stellen zich welwillend naar elkaar en naar de gemeente op, en geven zelf ook aan kansen te zien in hechtere samenwerking.
- Partijen zien wel kansen in een collectieve aanpak maar dan moet dat specifiek en consequent en niet vrijblijvend. En met groei (massa) en innovatie als doel: hoe kunnen we in Breda een sterk cluster worden?
- We horen van meerdere (kleinere) bedrijven ook dat zij graag samen met gelijkgestemden in hetzelfde gebied en pand willen zitten.

De ruimtelijk-economische strategie heeft als doel om – door ruimtelijke ingrepen in gebieden - een hechtere samenwerking en clustervorming te stimuleren. Tegelijkertijd heeft dit alleen kans van slagen heeft als de gemeente, ondernemers en onderwijsinstellingen **investeren in de**

structurele samenwerking. Hier wordt in de aanpakken 'proeftuinen' en 'ecosysteemontwikkeling' uit de visie (zie H.1) al werk van gemaakt.

TT&C-bedrijven in Breda: in welke mate is dit een cluster?

We hanteren de typologie van Visser en Atzema (2008) van 5 clusters – oplopend in mate van samenwerking en afhankelijkheid – om te analyseren in hoeverre Bredase TT&C-bedrijven een cluster vormen:

1. **Formation**: geografische concentratie van bedrijven die slechts een gezamenlijke vestigingsplaatsfactor gemeen hebben (bv. een luchthaven) maar geen onderlinge relaties kennen. Bredase TT&C-bedrijven vormen een 'formation' aangezien zij veelal in de stad gevestigd zijn dankzij vestigingsplaatsfactoren als de woon- en leefomgeving en de ligging.
2. **Industry**: concentratie bedrijven die gebruik maken van gemeenschappelijke 'external economies' als arbeid, diensten en informatie. De TT&C-bedrijven vormen enigszins een 'industry'; sommige doelgroepen (bv. gaming) maken gebruik van dezelfde lokale pool aan talent (bv. studenten van de BUAS).
3. **Complex**: concentratie van bedrijven die – dankzij onderlinge nabijheid – overgaan tot vergaande specialisatie via outsourcing en subcontracting en zo efficiency behalen. Bredase bedrijven vormen geen 'complex', aangezien zij aangeven weinig gebruik te maken van outsourcing en subcontracting met andere Bredase bedrijven (al zien zij wel kansen).
4. **Alliance**: concentratie van bedrijven die samen leren. Uitwisseling van bestaande kennis en innovatie staat voorop en leidt tot gezamenlijke proces- en productinnovaties, marketing en export. Hier is in Breda weinig sprake van, al zijn er wel kansen.
5. **Milieu**: bedrijven die samenwerken om werkelijk nieuwe kennis en radicale processen te ontwikkelen. Het gaat om processen waarbij partners samen bestaande kennis doorbreken, door open innovatie. Dit lijkt in Breda niet aan de orde.

3 Kwantitatieve ruimtebehoefte TT&C-bedrijven geraamd

In dit hoofdstuk gaan we in op de kwantitatieve ruimtebehoefte voor TT&C-bedrijven in Breda. Hoeveel (extra) ruimte hebben bedrijven in de Bredase TT&C-sectoren tot aan 2030 en 2035 naar verwachting nodig?

In het kort: De uitbreidingsvraag van TT&C-bedrijven in Breda is geraamd op maximaal 61.000 m² aan kantoorruimte plus 92.000 m² aan bedrijfsruimte tot aan 2035. Hier komt nog een vervangingsvraag bij van 10.600 m² kantoorruimte en 5.000 m² bedrijfspanden, als gevolg van transformatie van gebieden en panden met een werkfunctie in Breda. De totale ruimtebehoefte komt daarmee uit op maximaal 71.600 m² kantoorruimte en 97.000 m² bedrijfsruimte.

TT&C-bedrijven zitten nu verspreid over de stad, en de verwachting is dat ook in de toekomst de ruimtevrage zich over verschillende gebieden in de stad zal verspreiden. Als Breda inzet op één fysieke ‘hotspot’ als zwaartepunt voor TT&C-bedrijven, en als de stad erin slaagt om deze aan de kwalitatieve eisen van de markt te laten voldoen, dan is de verwachting dat ca. 15% tot 30% van de totale ruimtebehoefte tot aan 2035 hier kan landen. Het gaat om maximaal 50.000 m² bvo kantoor- en bedrijfsruimte.

3.1 Vraagraming TT&C-bedrijven in Breda

3.1.1 Methodiek en uitgangspunten voor de ruimtebehoefteraming

Het toekomstige ruimtegebruik voor de TT&C-sectoren ramen we op basis van de ‘werkgelegenheid-pandquotiënten methode’. Dit is een

veelgebruikte ramingsmethodiek, die onder andere is toegepast in de meest recente ruimtebehoefteprognose voor bedrijventerreinen en kantoren voor de Regio West-Babant (Stec, 2018). De methode maakt het mogelijk om het toekomstige ruimtegebruik af te leiden uit de verwachte ontwikkeling van de volgende componenten (zie figuur 3.1):

- **Werkgelegenheidsraming** per sector
- **Pandvoorkeur** van bedrijven met onderscheid tussen kantoorpanden en bedrijfspanden (bv.: 38% van de banen gaat naar kantoorpanden).
- Het **ruimtegebruik** per baan met onderscheid tussen kantoor- en bedrijfspanden, uitgaande van de gemeentespecifieke situatie in 2019. In de bijlage zijn de gehanteerde veronderstellingen te vinden.

In de ramingen rekenen wij met twee werkgelegenheidsscenario's:

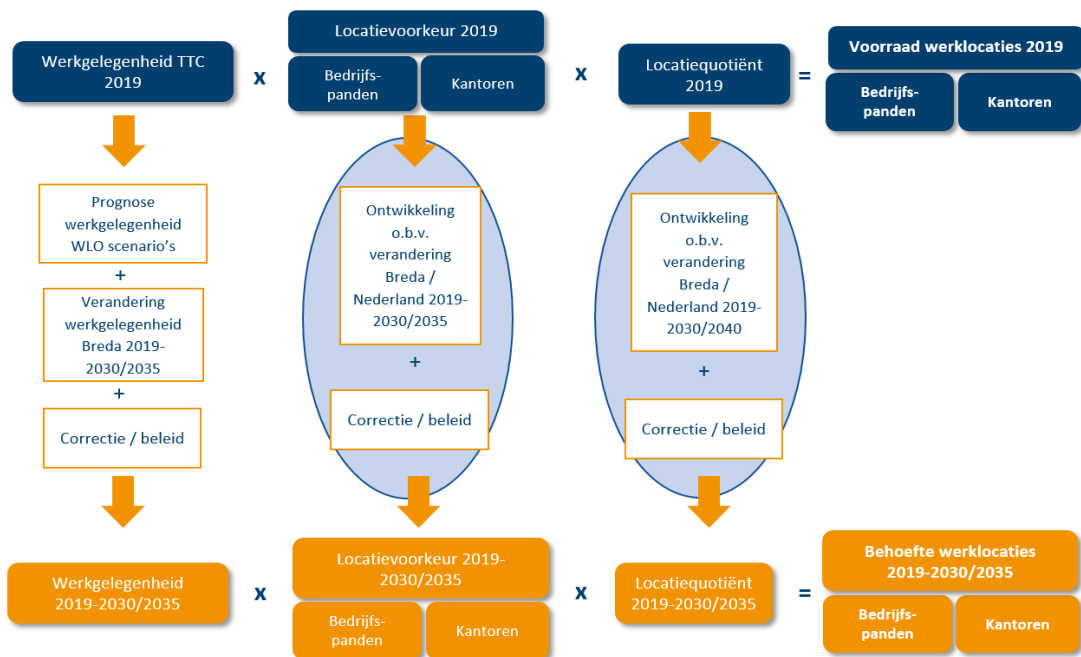
- **Scenario laag, ‘beleidsarm’**: de verwachte autonome ontwikkeling van TT&C-sectoren, o.b.v. historische ontwikkelingen en regiokenmerken.
- **Scenario hoog, ‘taakstellend’**: de beleidsarme raming, plus een aanvullende ruimtebehoefte en banengroei van TT&C-bedrijven indien Breda erin slaagt door langjarige beleidsinzet TT&C-bedrijvigheid aantrekken en te stimuleren.

In dit hoofdstuk rapporteren we (voornamelijk) de uitkomsten op basis van het scenario ‘Hoog’, maar het is belangrijk om je te realiseren dat dit de bovengrens is van de bandbreedten waarbinnen de feitelijke ruimtebehoefte zich naar verwachting zal ontwikkelen.

De meest recente werkgelegenheidsraming voor West-Brabant (Stec, 2018) is het uitgangspunt voor deze scenario's, maar deze is herijkt op basis van de historische groei van de Toegepaste Technologie en Creativiteit in Breda ten opzichte van de algehele economie.

We ramen over twee periodes: 2020- 2030 en 2030-2035. De ramingen zijn eerst afzonderlijk opgesteld voor Toegepaste Technologie en Creativiteit en vervolgens bij elkaar opgeteld voor TT&C als geheel. Voor de overzichtelijkheid is veelal enkel het totaal voor TT&C weergegeven.

Figuur 3.1: Vraagingsmethodiek; infographic Bureau BUITEN

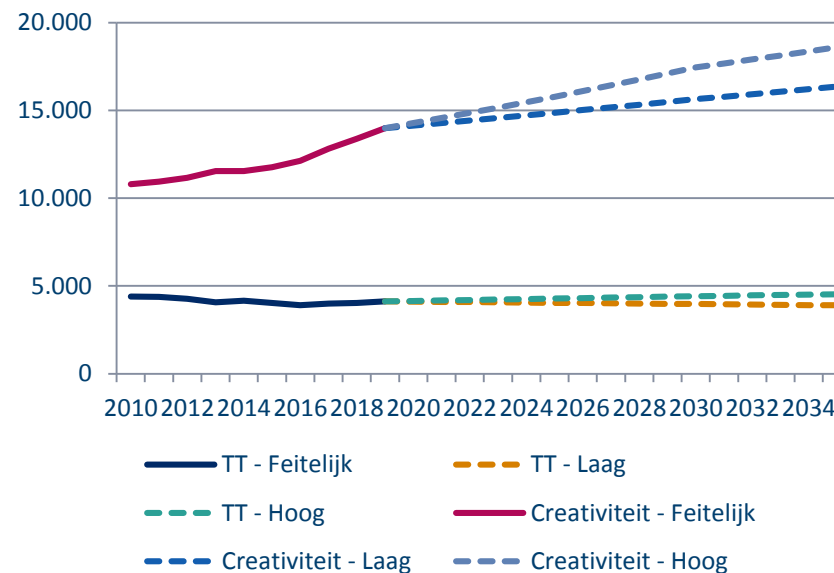


3.1.2 Uitkomsten ruimtebehoefteraming

Werkgelegenheid TT&C groeit tot 2035 met 2.100 à 5.000 banen

Voor de TT&C-sectoren ramen we in het taakstellende scenario ('hoog') een groei van +5.000 banen tot een totaal van 23.100 banen in 2035. In het beleidsarme scenario ('laag') is een banengroei voorzien van +2.100 banen tot 20.300 banen in 2035. De subsector 'Creativiteit' levert grootste deel van deze banengroei (+2.400 à +3.600 banen), terwijl werkgelegenheid in Toegepaste Technologie ongeveer gelijk blijft (lichte afname in het scenario 'laag', bescheiden groei van 400 banen in het scenario 'hoog').

Figuur 3.2: Prognose fulltimebanen, uitgesplitst voor Toegepaste Technologie (TT) en Creativiteit (Breda, 2019-2035). Raming Bureau BUITEN



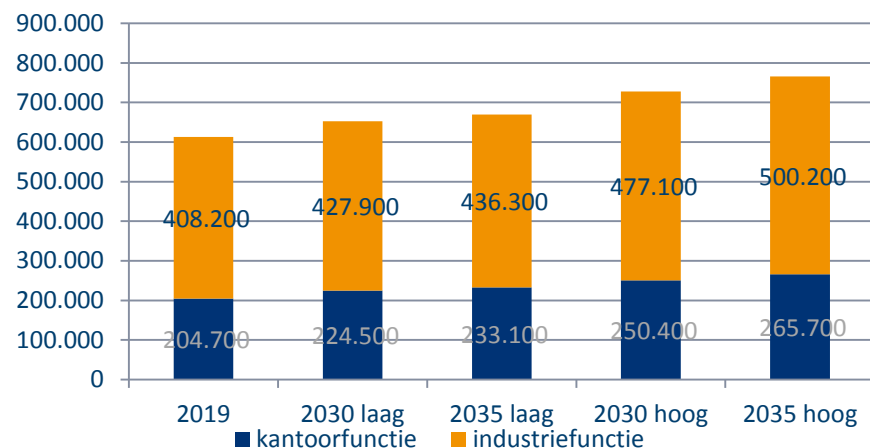
Bron werkgelegenheid t/m 2019: LISA, 2020

Banengroei leidt tot uitbreidingsruimtebehoefte van maximaal 61.000 m² BVO kantoren en 92.000 m² BVO bedrijfspanden

De banengroei resulteert naar verwachting in een uitbreidingsbehoefte van 28.400 à 61.000 m² aan kantoorruimte voor TT&C-bedrijven tot 2035. Het gaat hierbij veelal om bedrijven in het deel 'Creativiteit' van de TT&C-sectoren, en minder om bedrijven in de 'Toegepaste Technologie'.

Daarnaast groeit de ruimtebehoefte aan panden met een industrie- of bedrijfsfunctie tot 2035 met 28.100 m² à 92.000 m². Het gaat hier om minder banen dan voor kantoorpanden – deze banen zijn voornamelijk voor bedrijven in de subsector Toegepaste Technologie, die maar beperkt groeit – maar per werknemer ligt het ruimtegebruik relatief hoog, zodat het volume bedrijfsruimte vergelijkbaar is met het volume kantoorruimte.

Figuur 3.3: Prognose ruimtebehoefte Toegepaste Technologie en Creativiteit (Breda, 2019-2035)



Bron ruimtegebruik 2019: LISA en BAG

De grote bandbreedte in de uitbreidingsruimtebehoefte wordt verklaard door de onzekerheid in de langetermijnontwikkeling van de werkgelegenheid, en het feit dat de ontwikkeling mede afhankelijk zal zijn van de beleidsinzet van de gemeente Breda. De genoemde bovengrenzen kunnen alleen gehaald worden bij een gunstig economisch herstel na corona en ontwikkeling daarna, gecombineerd met een succesvolle beleidsinzet om de groei van de TT&C-sectoren te stimuleren. Onder deze brede beleidsinzet valt de creatie van een TT&C-hotspot die kwalitatief en kwantitatief aansluit op de eisen van de doelgroep (zie hoofdstuk 4), maar ook niet-ruimtelijk beleid (zie hoofdstuk 1).

Corona-effecten: onzekerheid in de raming

De coronacrisis zorgt voor een flinke economische dip in 2020, die ook nog in 2021 en mogelijk daarna doorijlt. Het CPB gaat in haar raming van 26 november 2020 uit van een krimp van 4% in 2020, gevolgd door gedeeltelijk herstel (+2,8%) in 2021. Veel is nog onzeker.

Het effect op de TT&C-sectoren verschilt sterk per (sub)sector en zelfs per bedrijf. Sterk geraakte bedrijfstakken zijn de entertainment- en evenementenindustrie, de culturele sector en (in mindere mate) handel en industrie. Andere sectoren (IT, gaming, design) worden minder direct geraakt. Ook kan de krimp de ruimtebehoefte vanuit TT&C-bedrijven in de komende jaren drukken, door een conjunctureel effect, maar ook door een structureel effect waarbij vooral voor kantoorbanen de trend van thuiswerken doorzet. Tegelijkertijd zijn veel van de TT&C-bedrijven geen 'typische' kantoorbedrijven en zit er juist voor de creatieve bedrijven meerwaarde in samen werken, maken en leren op locatie. In dat licht kan het 'thuiswerkeffect' op de TT&C-ruimte vraag meevallen. Conclusie: corona brengt een extra onzekerheidsfactor in de vraagraming, waardoor de ruimte vraag ook lager kan uitvallen dan geraamd. Het is van belang om in 2021 en daarna te monitoren hoe de markt reageert op corona en hier indien nodig op in te spelen (bv. door faseren van ontwikkelingen).

Vervangingsvraag van 10.600 m² BVO kantoorruimte en 5.000 m² BVO bedrijfspanden door transformatie

Naast de uitbreidingsvraag wordt er voor de TT&C-sectoren een beperkte vervangingsvraag voorzien van 10.600 m² kantoorruimte en 5.000 m² bedrijfspanden. Deze vervangingsvraag is een resultante van transformatie van panden en gebieden. We rekenen daarbij met een vervangingsvraag van 50%; een algemeen gebruikt kengetal. De vervangingsvraag bedraagt daarbij dus de helft van alle vierkante meters aan bedrijfsfunctie die wordt getransformeerd; het gaat hier om bedrijven die nog in de panden zitten en die op zoek gaan naar ruimte elders in de

stad. In bijlage 4 is een overzicht van de transformatieplannen en vervangingsvraag desbetreffende panden/gebieden opgenomen.

De totale ruimtebehoefte voor het TT&C-sectoren (uitbreidingsvraag + vervangingsvraag) bedraagt maximaal 71.600 m² BVO kantoorruimte en 97.000 m² BVO bedrijfsruimte.

3.2 Aanbodinventarisatie: leegstand en planvoorraad

Tegenover de uitbreidings- en vervangingsvraag staat een aanbod van 123.432 m² BVO aan kantoorruimte (20% van de voorraad) en 189.198 m² BVO bedrijfsruimte (4% van de voorraad) in de gehele gemeente Breda (bron Fundainbusiness, geraadpleegd 30 september 2020). Grofweg kan dit als leegstand gezien worden, maar niet alle leegstaande panden worden ook te koop of te huur aangeboden, en andersom staan ook niet alle aangeboden panden op dit moment al leeg (zie ook bijlagen 5 en 6).

De gemeente Breda kent bovendien nog een harde plancapaciteit van 156.780 m² BVO aan kantoorruimte³; op de bedrijventerreinen is er een uitgeefbare planvoorraad van ongeveer 68.800 m² (zie bijlage 7). De mate waarin dit aanbod (zowel bestaand als de plancapaciteit) ook kwalitatief kan voorzien in de ruimtebehoeften vanuit de TT&C-sectoren verschilt per locatie; zie volgende passage.

3.3 Vraag-aanbodconfrontatie: kwantitatief voldoende kantoorruimte maar tekort aan bedrijventerreinen op stadsniveau

Wanneer de ruimtebehoefte voor de TT&C-bedrijven wordt afgezet tegenover het totale (plan)aanbod in Breda, kent de gemeente tot 2035 in scenario hoog kwantitatief voldoende ruimte voor TT&C-bedrijven. Opgemerkt wordt gelijk dat de vraag van buiten de TT&C-sectoren niet is

meegenomen in deze berekening (zie ook opmerkingen hieronder). In hoofdstuk 2.6 van het achtergrondrapport zijn de vraagaanbodconfrontatie in scenario hoog en scenario laag afzonderlijk uitgewerkt voor kantoorruimte en bedrijfsruimte.

Bij de vraag-aanbodconfrontatie passen vier belangrijke opmerkingen:

1. Ook bedrijven van buiten de TT&C-sectoren maken gebruik van kantoor- en bedrijfspanden in de stad; deze sectoren 'concurreren' met TT&C-bedrijven voor de beschikbaarheid ruimte. Aangezien TT&C-bedrijven nu goed zijn voor slechts 15% van het totale ruimtegebruik in bedrijfspanden in Breda, ligt het in de lijn der verwachting dat het grootste deel van het beschikbare planaanbod zal worden benut door bedrijven *buiten* de TT&C-sectoren.
2. We weten uit recent onderzoek van Stec (Prognose bedrijventerreinen en kantoren Noord-Brabant) dat de regio West-Brabant tot 2030 een overschot kent van ruim 300.000 m² kantoren. Oftewel: gezien de regionale werklocatiemarkt, lijkt een tekort aan kantoorruimte (voor TT&C-bedrijven) in Breda niet direct aan de orde.
3. Voor bedrijventerreinen verwacht de gemeente Breda, onder meer door vervangingsvraag door transformatie, tot 2030 een tekort van 25 ha. Dit verwachte tekort kan een positieve invloed hebben op de relatieve positie van het nieuw te ontwikkelen TT&C-hotspot, waar in deze strategie de nadruk op ligt. TT&C-bedrijven zullen bij een gebrek aan ruimte op bedrijventerreinen eerder kijken naar vestiging op het TT&C hotspot. Keerzijde daarvan is dat wel dat ook bedrijven van buiten de TT&C-sectoren zich mogelijk zullen richten op vestiging in het TT&C-hotspot. Om de focus op het innovatiedistrict te behouden is een vorm van selectie aan de poort wellicht nodig; hierover in hoofdstuk 5 meer.
4. Tegelijkertijd kan het verwachte tekort aan bedrijventerreinen tot aan 2035 ook negatief uitpakken voor dat deel van de TT&C-bedrijven (bv. reguliere maakbedrijven, maar ook sectoren buiten het TT&C-cluster)

³ De bestemmingsplan capaciteit rondom de Claudius Prinsenlaan (in totaal 88.000 m²) wordt niet meer meegenomen omdat dit in de nabije toekomst zal worden geschrapt. Naast de harde planvoorraad kent Breda nog een zachte planvoorraad bij Bond Park (10.000 m²), De Barones (oppervlakte onbekend) en het voormalige KPN gebouw (4.100 m²).

dat primair een voorkeur heeft voor vestiging op bedrijventerreinen in Breda. De opgave is om binnen de stad en in afstemming met de regio voor voldoende 'ruimte voor werken' te zorgen.

Een tweede opmerking is dat niet al het aanbod (C en D) ook kwalitatief voorziet in de vraag van TT&C-bedrijven (bv. andersoortige panden dan waar TT&C-bedrijven behoefte aan hebben, of op plekken waar bedrijven niet willen zitten). In paragraaf 3.5 zetten we de vraag vanuit TT&C (totaal en per doelgroep) af tegen het aanbod dat in de 'TT&C-zoekgebieden' ligt.

3.4 Kwalitatieve verdieping: uitbreidingsvraag naar doelgroep en potentiële vraag op een 'TT&C-hotspot'

Flink deel ruimtebehoefte TT&C landt op bestaande werklocaties

De formele werklocaties van de stad – bedrijventerreinen en kantoorlocaties – zijn in 2020 een belangrijke vestigingslocatie voor de TT&C-sectoren (zie figuur 2.5). Ook indien Breda een centrale vestigingsplaats of 'hotspot' voor TT&C-bedrijven creëert, zullen de formele werklocaties nog steeds een groot deel van de ruimtevrage huisvesten van TT&C-bedrijven. Dit komt door autonome groei (uitbreiding op locatie) van bestaande bedrijven aldaar, en doordat ook een deel van de nieuwe vestigers voor dergelijke locaties zal kiezen, omdat deze goed op hun eisen aansluiten.

Een ander deel van de zittende bedrijven in Breda en de nieuwe vestigers zal echter wel geneigd zijn om naar een nieuwe plek op een hotspot te verhuizen. Zij zoeken een meer dynamisch en open vestigingsmilieu, waarin de gemeente op dit moment (nog) niet kan voorzien. Dit vormt de aanleiding voor de ruimtelijk-economische TT&C-strategie en voor de ambitie van Breda om een nieuwe TT&C-hotspot te ontwikkelen: een

vestigingsmilieu dat ontmoeting, interactie, en samenwerking tussen bedrijven stimuleert.

TT&C-ruimtebehoefte voor hotspot maximaal 50.000 m² tot aan 2035

De eisen die TT&C-bedrijven stellen aan hun vestigingslocatie verschillen per doelgroep⁴ (zie tabel 3.1). Op basis van de analyse van locatievoorkeuren per doelgroep verwachten wij dat minimaal 15% en maximaal 31% van de TT&C-ruimtevrage tot aan 2035 kan landen op een TT&C-hotspot, mits dit ook kwalitatief goed aansluit op hun behoeften (zie H.4). Dit komt neer op een maximale ruimtevrage van 50.000 m² tot aan 2035, indicatief verdeeld over 9.000 m² bedrijfsruimte en 41.000 m² kantoorruimte. Ter referentie: dit staat gelijk aan een volume dat 5 keer groter is dan de huidige kantoor- en bedrijfsruimte op de Triple-O campus⁵. Bij de invulling van deze ruimtebehoefte is het goed om in het achterhoofd te houden dat veel bedrijven in de TT&C-doelgroep zowel behoefte hebben aan kantoor- als aan maakruimte, en aan flexibiliteit in de invulling van de ruimte.

Deze ruimtevrage komt met name voort uit de doelgroepen creatieve zakelijke dienstverlening. Deze doelgroep groeit niet alleen sterk in omvang, maar stelt ook relatief vaak eisen aan de vestigingslocatie waar de bestaande locaties (nog) minder in voorzien. In de andere doelgroepen is de totale groei in ruimtebehoefte lager en/of sluiten de locatie-eisen beter aan op de bestaande formele werklocaties in de stad. Toch kunnen ook deze doelgroepen in een TT&C-hotspot landen en een belangrijke bijdrage leveren aan het economische profiel van een dergelijke locatie. De locatievoorkeuren per doelgroep zijn geschat op basis van de huidige spreiding van het ruimtegebruik over de stad en de kwalitatieve huisvestingsvoorkeuren per doelgroep (zie hoofdstuk 4.2). Mede in het licht van de eerdergenoemde onzekerheden in de markt, ligt het voor de hand om de ontwikkeling van een TT&C-hotspot tot een

⁴ Zie bijlage 7 van bijlagenrapport voor sectorale indeling van doelgroepen.

⁵ Exclusief recent gerealiseerde nieuwbouw.

maximaal volume van 50.000 m² BVO gefaseerd te laten verlopen.
Hierover in hoofdstuk 6 meer.

Hotspot alleen mogelijk door concentratie van diverse doelgroepen op één plek

De beperkte TT&C-ruimtebehoefte voor een hotspot vraagt om scherpe keuzes van de gemeente over de ontwikkellocatie van de hotspot. De ruimtebehoefte is namelijk te klein voor een beleid dat inzet op spreiding over meerdere gebieden (bv. één apart gebied voor elke TT&C-doelgroep). Voor de ontwikkeling van een hotspot is een minimaal volume nodig en dit volume wordt in Breda niet gehaald als de ruimtebehoefte (bv. per doelgroep) wordt opgeknipt. Een tweede argument is dat het bij elkaar brengen van bedrijven uit diverse (gerelateerde) sectoren en niches, een interessant en inspirerend kan gebied ontstaan dat innovatie stimuleert (zie ook H. 4).

Tabel 3.1: Indicatieve ruimtebehoefte per doelgroep tot 2035

Doelgroep TT&C-cluster	Indicatieve SBI-afbakening	Indicatieve ruimtebehoefte per doelgroep tot 2035 (uitbreidingsvraag + vervangingsvraag)
Creatieve zakelijke dienstverlening (ICT, media, marketing, design, etc.)	Creatieve zakelijke dienstverlening, Informatie en communicatie en Advisering, onderzoek en specialistische zakelijke diensten	<u>Totale ruimtevraag: 49.000-108.000 m²</u> (64%-68% van totale TT&C-behoefte), verdeeld over: • Bedrijfsruimten: 17.000-49.200 m² • Kantoorpanden: 32.000-58.800 m² <u>Hiervan landt naar verwachting 9.800 à 43.200 m² op TT&C- hotspot</u> (20%-40%), en overige aandeel elders (o.a. bedrijventerreinen, binnenstad, woonwijken).
Innovatieve entertainers Events, gaming, VR, etc.	Media en Entertainment	<u>Totale ruimtevraag: 1.000-2.200 m²</u> (1% van totale TT&C-behoefte), verdeeld over: • Bedrijfsruimten: 400-1.300 m² • Kantoorpanden: 500-1.000 m² <u>Hiervan landt naar verwachting 400 à 1.300 m² op TT&C- hotspot</u> (20%-40%), en overige aandeel elders.
Innovatieve makers Robotica, 3D-printing, Biotech, AI, innovatieve circulaire concepten, etc.	Industrie & Technische Groothandel; 10% innovatieve koplopers	<u>Totale ruimtevraag: 2.000-5.300 m²</u> (3% van totale TT&C-behoefte), verdeeld over: • Bedrijfsruimten: 1.500-4.400 m² • Kantoorpanden: 500-1.000 m² <u>Hiervan landt naar verwachting 800 à 3.200 m² op TT&C- hotspot</u> (40%-60%), en overige aandeel elders.
Reguliere makers (o.a. reguliere industrie, groothandel)	90% achtervolgers	<u>Totale ruimtevraag: 18.400-48.100 m²</u> (25%-29% van totale TT&C-behoefte), verdeeld over: • Bedrijfsruimten: 13.500-39.300 m² • Kantoorpanden: 4.800-8.900 m² <u>De ruimtevraag landt naar verwachting niet op de TT&C- hotspot</u> maar volledig elders (voornamelijk bedrijventerreinen).
Culturele ondernemers (beeldende kunst, podiumkunst, etc.)	Kunst & cultureel Erfgoed	<u>Totale ruimtevraag: 2.100-4.900 m²</u> (3% van totale TT&C-behoefte), verdeeld over: • Bedrijfsruimten: 1.100-3.000 m² • Kantoorpanden: 1.100-2.000 m² <u>Hiervan landt naar verwachting 400 à 2.000 m² op TT&C- hotspot</u> (20%-40%), en overige aandeel elders.
Totale TT&C-ruimtebehoefte		<u>Totale ruimtevraag: 72.400 – 168.600 m²</u> (100% van totale TT&C-behoefte), verdeeld over: • Bedrijfsruimten: 33.400-97.000 m² • Kantoorpanden: 39.000-71.600 m² <u>Hiervan landt naar verwachting 11.400 à 49.700 m² op TT&C- hotspot</u> (15%-31%), en overige aandeel elders.

3.5 Verdieping: vraag vs. aanbod in TT&C-zoekgebieden

Zoals in paragraaf 3.3 geconstateerd, kent Breda een ruim aanbod aan bestaande en te ontwikkelen bedrijfs- en kantoorruimte in de stad, dat in kwantitatieve zin kan voldoen aan de ruimtevraag van TT&C-bedrijven. Echter, niet al het aanbod bevindt zich op plekken die voor bedrijven aantrekkelijk zijn, of voldoet om andere redenen kwalitatief niet. Om een gevoel te krijgen bij de mate waarin vraag en aanbod kwalitatief op elkaar aansluiten, zetten we twee zaken tegen elkaar af:

- Het aanbod *binnen* de TT&C-zoekgebieden, vanuit de veronderstelling dat dit plekken zijn die in potentie een aantrekkelijke omgeving voor TT&C-bedrijven kunnen bieden.
- De vraag van TT&C-bedrijven die binnen een TT&C-hotspot kan landen tot aan 2035.

In de hoofdstukken 4 en 5 gaan we vervolgens nader op de kwalitatieve vraag vanuit de doelgroep en (de kwaliteit van) het aanbod in.

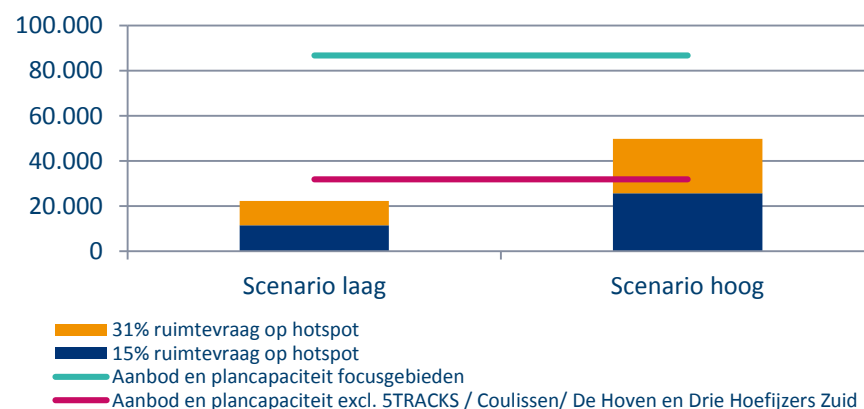
Binnen de TT&C-zoekgebieden bevindt zich een totaal aan ca. 87.000 m² (plan)aanbod aan kantoorruimte; er is geen aanbod aan bedrijfsruimte. Een groot deel van deze plancapaciteit ligt op de stationsomgeving (onderdeel van Crossmark; het gaat om 55.000 m² op 5TRACKS/Coulissen/ de Hoven/Drie Hoefijzers Zuid). Uit hoofdstuk 5 volgt echter dat dit gebied qua ligging, grondprijzen en identiteit niet geschikt is voor een invulling als TT&C-hotspot. Wanneer we dit planaanbod niet meenemen, blijft nog 32.000 m² (plan)aanbod van kantoren in de overige zoekgebieden over.

Figuur 3.4 zet het planaanbod – inclusief én exclusief de kantoorplannen in de stationsomgeving – af tegen de verwachte ruimtevraag vanuit TT&C die tot aan 2035 op een TT&C-hotspot kan landen. We laten zowel de vraag in het hoge als het lage scenario zien, en laten voor beide scenario's twee varianten zien: één waarin 15% van de ruimtevraag op een TT&C-hotspot landt, en één waarin dit voor 30% van de ruimtevraag het geval

is. Hierbij past de kanttekening dat we enkel op TT&C-bedrijven hebben ingezoomd, terwijl ook andere bedrijven in Breda (uit niet-TT&C-sectoren) aanspraak maken op een deel van het planaanbod in de zoekgebieden.

We concluderen dat het (plan)aanbod aan kantoren binnen de TT&C-zoekgebieden kwantitatief in de meeste scenario's voldoende is om de ruimtevraag te accommoderen; alleen in het hoge scenario ontstaat er mogelijk een tekort. Het gaat hier nadrukkelijk alleen om kantorenaanbod; (plan)aanbod aan bedrijfsruimte is in de zoekgebieden nu niet aanwezig, en zoals eerder genoemd ontstaat er naar verwachting een tekort aan bedrijventerreinen in Breda tot aan 2035. Echter, het huidige (plan)aanbod zit verspreid over de verschillende zoekgebieden, en op dit moment kan de doelstelling van concentratie van de vraag en (daardoor) clustervorming op één fysiek zwaartepunt nog niet worden behaald. Hiertoe is het nodig dat er 'schaarste gecreëerd wordt' – niet meer dan één gebied in Breda dat tot TT&C-hotspot wordt ontwikkeld – en dat er actief gestuurd wordt op concentratie van de ruimtevraag op één plek. Binnen deze plek zal dan extra – gefaseerde – ontwikkeling van bedrijfsruimte nodig zijn tot een maximum van 50.000 m² tot aan 2035, terwijl op andere plekken met (plan)aanbod binnen de TT&C-focusgebieden de opgave moet zijn om geen concurrerende milieus te ontwikkelen, maar kwalitatief complementaire gebieden.

Figuur 3.4: Ruimtebehoefte in m² BVO (kantoor- + bedrijfsruimten) tot 2035 voor TT&C in zoekgebieden, vs. (plan)aanbod op TT&C-zoekgebieden



4 Kwalitatieve ruimtebehoefte TT&C-doelgroepen in beeld

Dit hoofdstuk gaat in op de kwalitatieve ruimtebehoefte. Aan welke voorwaarden moet een werkmilieu voldoen om de economie van morgen te faciliteren? Welke eisen stellen TT&C-bedrijven aan hun vestigingslocatie en hoe verschillen de TT&C-doelgroepen onderling in de huisvestingsvoorkeuren?

In het kort: veel TT&C-bedrijven zijn onderdeel van de 'new network economy'; ze groeien en innoveren snel, zijn kleinschalig en wendbaar, en talent is hun belangrijkste productiefactor. Mede daarom is het juiste werkmilieu voor deze bedrijven essentieel. Het gaat dan om een gebied met een eigen identiteit, die bedrijven mede kunnen vormgeven, dat uitnodigt tot interactie en ontmoeting. Een dergelijk gebied staat niet los van de stad, maar is ermee verbonden, en trekt ook mensen van buiten aan. Tot slot moet er ruimte zijn voor verschillende TT&C-doelgroepen: van kleinschalige creatieve dienstverleners die aan een laptop en een bureau genoeg hebben, en volwassen ICT-bedrijven die een hoogwaardig pand vragen in een inspirerende omgeving, tot innovatieve maakbedrijven die in een loods willen experimenteren. In de verdere uitwerking en uitvoering van de TT&C-strategie en een TT&C-hotspot, moeten deze kwalitatieve eisen een plek krijgen.

4.1 Next Economy stelt nieuwe eisen aan werkmilieus TT&C-bedrijven hebben kenmerken van de 'new network economy'

Om de kwalitatieve ruimte vraag van bedrijven in de sectoren toegepaste technologie en creativiteit beter te begrijpen, is het van belang deze in het bredere perspectief te plaatsen van structurele veranderingen in de

economie. We nemen daarbij tabel 4.1 als denkkader. Deze laat zien hoe de transitie van een 'oude, industriële economie' naar een 'nieuwe netwerkeconomie' eruitziet. Bedrijven in de nieuwe economie zijn snel, vraaggedreven, opereren en veranderen snel, en zien talent als belangrijkste driver voor groei.

Wanneer we TT&C-bedrijven onder de loep nemen, zien we dat veel de kenmerken hebben van een 'new network economy'. Met name de creatieve bedrijven hebben de volgende kenmerken:

- Snelle groei
- Korte product-lifecycle
- Talent bepaalt kwaliteit
- Klein – middelgroot, flexibel en beweeglijk
- Dienstverlening, service, klantgericht
- Beleving en creativiteit als belangrijke componenten
- Grote rol voor ICT

Tabel 4.1: Kenmerken 'new network economy'. Bron: Stimulerende Werklandschappen, Dona en Kloosterman

Issue	Old industrial economy	New network economy
Market changes	Slow and linear	Fast and unpredictable
Economy	Supplier-driven	Customer-driven
Lifecycle of products and technologies	Long	Short
Competition	Size: the big eats the small	Speed: the fast eats the slow
Key drivers to growth	Financial capital	Talents
Organizational structure	Hierarchical, pyramid	Flat, flexible, networked
Leadership	Vertical, confrontation	Self-leadership, teamwork
Employees seen as	Expense	Investment

Kwalitatieve eisen van bedrijven in de 'new network economy'?

In de gesprekken met TT&C-bedrijven in Breda is besproken waar een 'TT&C-innovatiehotspot' aan moet voldoen, om te voorzien in de ruimtelijke behoeften en wensen die TT&C-bedrijven hebben. Uiteraard verschilt dit beeld per doelgroep (zie paragraaf 4.2) en zelfs per bedrijf. Toch komt er uit de gesprekken én kijkend naar referentiegebieden elders in het land (zie paragraaf 4.3 en bijlage 5 van het achtergrondrapport) wel een rode draad naar voren.

Kwalitatieve eisen die (TT&C-)bedrijven aan werkgebieden stellen zijn onder meer:

- **Innovatie als sleutelwoord.** Dit vraagt om een fysieke omgeving die inspireert en innovatie uitstraalt.
- **De 'battle for talent'** – als belangrijkste driver voor groei – vraagt om **aantrekkelijke, inspirerende werkmilieus**, met een hoog voorzieningenniveau ook om voldoende geschikt personeel te binden.
- Eén van de belangrijkste kenmerken van het nieuwe werken is de **behoefte aan interactie en ontmoetingen**. De doorslaggevende waarden in deze tijd zoals innovatie, kennisdeling en projectmatig werken vereisen frequente onderlinge interactie. Uiteraard gebeurt interactie tussen werknemers, samenwerkende organisaties of klanten op velerlei wijzen en over toenemende afstanden. Des te opvallender is het dat de betekenis van face-to-face contacten enorm is toegenomen sinds de explosieve groei van communicatietechnologie. Elkaar fysiek ontmoeten blijkt essentieel – en **de plek waar dat gebeurt doet ertoe**. En hoewel - onder invloed van corona – de manier van werken wellicht ook structureel verandert, lijkt de behoefte aan fysieke ontmoeting en interactie te blijven en zelfs te groeien.
- **Functiemenging:** gemengde gebieden voorzien in een kwalitatieve behoefte van bedrijven en hun personeel (inspirerende plekken met reuring en voorzieningen nabij) en brengen bovendien mensen uit de stad dichtbij TT&C-bedrijven. Dit laatste zorgt enerzijds voor een

grotere zichtbaarheid van de TT&C-bedrijvigheid en anderzijds grotere betrokkenheid van de TT&C-bedrijven bij de stad.

- We zien bij gebiedsontwikkeling een verschuiving van een focus op 'hard values' (zoals vastgoed of autobereikbaarheid) naar '**soft values**' (zoals gebiedsidentiteit, community-vorming, inspiratie, showcase of kennisuitwisseling). Het ontwerpen van structuren blijft randvoorwaardelijk, maar de **toegevoegde waarde zit in de cultuuraspecten**. Niet langer is het rendement op vastgoed leidend, maar is de cultuurinterventie die met de gebouwde - en vooral ook niet gebouwde - omgeving kan worden bereikt bepalend voor het succes van gebiedsontwikkelingen rondom economische clusters.
- De **plek is daarmee een cruciaal onderdeel** van de toekomststrategie van de initiatiefnemers geworden.

Hoe kunnen hotspots clustering ruimtelijk stimuleren?

Naast de bovenstaande eisen aan werkmilieus in de 'new network economy' bestaat er in Breda ook een duidelijke behoefte aan versterking van de TT&C-sectoren, de samenwerking daarbinnen en de zichtbaarheid als geheel. Een TT&C-hotspot kan – mits goed uitgewerkt – een bijdrage leveren aan versterking van de TT&C-sectoren. Aanknopingspunten voor de ruimtelijke inrichting zijn:

- **Maak een ontmoetingsplaats met een identiteit** die aansluit bij de doelgroep en activiteiten van de bedrijven.
- Stuur op ontmoeting door **concentratie van loop- (en fiets)bewegingen van bezoekers en gebruikers van het gebied en van functies** die gedeeld worden. Dat kunnen horeca-activiteiten zijn maar bijvoorbeeld ook gedeelde voorzieningen.
- Bedrijven vragen om clustering om geïnspireerd te worden door elkaar. Dus **stuur op een complementaire combinatie van bedrijven** zowel in activiteit als in omvang.

- **Houd ruimte voor het experiment.** Faciliteer onverwachte gebeurtenissen en biedt ruimte voor spontane samenwerking (door bijvoorbeeld gedeeld ruimten beschikbaar te hebben).
- **Integreer onderwijs** (op uiteenlopende manieren).
- **Maak verbinding en zoek aansluiting met de omgeving.** Integreer in stedelijke context. Maak gebruik van fiets- en wandelroutes, maak een open, uitnodigende werklocatie.
- Voor bepaalde activiteiten in de TT&C-sectoren geldt bovendien dat:
 - zij behoefte hebben aan een inspirerende omgeving. Zoek daarom aansluiting bij of **nabijheid van creatieve broedplaatsen**.
 - er een hoge mate van vrijheid wordt verlangd. In een aantal gesprekken is dat benoemd als een vorm van ‘gecultiveerde tijdelijkheid’. Er is een sterke behoefte van deze partijen om **zelf te 'bouwen' aan de identiteit** van hun werkomgeving.
- Voor de (vaak wat grotere) **zakelijke creatieve dienstverlening** geldt zij graag in een 'hippe' omgeving willen zitten. Er is geen behoefte aan een eigen campus, maar juist meer aan een **bruisend district** (naar voorbeeld van Strijp-S) waar zij onderdeel van kunnen zijn. Een dergelijk milieu kenmerkt zich door mix aan functies en schaal, veel publieke events die de identiteit van de locatie ondersteunen.
- Door clustering worden de TT&C-sectoren ook meer zichtbaar en herkenbaar voor partijen binnen en buiten de stad ('showcase maken').

4.2 Kwalitatieve ruimtebehoefte: doelgroepen nader in beeld

Huisvestingswensen verschillen per TT&C-doelgroep

Vertrekkend vanuit de constatering in paragraaf 4.1 hebben we nader ingezoomd op de ruimtebehoefte van TT&C-bedrijven in Breda, waarbij per specifieke 'TT&C-doelgroep' op basis van input van ondernemers een verdieping in beeld en woord is gemaakt van de kwalitatieve vraag. Op de volgende pagina's is voor creatieve zakelijke dienstverleners, innovatieve makers, innovatieve entertainers en culturele ondernemers de kwalitatieve ruimtebehoefte samengevat in tekst en beeld. Reguliere

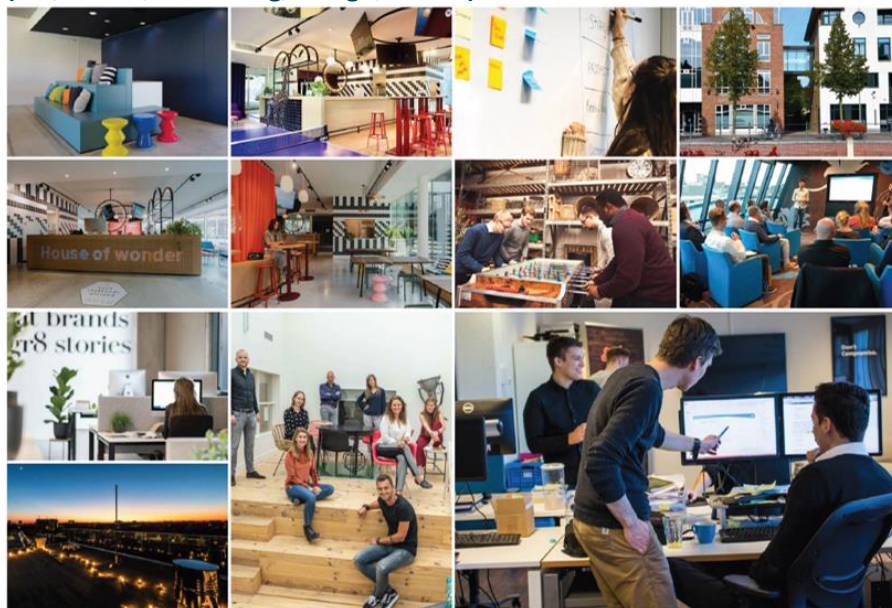
makers ontbreken in dit overzicht. Hun ruimtebehoefte ligt dicht bij die van innovatieve makers, maar in veel gevallen zal deze doelgroep vestiging op een regulier bedrijventerreinen prefereren.

Uiteraard betreft het een grove typologie en zullen er ook bedrijven in de TT&C-sectoren zijn die in geen van de vier categorieën vallen of die juist van meerdere categorieën kenmerken hebben. Deze typologie moet dan ook vooral gezien worden als een denkkader dat helpt bij het uiteindelijk verbinden van de kwalitatieve ruimtevraag aan de verschillende TT&C-zoekgebieden in Breda.

Betalingsbereidheid huisvesting verschilt sterk tussen TT&C-doelgroepen

De kapitaalkracht van TT&C-bedrijven verschilt sterk. Deze verschillen werken ook door in de betalingsbereidheid voor hun huisvesting. Culturele ondernemers (zoals de bedrijven in de panden van CLIB) zijn doorgaans minder kapitaalkrachtig dan bedrijven in de bijvoorbeeld creatieve zakelijke dienstverlening. Zij zijn daarmee ook minder bereid en financieel in staat om een hoge huur te betalen. Ook is er een scheiding tussen startups en reeds gevestigde bedrijven, waarbij reeds gevestigde bedrijven doorgaans een hoge huur kunnen en willen betalen. Voor een aantrekkelijk en divers TT&C-hotspot is het daarom belangrijk om aanbod in diverse segmenten – met uiteenlopende huurprijzen - te ontwikkelen. Mogelijk zijn er arrangementen op gebiedsniveau nodig om lagere huurprijzen voor bepaalde doelgroepen (bv. starters of culturele ondernemers) haalbaar te maken in een TT&C-gebied. Het is aan de gemeente en ontwikkelaar(s) in een gebied samen om dit nader uit te werken.

Creatieve zakelijke dienstverlening (ICT, media, marketing, design, advies)



Huisvestingswensen:

- (Middel)grootschalige kantoorruimte (soms) met 'maakruimte'.
- Kwalitatief hoogwaardige locaties.
- Gedeelte ontmoetingsruimte: interactie, ook met andere sectoren.
- Nabij voorzieningen, horeca, kunst en cultuur.
- Aansluiting met onderwijs.
- Goede OV-bereikbaarheid.

Voorbeeldbedrijven in Breda: CM, Handpicked, Gr8, Inkubis, Brandspanking, Actiflow

Innovatieve makers (Robotica, 3D-printing, Biotech, AI, etc.)



Huisvestingswensen:

- (Middel)grootschalige bedrijfsruimte, (soms) met kantoorruimte.
- Goede weg- en OV-bereikbaarheid met mogelijkheden voor laden en lossen van vrachtwagens.
- Mogelijk gedeelde faciliteiten en machines.
- Koppeling/nabijheid van (praktijk)onderwijs gewenst.
- Open innovatie.

Voorbeeldbedrijven: ExRobotics, Spie, Inno4life

Innovatieve entertainers (Events, gaming, VR, etc.)

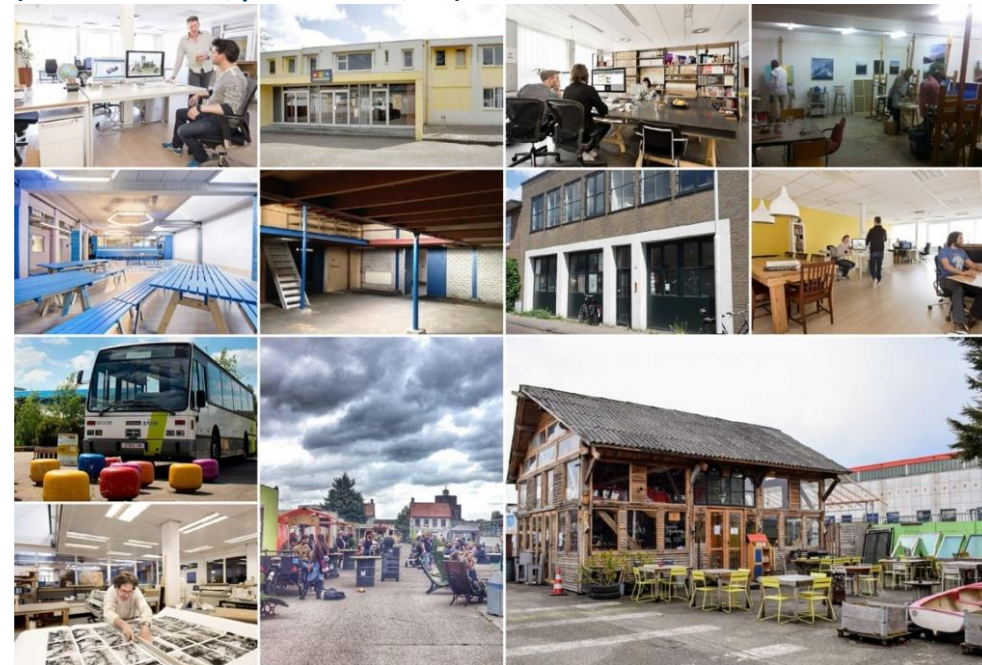


Huisvestingswensen:

- Betaalbare kantoor en bedrijfsruimte (vaak beide nodig).
- Creatieve en inspirerende plekken in het centrum of op fietsafstand.
- Flexibiliteit: moet kunnen meegroeien.
- Gedeelte ruimte: nodig interactie uit.
- Soms behoefte aan ruimte voor herriemaken.
- Mogelijk gedeelde faciliteiten.
- Excellente internetverbinding en IT-security.
- Menging met culturele sector, creatieve bedrijven en (beperkt) wonen.

Voorbeelden: Plugged, Unlimited productions, Twirlbound, Stitchheads

Culturele ondernemers (beeldende kunst, podiumkunst, etc)



Huisvestingswensen:

- Betaalbare en flexibele bedrijfsruimte, geschikt voor gebruik vanaf één dag.
- Creatieve en rauwe plekken.
- Liefst in de luwte, rafelranden van de stad.
- Vaak een tijdelijk karakter, pioniers die via 'placemaking' een gebied op de kaart zetten.
- Gedeelde ruimte: nodig interactie uit.
- Multifunctionele buitenruimte.

Voorbeeldbedrijven: ondernemers op STEK, ondernemers locaties CLIB

4.3 Van kwalitatieve ruimtebehoeften naar ruimtelijke bouwstenen voor een hotspot

De volgende vraag is: hoe richten we een TT&C-hotspot of –gebied zodanig in, dat dit op de kwalitatieve behoeften van ondernemers inspeelt? Als handvat hiervoor is op de volgende pagina's een overzicht van acht mogelijke bouwstenen gepresenteerd, die ruimtelijk invulling kunnen geven aan een TT&C-hotspot. Deze bouwstenen verschillen sterk in schaal en segment. Niet alle bouwstenen zijn in elke hotspot relevant of mogelijk en de bouwstenen zijn ook niet uitputtend. De bouwstenen moeten dan ook vooral beschouwd worden als inspiratiebron voor de nadere uitwerking van een innovatiegebied. De bouwstenen zijn gebaseerd op praktijkvoorbeelden van innovatiedistricten en -gebieden elders, welke als onderdeel van de benchmarkstudie zijn opgenomen in bijlage 5 van het achtergrondrapport.



Garage / Atelier

De bijzondere plekken in het stedelijk gebied waar gepland of ongepland bijzondere functies landen. Archetype is de begane grondvloer in de oude binnensteden. Hier zorgt een iets hogere verdiepingsvloer of de aanwezigheid van dubbele deuren ervoor dat er een ruime diversiteit aan functies mogelijk is. Ander voorbeeld is de garage. Ooit bedoeld om een auto in te parkeren, inmiddels vaak in gebruik als klusruimte, fitnessruimte, etc.

Voorbeeld garage = circa 35 m²



Showroom / Plint

Archetype van de showroom is de auto-showroom: de plek als trekker voor voorbijgangers. De typologie heeft inmiddels ook een belangrijke functie in de maakindustrie waar talent schaars is en het van levensbelang is om zichtbaar te zijn. De showroom is de plek waar de trots van het systeem wordt gepresenteerd aan de buitenwereld. Een plek waar je bij wilt horen. Variant op de showroom is een transparante uitvoering van de begane grond (plint), denk bijvoorbeeld aan Hoge Rug Eindhoven.

Voorbeeld Innovation Dock RDM Rotterdam = 520.000 m²



Werkplaats / magazijn

De werkplaats / magazijn is een minder formele maak-, test-, en sleutelruimte. Archetype is de standaard bedrijfsruimte die we tegenkomen op bedrijventerreinen. In de basis is er een dak en een vloer, de zaalruimte daartussen is flexibel inzetbaar naar gelang wat er nodig is. Afhankelijk van de invulling is de werkplaats goed ofwel slecht te mengen met woonfuncties.

Voorbeelden op bedrijventerrein Krogten, Breda = variërend van 500-20.000 m²



Kantoor

Het kantoor is formeler dan de werkplaats. In de basis is ook dit een zaal, in dit geval vaak opgedeeld in kleinere kantooreenheden. Deze eenheden kunnen worden ingezet als overlegruimte, als vergaderruimte, beamer-/presentatieruimte of als plek voor een pingpongtafel.

Over het algemeen minimaal 2 m² per persoon. Grootte dus afhankelijk van het aantal mensen. Gangbaar is 4 tot 25 personen.



Flexibele loods / hal

De flexibele loods / hal is een schaalniveau groter dan de showroom en werkplaats. Het is de flexibele zaal die de ene dag in gebruik is voor evenementen (congressen, feesten, beurzen), de andere dag voor een proefopstelling, dan weer voor een expositie en dan weer als werkruimte. Het is doorgaans een rauwe ruimte met plek voor experiment. Afhankelijk van het gebruik is de loods goed of slecht te mengen met woonfuncties.

Voorbeeld Onderzeebootloods Rotterdam: drie hallen van circa 1.500 m²



Straat / binnenhof / atrium

De straat of het binnenhof / atrium is het equivalent van de stadsstraat. Het is de plek waar je gepland en ongepland anderen tegenkomt (ontmoeting en interactie). Tegelijkertijd kan het de plek zijn waar open innovatie en het delen van functies (restaurant, vergaderplekken, showroom) een plek krijgt.

Voorbeeld atrium Brainport Industries Campus: 25 meter breed en 200 meter lang. Torenallee Strijp S is circa 150 meter.



Meeting point (Bar / Terras / Tuin)

Het meeting point kan bijvoorbeeld een tuin, terras, sportfaciliteit of (espresso)bar zijn. Dit kan een café, park of restaurant in de directe stedelijke omgeving zijn maar ook een aparte ruimte in het gebouw-/ campusconcept. Het is de plek waar informeel wordt vergaderd, wordt gewerkt en een plek waar interactie en ontmoeting plaats kan vinden.



Vrijplaats

De Vrijplaats is een (rauwe) en betaalbare plek zonder beeldkwaliteit, met weinig regelgeving en met alle ruimte voor experiment. Het biedt atelier-/ broedplaatsruimte voor kunstenaars en creatieven: theatermakers, schrijvers en muzikanten, schilders, tekenaars, (mode-) ontwerpers, grafisch ontwerpers, video- en beeldend kunstenaars. Naast exposities en optredens, worden er ook workshops, festivals en andere publieksevenementen georganiseerd.

Voorbeeld Treehouse NDSM: bijna 1.000 m² n ruim 100 individuele ateliers. Met expositie- en performanceruimte, bijeenkomstruimte, een gezamenlijke werkhal, een binnenpleintje en een terras.



5 Ruimtelijke analyse Breda en kwalitatieve aanbodanalyse TT&C-gebieden

In het kort: een aantal gebieden in Breda is – kijkend naar zaken als gebiedsidentiteit, verbinding met de stad, ruimtelijke mogelijkheden en stuurbaarheid – in het bijzonder kansrijk om ruimte te geven aan een TT&C-hotspot als fysiek zwaartepunt voor TT&C-bedrijven in de stad. Het gaat om de Triple-O-campus, strategisch gepositioneerd tussen binnenstad en het havenkwartier, het CSM-terrein als grootschalig te ontwikkelen woon-werkgebied, Gebouw C als centraal gelegen kantoorpand en mogelijke broedplaats voor startende ondernemers, De Koepel als iconisch gebouw en gebied, en Crossmark De Strip als culturele broedplaats. Het advies is echter met klem niet om in al deze gebieden tegelijk soortgelijke TT&C-hotspots te ontwikkelen, maar om in deze gebieden de kansen hiertoe te verkennen samen met stakeholders, en tot één integrale strategie op stadsniveau te komen. Ook andere gebieden, die zich niet lenen als TT&C-zwaartepunt, kunnen evengoed een rol spelen in de TT&C-strategie van Breda.

5.1 Hoofdpunten ruimtelijke analyse gemeente Breda

Uit de ruimtelijk-economische analyse van de gemeente Breda en de zoekgebieden daarbinnen, komen observaties naar voren die relevant zijn in het licht van de ruimtelijk-economische TT&C-strategie:

- **Dichtheden:** de TT&C-zoekgebieden liggen allemaal op plekken relatief dichtbij het centrum van Breda, waar de dichtheden relatief laag zijn ten opzichte van het centrum. Dit biedt kansen om hier te verdichten en economische en culturele functies (TT&C-gerelateerd en anderszins) een plek te geven.
- **Functiemenging:** vooral in het centrum, direct ten noorden van het spoor en in het Havenkwartier kent Breda – en de TT&C-zoekgebieden daarbinnen – al een hoge mate van functiemenging. Daarbuiten zijn de zoekgebieden veel minder gemengd; zo is de CM campus echt een werkplek, terwijl de BUAS- en Avans-campussen echte onderwijsplekken zijn.
- **Cultuurhistorie:** veel TT&C-zoekgebieden liggen op of nabij markante plekken in de stad. Dit biedt kansen om de ontwikkeling van de gebieden te koppelen aan lange landschappelijke lijnen en cultureel erfgoed, en om zo ook plekken te creëren met een duidelijke eigen identiteit.
- **Stedelijkheid en bereikbaarheid:** de meeste locaties zijn goed per ov bereikbaar of liggen op redelijke wandel- of fietsafstand van het station. Veel gebieden liggen binnen de ‘stedelijke cirkel van Breda’, waarbinnen de nabijheid van inwoners en banen het grootste is. Op sommige locaties is de aansluiting op het centrumgebied voor met name langzaam verkeer wel een aandachtspunt.

In hoofdstuk 3 van het achtergrondrapport is een aantal kaarten opgenomen die de bovenstaande bevindingen illustreren.

We concluderen uit de ruimtelijke analyse dat Breda veel gunstig gelegen gebieden kent (t.o.v. station, binnenstad en de campussen) waar kansen liggen voor verdichting en functiemenging door toevoeging van economische activiteiten, die bovendien een sterke eigen (cultuurhistorische) identiteit hebben. In veel gevallen gaat het bovendien om gebieden die in beweging zijn, en waar de komende jaren kansen ontstaan voor herontwikkeling of herprofilering. Deze constatering biedt op het eerste oog aanknopingspunten voor de ruimtelijk-economische strategie voor het TT&C-cluster; in de volgende paragrafen gaan we nader op de zoekgebieden in (paragraaf 5.2) en schetsen we hun potentie om ruimte te bieden aan TT&C-bedrijven (paragraaf 5.3).

5.2 Inzoomen op zoekgebieden

Voor de ontwikkeling van een nieuw hotspot zijn 13 zoekgebieden geselecteerd (waarvan 5 onderdeel zijn van Crossmark). Het betreft de volgende gebieden, waarbij we de gebieden geografisch hebben onderverdeeld in een aantal zones (zie ook figuur 1.3):

A. Zone noordzijde spoor, met als zoekgebieden

- I. Crossmark De Faam
- II. Crossmark 5TRACKS
- III. Crossmark De Hoven
- IV. Crossmark De Strip en overige haventerrein
- V. CSM-terrein
- VI. CM-campus

B. Zone onderwijscampus, met als zoekgebieden:

- VII. BUAS-campus
- VIII. Ottenlocatie
- IX. Avans Campus
- X. Zorgcluster Claudius Prinsenlaan

C. Zone tussen spoor en stad, met als zoekgebieden:

- XI. Triple-O campus (en omgeving)

D. Zone Chasséveld, met als zoekgebieden:

- XII. De Koepel
- XIII. Gebouw C

In hoofdstuk 3 van het achtergrondrapport is per gebied een gebiedsprofiel opgenomen, waarin de ligging, de werkgelegenheid, het aanbod aan werklocaties en een kwalitatief profiel weergegeven. Op het niveau van de vijf zones is de positionering in de stad als geheel en het niveau van functiemenging in beeld gebracht, evenals de ruimtelijke structuur van de gebouwde omgeving, enkele foto-impressies en een duiding van de identiteit van het gebied als geheel. Hieronder vatten wij de belangrijkste bevindingen per zone en zoekgebied samen.

5.2.1 Zone noordzijde spoor: Crossmark, CSM-terrein en CM-campus

In deze grote zone – die veelal op loopafstand van het station ligt, maar vooral per auto wordt bezocht – wisselen industrie, bedrijfsverzamelgebouwen c.q. ontmoetingsruimte en kantoren elkaar af, in relatief grove korrels. In het kader van CrossMark Breda wordt hier gewerkt aan een nieuw stadsdeel, naast de historische Bredase binnenstad en in het verlengde van het vernieuwde station van Breda. De gemeente Breda is hierbij niet alleen aan zet; op veel plekken is zij geen grondeigenaar en trekt zij samen met eigenaren en ontwikkelaars op. Het gebied kent met name in het havenkwartier veel industrieel erfgoed, wat TT&C-ondernemers die op zoek zijn naar een rauw randje met een mix van oud en nieuw aanspreekt. Door de aanwezige vrijplaats voor creatieve bedrijven kent het gebied een sterk cultureel gehalte. De ligging tegen een erg in trek zijnde woonwijk (Belcrum) biedt mogelijkheden voor uitbreiding van de horeca. Bovendien is er veel ruimte beschikbaar in de zone. De zone ligt relatief ver van de onderwijsinstellingen van Breda.

In het bijzonder is **De Strip** – met het Backer en Rueb gebouw als unieke plek aan de insteekhaven, en creatieve broedplaatsen als het pand van Electron en STEK (vrije creatieve broedplaats) – interessant als plek voor TT&C-bedrijvigheid. Het verdere haventerrein kan mogelijk ook ruimte bieden aan creatieve en innovatieve bedrijven, al zijn hier ook minimaal 1.200 woningen voorzien, evenals commerciële en maatschappelijke voorzieningen, cultuur en leisure.

Figuur 5.1: STEK als culturele broedplaats in het havenkwartier



Het **CSM-terrein** – het braakliggende terrein van de voormalige Suikerfabriek wordt naar verwachting de komende 10 à 20 jaar herontwikkeld tot een stadswijk. Belangrijk aandachtspunt hier (maar ook elders in het havenkwartier) is de grondverontreiniging. Dit maakt ontwikkeling van het gebied tijdrovend en kostbaar. Een eenzijdige inrichting als werkgebied lijkt financieel daarom onhaalbaar hier, omdat woningbouw (dat meer oplevert dan bedrijfsfuncties) de kosten voor grondsanering beter kunnen dekken. Tegelijkertijd zijn economische functies wel degelijk mogelijk in het gebied, bv. door functiemenging of door zonering in een deel van het gebied.

Figuur 5.2: het CSM terrein



Figuur 5.3: De Faam, de voormalige snoepfabriek



In **De Faam** – de voormalige snoepfabriek – zijn woningen en andere functies voorzien. **5Tracks** – nu een braakliggend terrein tussen het station en Gerechtshof – zal ruimte bieden aan twee kantoorgebouwen en een hotel. Bovendien zal er menging met voorzieningen en shortstay en longstay plaatsvinden. Gezien de ligging en uitstraling lijkt de locatie de identiteit te krijgen van een corporate business omgeving. **De Hoven** is een smalle braakliggende strook van 11 ha aan de zuidzijde van het spoor, waar eveneens wonen is voorzien en het Apollo hotel wordt uitgebreid. Hier wordt nagedacht over mogelijke andere functies naast wonen.

Op bedrijventerrein Krogten Zuid bevindt zich tot slot de **CM Campus**. Telecombedrijf CM.com is de ontwikkelaar maar het bestemmingsplan biedt ruimte voor vestiging van andere partijen op de campus. De campus ligt ten opzichte van de overige zoekgebieden redelijk ver van het centrum en het station. Wel is de autobereikbaarheid redelijk tot goed. De campus voorziet in de vestigingsvoorkeuren van CM, hetgeen aantoont dat ook reguliere bedrijventerreinen belangrijke vestigingslocaties kunnen zijn (en blijven) voor sommige TT&C-bedrijven.

5.2.2 Zone onderwijscampus: BUAS, Avans, Ottenlocatie en Zorgcluster
Deze zone is uitstekend. Hier wisselen onderwijsfuncties, zorg, kantoren, (lichte) industrie en wonen elkaar af, terwijl er nauwelijks horeca is. Recent heeft de **BUAS** al haar onderwijsactiviteiten op de campus aan de Sint Ignatiusstraat gecentreerd, in het oude NHTV-gebouw en het omgebouwde klooster. De locatie heeft een zorgvuldige groene inrichting maar de open ruimte op de locatie is beperkt. BUAS hecht veel belang aan integratie van bedrijfsleven binnen het onderwijs en heeft daarom het '**Innovation Square**' in het Frontier gebouw ingericht.

Figuur 5.4: de BUAS campus



Figuur 5.5: Innovation Square op de BUAS-campus



Het Innovation Square is een fysieke plek en een platform voor studenten, afstudeerders, onderzoekers én ondernemers uit Breda en daarbuiten. Er zit bedrijfsruimte, ruimte voor vergaderingen en brainstormen en flexibele werkplekken. Op de verdere campus zelf zijn ruimtelijk gezien weinig uitbreidingsmogelijkheden voor toevoegen van economische functies.

De **Avans Campus** is een grootschalige monofunctionele onderwijslocatie tussen de Claudius Prinsenlaan en de Trip van Zoudtlandt Kazerne, direct naast het Amphia ziekenhuis. De combinatie van AVANS en het ziekenhuis lijkt aantrekkelijk voor het aantrekken van bedrijven die in de zorg actief zijn (zie ook passage over Zorgcluster Claudius Prinsenlaan). Op dit moment is de locatie nog weinig verbonden met de omgeving. Bovendien kent het gebied op dit moment weinig (zichtbare) connecties met het bedrijfsleven en lijkt er ook in de toekomst weinig ruimte om bedrijven te huisvesten. De ruimte op de locatie is immers beperkt.

Figuur 5.6: gebouw op de Avans campus



De leegstaande garage op de **Ottenlocatie** van ca. 1 ha ligt precies tussen de BUAS en de Avans-campus. Voor de locatie wordt voornamelijk woningbouwlocatie voorzien. Het volume te realiseren ruimte voor werken is op moment van schrijven nog onbekend; mogelijk liggen hier kansen om – in samenwerking tussen beide onderwijspartijen – bv. een onderwijsfunctie of een startup-locatie gerelateerd aan het onderwijs op te zetten.

Het **Zorgcluster Claudius Prinsenlaan** (omgeving rondom het Amphia Ziekenhuis) biedt nu ruimte aan zeer uiteenlopende bedrijvigheid. In de gebiedsvisie Claudius Prinsenlaan is de ambitie uitgesproken om het gebied te ontwikkelen tot een stedelijk zorg-innovatiedistrict. Voor TT&C-bedrijven kan het gebied ruimte bieden aan ondernemers op het snijvlak tussen TT&C en zorg, die weinig waarde hechten aan een inspirerende omgeving, maar vrijheid en betaalbare ruimte zoeken. Evenwel ligt ontwikkeling van een TT&C-hotspot hier – gezien de ligging, schaal en diversiteit aan gebruikers – niet voor de hand.

5.2.3 Zone tussen spoor en stad: Triple-O campus

Ingeklemd tussen Tramsingel, Lunetstraat en spoor ligt de Triple-O campus. Het bedrijfsverzamelgebouw Het Blushuis staat daarin centraal, eromheen staan enkele andere gebouwen, waaronder het AV-huis: een bedrijfsverzamelgebouw voor de creatieve en technologische sector.

In feite heeft de **Triple-O campus** veel ingrediënten die bij zouden kunnen dragen aan een succesvolle ontwikkeling als hotspot voor creatieve en innovatieve bedrijven. Er is een startup-klimaat, met het AV-huis als bedrijfsverzamelgebouw voor de creatieve en technologische sector en het Blushuis, het gebied kent karakteristieke bebouwing, ligt relatief dichtbij het station (net op loopafstand) en ligt bovendien gunstig tussen de binnenstad en het te ontwikkelen CSM-terrein.

Figuur 5.7: de Triple-O campus



Op dit moment is het gebied echter ingeklemd tussen een rij grondgebonden woningen aan de Lunetstraat en de Slingerweg, een weinig inspirerend bedrijventerrein. Bovendien kent het bedrijventerrein **Slingerweg** een slecht imago en heeft het een negatieve bijklank in Breda, mede door de aanwezige vuilstort en de aldaar gevestigde

daklozenopvang. Door de geslotenheid van het gebied is ook de (ervaren) veiligheid in het gebied matig. Daar staat tegenover dat de gemeente een stevige grondpositie heeft aan de noordzijde van de Slingerweg, met onder meer het milieustation. Ook is het gebied al in beweging; in recente jaren is er langs de randen van bedrijventerrein Slingerweg bovendien woningbouw toegevoegd, vaak door transformatie van bedrijfs- en kantoorpanden. Ook zijn er informele voornemens om de verbinding met de stad te verbeteren door de realisatie van een nieuwe singelbrug. Met de ontwikkeling van het CSM-terrein heeft het gebied bovendien potentie als overgangsgebied tussen de binnenstad en nieuwe wijk ten noorden van het spoor.

Figuur 5.8: milieustation aan de Slingerweg



5.2.4 Zone Chasséveld: De Koepel, Gebouw C

De omgeving van het Chasséveld en de Koepel is goed bereikbaar. Van alle zones komen hier de meeste bezoekers lopend en met de fiets. Er is nu vooral ruimte voor bijeenkomsten, kantoren, evenementen, entertainment, en enkele kleinschalige bedrijven.

Kenmerkend voor het gebied is de **Koepelgevangenis en bijbehorend complex**: een markant historisch gebouw, met ook de nodige energetische en bouwkundige uitdagingen bij herontwikkeling. De omringende bijgebouwen lijken eenvoudiger tot bedrijfsruimte te

ontwikkelen dan de Koepel zelf, en doen soms als zodanig ook al dienst. Het gebied van 3,3 hectare is voor ongeveer 1,9 ha bebouwd, en de gebouwen hebben een totaal vloeroppervlak van ca. 37.000m² BVO. Voor de Koepel – nu in bezit van het Rijksvastgoedbedrijf – is een tender aangekondigd waarbij partijen bids kunnen indienen voor de herontwikkeling van het gebied. De gemeente Breda heeft in een proces met inbreng vanuit de stad een nota van uitgangspunten opgesteld, die het Rijksvastgoedbedrijf als kwalitatieve leidraad hanteert in tender. De nota maakt de ontwikkeling van een TT&C-cluster in/rond De Koepel onder voorwaarden mogelijk. Zo moet minimaal worden voldaan aan de volgende zes hoofdvoorwaarden:

1. Een internationaal onderscheidende functie
2. Een gebied met een eigen identiteit
3. Een duurzame toekomstbestendige transformatie
4. Iconisch erfgoed als identiteitsdrager
5. Relatie met omliggende gebieden buiten de gevangensmuren
6. Een robuuste en overtuigende strategie

Daarnaast moet voldaan worden aan een aantal ruimtelijke randvoorwaarden. Zo mag in de koepel zelf niet worden gebouwd. Beperkte bebouwing is mogelijk aan de noordkant van de Koepel. In 'het labrynt' kan in hoge dichtheid worden gebouwd.

Figuur 5.9: de Koepel



Het **Gebouw C** is een voormalig kantoor – aan de rand van de binnenstad, naast het huidige stadskantoor. Het pand ligt centraal, maar tegelijkertijd enigszins afgezonderd van zijn omgeving. Het gebouw staat op dit moment deels leeg, naast een politiebureau dat recent op de begane grond van de 'hoogbouwvleugel' gevestigd is. Er is op korte termijn ruimte beschikbaar in het pand in de 'laagbouwvleugel'. De gemeente Breda werkt met de REWIN en andere partners samen aan plannen om hier op korte termijn een incubator te ontwikkelen, met een bruto vloeroppervlakte van enkele duizenden vierkante meters. Dit kan al in de eerste helft van 2021 gerealiseerd worden.

5.2.5 Zone binnenstad

De historische **binnenstad** van Breda herbergt een mix van horeca, winkels, enkele kantoorlocaties en wonen en is uitstekend OV-bereikbaar. Een substantieel aandeel van de creatieve ondernemers is hier gevestigd. Voor grootschalige uitbreiding van bedrijfsruimte is hier geen plek, maar het centrum kan wel op andere manieren bijdragen aan versterking van het TT&C-cluster.

Figuur 5.10: de binnenstad van Breda



5.3 Van zoek- naar focusgebieden

Van zoekgebieden naar 5 focusgebieden met 'TT&C-potentie'

De volgende vraag is: waar kan een TT&C-hotspot in Breda een plek krijgen? We hebben, ter beantwoording van deze vraag, de zoekgebieden beoordeeld op de mate waarin ze geschikt zijn als TT&C-hotspot, aan de hand van de volgende criteria:

- Plek met een **sterke identiteit** die past bij doelgroep door aanleidingen uit omgeving, of de mogelijkheid een dergelijke identiteit te creëren.
- Gebied dat **verbonden is met de stedelijke omgeving** of waar de verbinding te maken is.
- Gebied dat een centrum/**centrale voorziening/ontmoetingsplek** heeft of waar dit te realiseren is.
- Mate waarin een **mix van activiteiten, gebouwen en ruimten** (kijkend naar kwaliteit, schaalgrootte, betaalbaarheid) mogelijk is.
- De **(ruimtelijke) haalbaarheid**: kan hier een 'TT&C-programma' gerealiseerd worden binnen afzienbare tijd, kijkend naar de planologische mogelijkheden, de milieuruimte, de ligging in de stad, de aanwezigheid van een partij die als trekker van de ontwikkeling in het gebied kan fungeren, nieuwbouw/bestaande bouw (waarbij nieuwbouwontwikkeling enerzijds financieel lastiger is, maar anderzijds meer ruimtelijke mogelijkheden biedt) en andere aspecten.
- De **stuurbaarheid vanuit de gemeente**: de gemeente kan het proces sturen, kijkend naar grondpositie en eigendom.

Tabel 5.1 toont een indicatieve inschatting van de mate waarin elk van de zoekgebieden voldoet aan de criteria. Hieruit komt naar voren dat vijf locaties op minstens drie aspecten positief scoren, en op haalbaarheid minimaal neutraal. Het gaat om Crossmark De Strip, het CSM-terrein, de Triple-O campus en omgeving Slingerweg, De Koepel en Gebouw C. Hierna schetsen we per gebied waarom het 'TT&C-potentie' heeft, en wat een lonkend perspectief vanuit TT&C voor het gebied zou kunnen zijn. We benadrukken daarbij dat dit geen advies is om alle gebieden (tegelijk) te

ontwikkelen. De gemeente Breda de mogelijkheden binnen elk gebied samen met stakeholders te verkennen, om vervolgens tot een integraal ontwikkelperspectief op stadsniveau te komen.

Tabel 5.1: De zoeklocaties indicatief gescoord op criteria voor 'TT&C-potentie'

	Sterke TT&C-identiteit (te creëren)	Verbonden met stad en OV	Centrale ontmoetingsplek (te maken)	Mix van TT&C-panden en activiteiten mogelijk	(Ruimtelijke) haalbaarheid	Stuurbaarheid vanuit gemeente
Crossmark De Faam	+	+	0	-	0	0
Crossmark 5TRACKS	-	+	0	-	-	0
Crossmark De Hoven	-	+	-	0	-	0
Crossmark De Strip en overig haventerrein	+	0	+	+	+	0
CSM-terrein	0	0	+	+	+	+
CM campus	0	-	-	-	0	-
BUAS campus	0	0	+	-	-	-
Avans Campus	0	0	+	-	-	-
Ottenlocatie	0	-	0	-	0	0
Zorgcluster Claudius Prinsenlaan	-	-	-	0	-	0
Triple-O campus en omgeving Slingerweg	0	0	+	+	+	+
De Koepel	+	+	+	0	0	0
Gebouw C	0	+	+	-	+	+

'+' betekent: zoekgebied voldoet aan criterium, '-' zoekgebied voldoet niet aan criterium, '0' zoekgebied voldoet deels of onder voorwaarden

TT&C-potentie Triple-O campus en omgeving Slingerweg

Hoewel de omgeving van het bedrijventerrein Slingerweg op dit moment bij veel Bredanaren nog een negatieve bijklank heeft, biedt dit gebied wel de nodige potentie voor de ontwikkeling van een TT&C-hotspot:

- Allereerst zit hier, dankzij de Triple-O campus met gebouwen als het Blushuis, het AV-huis en het pand van Handpicked aan de Reduitlaan, al een basis van creatieve en innovatieve bedrijvigheid. Deze basis kan uitgroeien tot centrumplek van een grotere hotspot.
- Daarnaast is het gebied strategisch gelegen, tussen de oude binnenstad en het CSM-terrein, dat zal worden ontwikkeld tot een grote nieuwe stadswijk. Dit biedt potentie voor fiets- en voetgangersroutes door het gebied van de Slingerweg, die daarmee ook het gesloten karakter van het gebied openbreken.
- Ook leent het gebied zich qua ruimtelijke structuur en milieuruimte voor een mix van kantoor- en bedrijfsruimte, en kan zij daardoor diverse TT&C-doelgroepen, waaronder ook de innovatieve makers, een plek geven.
- Daarbij heeft de gemeente relatief veel sturingsmogelijkheden, doordat zij grondposities heeft aan de noordzijde van de Slingerweg (o.a. panden PostNL en Milieustation).

Zo ontstaat een lonkend perspectief van een TT&C-hotspot met een zichtbare, bruisende buitenruimte die verbonden is met de stad en het station. Van een omgeving die transformeert van een rommelzone aan het spoor tot dé plek voor creatieve ondernemers op het gebied van beeld, interactie, design en beleving, waar ook onderwijs weer een plek krijgt. Daarmee zou een dergelijke ontwikkeling op Triple-O campus niet alleen het belang van de TT&C-sectoren dienen, maar ook een breder publiek belang.

TT&C-potentie CSM-terrein

Vanuit het perspectief van TT&C-bedrijvigheid kan hier in de komende jaren een tijdelijk gebied ontstaan met pioniers vanuit placemaking (experimenten, testlocaties en festival rondom TT&C-activiteiten), terwijl

het gebied uitgroeit tot een gemengd stedelijk district. Het toevoegen van bedrijven uit de TT&C-sectoren is waardevol voor de stedelijke mix aan functies binnen dit gebied. De koppeling (in fasering en ruimtelijk) met de Triple-O campus aan de overzijde van het spoor ligt daarbij voor de hand. Zonder een dergelijke koppeling is het lastig is om hier ambitie voor een TT&C-zwaartepunt vorm te geven. Gezien de omvang van het terrein (26 ha) zal TT&C-bedrijvigheid hier maar een klein deel van de totale gebiedsontwikkeling beslaan, en minder het stevige profiel kunnen aannemen van een integrale werklocatie.

Een interessante denklin is om de kennis en kunde vanuit de Bredase TT&C-bedrijven toe te passen in de ontwikkeling van het nieuwe stedelijk gebied op het CSM-terrein. Dit kan op allerlei manieren, bv. door innovatieve en speelse vormen van (straat)verlichting, 'smart city'-toepassingen, of circulair materialengebruik. Zo maakt het TT&C-cluster de naam 'toegepaste technologie' ook praktijk in Breda zichtbaar waar.

TT&C-potentie De Koepel

Dit gebied is strategisch gelegen, tegen het centrum aan, en vlakbij de campussen van Avans en BUAS. Daarbij heeft De Koepel een markante eigen identiteit. Het lonkend perspectief is dat van een community van creatieve technologie rondom een publieke programmering van de Koepel (met bv. een restaurant voor de hele stad), een klimaat van open innovatie en cultuurhistorie, en een plek voor evenementen en ontmoeting. Terwijl het hoofdgebouw dient als ontmoetingsplek voor ondernemers én als plek waar innovaties zichtbaar zijn, kunnen de bijgebouwen ruimte geven aan werkplaatsen, laboratoria, creatieve ondernemers, gamebedrijven en praktijkonderwijs. Voor echt grootschalige (maak)bedrijven lijkt in het gebied minder plek. Het perspectief is zeer afhankelijk van de uitkomsten van de tender van het Rijksvastgoedbedrijf die in 2021 plaatsvindt; de gemeente kan hier wel enige invloed op hebben, maar zit zelf niet achter het stuur.

TT&C-potentie Gebouw C

Dit voormalige kantoor ligt aan de rand van de binnenstad en kan verworpen tot broedplaats voor startende ondernemers met 'permanente tijdelijkheid'. De gemeente Breda en de REWIN hebben, samen met andere partners, plannen om hier op korte termijn een incubator te ontwikkelen. Het casco kan daarbij dienen als basis, waar kleine bedrijven een eigen community organiseren. Voor een kansrijke invulling als incubator is het noodzakelijk om een zichtbare gedeelde ontmoetingsplaats te creëren, waar ondernemers elkaar kunnen ontmoeten en die ook voor bezoekers toegankelijk is (bv. met horeca), bij voorkeur op de begane grond. Gezien de ruimtelijke structuur van het gebouw is een mix aan activiteiten en bedrijven hier niet haalbaar; de focus zal liggen op kleinschalige ondernemers met kantoorruimte.

Een beperkende factor is de geplande afgesloten parkeerplaats voor politievoertuigen aan de voorzijde van het gebouw. Het succes van een incubator in Gebouw C zal mede afhangen van de mate waarin het pand toch met de omgeving verbonden wordt en een transparant karakter kent, waarbij van buitenaf zichtbaar is wat er in het pand gebeurt. De gemeente is zelf eigenaar van het pand, en heeft dus grote sturingsmogelijkheden. Tegelijkertijd zal het succes mede bepaald worden door de keuzes die de gemeente maakt, en of die keuzes primair uit het vastgoedbelang van de gemeente voortkomen (overigens ook een te verdedigen standpunt), of uit het ruimtelijk economisch belang (versterking van cluster door huisvesting van TT&C-bedrijven).

TT&C-potentie Crossmark De Strip en overige haven

Het havenkwartier heeft veel ingrediënten om een aantrekkelijke gemengde wijk te worden, met aansprekend industrieel erfgoed, strategische ligging nabij het station en ruimte voor wonen, werken, cultuur, horeca en leisure. Het gebied kan zo op diverse manieren een rol spelen in de TT&C-strategie: als interessant woon- en verblijfsmilieu voor werknemers van TT&C-bedrijven, als plek voor cultuurfuncties in Breda

(en daarmee voor culturele ondernemers), en als plek die het imago van Breda als creatieve en innovatieve stad onderstreept. Ook is de vestiging van TTC-bedrijven denkbaar in het gebied. In het bijzonder is **De Strip** – met het Backer en Rueb gebouw en creatieve broedplaatsen als Electron en STEK (vrije creatieve broedplaats) – hiervoor interessant. Eventueel zijn er ook elders creatieve en innovatieve bedrijven denkbaar. Een kanttekening is dat grootschalige woningbouw in het gebied – ofschoon een mooie impuls voor de stad – het perspectief als TT&C-ontwikkellocatie kan beperken. Uit de gesprekken met TT&C-ondernemers komt naar voren dat veel van hen op zoek zijn naar een rauwe en inspirerende plek waar zij vrij en 'ongestoord' uit de voeten kunnen. Zij verwachten dat het toevoegen van grote woonvolumes het Havenkwartier minder geschikt maakt als TT&C-zwaartepunt. Evengoed kan het gebied op andere manieren een rol spelen in de TT&C-strategie van de stad. Een tweede kanttekening is dat de gemeente hier weinig grondposities heeft, zodat de sturingsmogelijkheden relatief beperkt zijn.

Verschillen in TT&C-intensiteit tussen gebieden: TT&C als trekker of 'te gast'

Sommige gebieden hebben de potentie om als TT&C-hotspot te fungeren, waarbij TT&C-bedrijven de dominante trekker in het gebied zijn. Dit is bijvoorbeeld denkbaar op de Triple-O campus en omgeving Slingerweg of in Gebouw C. Deze gebieden lenen zich daarvoor omdat er ruimte is om een eigen TT&C-identiteit te creëren en ze niet te groot zijn waardoor de TT&C-concentratie zou 'verzuipen'.

In andere gebieden zal een (concentratie van) TT&C-bedrijven eerder 'te gast' zijn en onderdeel uitmaken van een groter geheel aan functies en trekkers. Dit geldt bijvoorbeeld voor het CSM-terrein (vooral gezien de omvang van het terrein), Crossmark: De Strip/Havenkwartier (dat tot een gemengde culturele wijk wordt ontwikkeld) en de Koepel (dat van zichzelf al een publiekstrekker is).

Figuur 5.11: Één van de industriële gebouwen in het havenkwartier



Ook rol voor andere (zoek)gebieden in Breda in TT&C-ambitie

De overige geanalyseerde gebieden hebben om verschillende redenen niet de potentie om uit te groeien tot een TT&C-hotspot (zie tabel 5.1). Evengoed kunnen veel van deze en andere gebieden wel een rol spelen bij het realiseren van de economische ambitie van Breda. Al eerder zagen we dat een groot deel van de TT&C-uitbreidingsvraag *niet* op een TT&C-hotspot zal landen; de overige gebieden in de stad kunnen dus evengoed een rol spelen in het huisvesten van TT&C-bedrijven. Ook op andere manieren kunnen ze bijdragen aan de profilering van Breda als stad voor innovatieve en creatieve bedrijvigheid, en aan het stimuleren van clustervorming:

- In de **binnenstad van Breda** is momenteel een substantieel aandeel van de creatieve ondernemers in de stad gevestigd. Nu en in de toekomst is dit dus een belangrijke vestigingsplaats voor TT&C-bedrijven, al zijn er ruimtelijk gezien geen echte mogelijkheden voor

uitbreiding van TT&C-bedrijfsruimte, buiten het al besproken Gebouw C en De Koepel. De bijdrage van het centrum aan versterking van het TT&C-cluster kan bovendien liggen in de ontwikkeling naar een geïntegreerde, stedelijke werkomgeving, met de binnenstad als proeftuin voor beeld en interactie, als nieuwe waarde in de identiteit van Breda. Ook is de binnenstad – met haar voorzieningen en horeca – een belangrijke vestigingsplaatsfactor voor veel (creatieve) bedrijven en hun personeel in Breda.

- De **campus van Avans** heeft primair de identiteit van onderwijslocatie, en biedt niet de ruimte voor uitbreiding met TT&C-bedrijvigheid. Wel kan het een plek zijn waar onderwijs en onderzoek (in relatie tot toegepaste technologie en creativiteit) zichtbaar gemaakt wordt. Denk aan het toevoegen van fieldlabs op de campus (in paviljoens). Deze kunnen bijdragen aan een aantrekkelijke campus, maken zichtbaar wat er op de campus gestudeerd wordt en creëren ontmoetingsplaatsen voor onderwijs en ondernemen. De Ottenlocatie kan een interessante plek zijn voor uitbreiding van onderwijsactiviteiten.
- Ook de **campus van de BUAS** kan een plek zijn waar onderzoek en innovatie binnen de TT&C-sectoren zichtbaar is. Bovendien is het Innovation Square – naast een aansprekende bedrijfslocatie – ook een interessant platform om te betrekken bij het verder versterken van de samenwerking in de TT&C-sectoren. Voor beide onderwijsinstellingen geldt bovendien dat zij hoe dan ook een belangrijke bron zijn van toekomstig talent en startups, en daarom ook stakeholder zijn in de ontwikkeling van een TT&C-hotspot en het vormgeven van de TT&C-strategie.
- Van Crossmark heeft **de Faam** een aantrekkelijke uitstraling en zit het op een gunstige locatie. De mix van wonen en werken die hier komt geeft weinig ruimte voor industriële ruimten en experimenteerruimte, maar het gebied kan wel een rol spelen in het huisvesten van talent dat in de TT&C-sector werkt, en kan bv. ruimte bieden aan horeca en evenementen. Dit geldt in mindere mate ook voor **De Hoven**, dat – gezien de ligging tussen spoor en woningbouw in een smalle strook–

zich lastig laat inrichten als TT&C-district met centrumgebied.

Crossmark **STRACKS** is een ontwikkellocatie die zich vooral leent voor corporate bedrijven en nieuwbouw, waar hoge dichtheid (financieel) vereist zijn.

- De **CM-campus** ligt ver van het centrum en het station, op een regulier bedrijventerrein zonder duidelijke identiteit, en oogt gesloten. Het gebied rondom de campus, een regulier bedrijventerrein, is weinig aansprekend en lijkt daarmee niet geschikt voor de ontwikkeling van een innovatieve hotspot. De campus zelf is overigens nog in ontwikkeling. CM kan als innovatieve IT-speler in Breda mét slagkracht wel een rol spelen in de verdere vorming van het TT&C-cluster en het versterken van de samenwerking tussen bedrijven.
- De ambitie voor het Zorgcluster Claudius Prinsenlaan is een stedelijk zorg-innovatiedistrict, opgebouwd rond het Amphia ziekenhuis. Het gebied heeft geen identiteit die aansluit bij TT&C-bedrijven en ligt relatief ver van centrum en station. Dit gebied lijkt daarom slechts een marginale rol te kunnen spelen bij het realiseren van de economische ambities van Breda rondom de TT&C-sectoren.

6 Handelingsperspectief en instrumenten: naar verdere uitwerking en realisatie TT&C-strategie

In het kort: een logische vervolgstap voor de gemeente Breda is de verdere uitwerking van de TT&C-strategie in elk van de 5 kansrijke gebieden - Crossmark De Strip, het CSM-terrein, de Triple-O campus en omgeving Slingerweg, De Koepel en Gebouw C – samen met aldaar aanwezige stakeholders (bedrijven, eigenaren, ontwikkelaars), de TT&C-doelgroep, onderwijspartijen en regionale partners. Dit moet leiden tot een concreet ontwikkelpad per locatie en op stadsniveau, waarbij de inzet is om één TT&C-zwaartepunt in de stad te ontwikkelen, maar tegelijkertijd op stadsniveau tot een complementair aanbod aan (werk)milieus te komen die – ieder op hun eigen manier – ook een rol hebben in de ruimtelijk-economische TT&C-strategie van Breda.

6.1 Verdere uitwerking TT&C-strategie samen met stakeholders

In hoofdstuk 5 zijn De Koepel, Gebouw C, Triple-O en Slingerweg, CSM en het Havenkwartier naar voren gekomen als gebieden met 'TT&C-potentie', die mogelijk een rol kunnen spelen in de TT&C-strategie. Dit moet echter niet gelezen worden als een pleidooi om hier tegelijkertijd aan 5 TT&C-hotspots te gaan werken. In tegendeel, het advies is om te komen tot een concentratie van TT&C-bedrijvigheid, en om onderbouwde keuzes te maken. Dit slothoofdstuk bevat enkele concrete **handvatten voor de uitwerking en uitvoering van de TT&C-strategie** van Breda.

De belangrijkste constatering is dat de gemeente niet alleen aan zet is, en de TT&C-strategie alleen kan realiseren door **nauwe samenwerking met stakeholders**. Het verdient daarom aanbeveling om een periodiek gestructureerd overleg te voeren op stadsniveau over uitwerking van de TT&C-strategie, de programmering/invulling van het TT&C-gebied, en ecosysteemversterking in bredere zin. De gemeente kan dit overleg faciliteren, zodat het gesprek op gang komt. Partijen om bij daarbij te betrekken zijn in ieder geval ondernemers en grondeigenaren in de gebieden, de doelgroep van TT&C-bedrijven in de stad, vastgoedpartijen waaronder Kadans op de Triple-O campus, Amvest in het Haventerrein en de nog te selecteren ontwikkelaar van De Koepel, REWIN en BOM als regionale ontwikkelmaatschappijen en de provincie Noord-Brabant als partner en mogelijke medefinancier (zoals op het CSM-terrein). Ook de onderwijsinstellingen BUAS, Avans en MBO Curio zijn, als onderdeel van het innovatiesysteem, belangrijk om daarbij te betrekken.

Een logische **tussenstap** richting uitvoering van de TT&C-strategie voor de gemeente Breda is om voor elk van de genoemde focusgebieden – in samenwerking met stakeholders per locatie – in 2021 de kansen voor de ontwikkeling van een TT&C-hotspot verder te verkennen. Die kansen worden gevormd door een set aan omstandigheden: betrokken en mogelijk nieuwe te betrekken stakeholders en partners en hun standpunten, planologische vigerende kaders, grondposities, etc. Voor iedere locatie is daarmee een arrangement samen te stellen dat onderzocht moet worden op kansrijkheid. Zijn de verschillende initiatiefnemers (per locatie waarschijnlijk een ander en specifiek gremium van bijvoorbeeld gemeente, ontwikkelaar, eigenaar) en stakeholders met elkaar in staat om vanuit hun eigen drijfveren te komen tot een fysieke hotspot voor het TT&C-cluster? In de verkenning naar het antwoord op deze vraag is niet alleen de gezamenlijke ruimtelijke ambitie doorslaggevend, maar juist ook de 'governance'.

Samen met de stakeholders kan Breda zo komen tot een **concreet ontwikkelpad**, waarin keuzes per gebied én op stadsniveau worden gemaakt. Volgend uit de ruimtebehoefteraming en de kwalitatieve analyse is het advies om in te zetten op concentratie van TT&C-bedrijven op **één herkenbaar TT&C-zwaartepunt** in de stad, én om tegelijkertijd een **complementair aanbod aan (werk)milieus** te ontwikkelen die elk een eigen rol hebben in de TT&C-strategie van Breda (bv. een plek voor kleinschalige startups, een plek die geldt als culturele hotspot, het centrum waar TT&C-innovaties worden gedemonstreerd, etc.).

Daarbij is de aanbeveling om – gezien de brede bandbreedte in de markt(vraag) en de onzekerheid over het te realiseren volume – te kiezen voor een **gefaseerde ontwikkeling** van een TT&C-hotspot. Door klein maar geconcentreerd te beginnen, en de nadruk te leggen op een kwalitatief aansprekend gebied, kan bovendien een concept ontstaan dat zichzelf gaandeweg bewijst en nieuwe bedrijven aantrekt. De fasering hangt daarbij ook af van de mogelijkheden per locatie. Zo is het haalbaar om Gebouw C op zeer korte termijn (vanaf 2021) als een incubator te ontwikkelen, terwijl voor De Koepel eerst de uitkomsten van de tender van het Rijksvastgoedbedrijf moeten worden afgewacht. Op de Triple-O campus lijkt een uitbreiding van TT&C-bedrijvigheid binnen enkele jaren haalbaar, terwijl de ontwikkeling van het CSM-terrein pas in de komende jaren op gang zal komen en het nog wel 10 tot 20 jaar kan duren voor het gebied tot volwaardige stadswijk is ontwikkeld.

De analyse van **kwalitatieve ruimtebehoefte** van de TT&C-sectoren (H. 4.1) en per TT&C-doelgroep (H.4.3) kan daarbij als inhoudelijke basis dienen voor de invulling van een TT&C-hotspot, net als de acht **ruimtelijke bouwstenen** die in H. 4 zijn gepresenteerd.

Het verdient tot slot aanbeveling om de ruimtelijk-economische TT&C-strategie – en de nadere uitwerking daarvan – ook **planologisch te verankeren** en te laten landen in gemeentelijk (ruimtelijk) beleid,

waaronder in ieder geval de omgevingsvisie (zie ook het tekstkader op de volgende pagina).

6.2 Instrumentarium

Voor de uitvoering van de TT&C-strategie heeft de gemeente de beschikking over verschillende stedenbouwkundige, juridisch-planologische, financiële en procesmatige instrumenten. Deze zetten we hieronder in algemene zin uiteen. De inzet van deze instrumenten hangt af van

6.2.1 Instrumenten: proces

De potentiële TT&C-gebieden zijn veelal in gebruik en vergen een gebiedstransformatie om hier een hotspot te creëren. Vaak heeft de gemeente een beperkte grondpositie, is het eigendom versnipperd, en zijn er veel bedrijven in het gebied actief. In het proces om deze gebieden te (her)ontwikkelen, kan de gemeente zich op verschillende manieren opstellen. De extremen hierbinnen zijn enerzijds een volledig planmatige aanpak (bv. het hele gebied wordt aangekocht, platgelegd en herontwikkeld) en anderzijds een volledig organische aanpak (de gemeente werkt mee aan alle lokale initiatieven voor zover juridisch mogelijk, zonder sturing). In praktijk zijn beide extremen vaak niet wenselijk: een volledig planmatige aanpak is financieel onhaalbaar (al lukte bv. bij het CSM-terrein verwerving van de gronden wél), en een volledig organische aanpak kan leiden tot een onsamenhangend en suboptimaal ingericht gebied. De uitdaging is daarom om tot een **combinatie van organische en planmatige elementen** te komen; wélke combinatie hier uitkomt, hangt mede af van de lokale context en de governance in het gebied. Wat is de (grond)positie van de gemeente, hoe staan (andere) eigenaren in het gebied en ontwikkelaars in de wedstrijd, en hoe verloopt de samenwerking met hen?

‘Selectie aan de poort’: sturen op de juiste bedrijven op een TT&C-hotspot

Gezien de bredere context en marktsituatie waarin de ontwikkeling van een TT&C-hotspot in Breda plaatsvindt – voldoende ruimte voor kantoren in de stad, maar mogelijk een tekort aan bedrijfsruimte – is het des te meer van belang om actief te sturen op vestiging van de beoogde doelgroep op een TT&C-hotspot. Zonder actieve sturing bestaat immers het risico dat een gebied dat primair bedoeld is voor TT&C-bedrijven, een breed, gemengd profiel krijgt dat zich weinig onderscheidt van een regulier gemengd bedrijventerrein. Dit kan de economische doelstelling van clustervorming en inhoudelijke samenwerking tussen TT&C-bedrijven in de weg zitten.

In eerste instantie bestaat de doelgroep uit alle bedrijven die opereren binnen het TT&C-cluster, volgens de definitie die Breda hanteert, en met onderscheid tussen de verschillende doelgroepen daarbinnen. Daarnaast is het ook denkbaar dat andere bedrijven, die strikt genomen niet binnen de TT&C-definitie vallen, maar wel qua profiel in een TT&C-gebied passen, hier ook een plek krijgen. In algemene zin zijn onder meer de volgende ‘selectiecriteria’ voor vestiging op een TT&C-hotspot van belang:

- Bedrijven zijn actief op het gebied van creatieve dienstverlening, beleving, media, (toepassing van) technologische innovatie en ICT, circulaire economie (en innovatie daarbinnen) en cultuur;
 - Bedrijven hebben behoefte aan een klein tot middelgroot kavel c.q. bedrijfspand; (zeer) grootschalige functies zoals grotere maakbedrijven, groothandel, distributiecentra en datacenters passen qua omvang niet;
 - Bedrijven kunnen bijdragen aan de profilering van het gebied als TT&C-hotspot;
 - Bedrijven die een eigen bedrijfspand ‘op maat’ ontwikkelen, zorgen ervoor dat het gebouw open, transparant en ‘naar buiten gericht’ is, en zo rekening houdt met nader uit te werken eisen m.b.t. ruimtelijke kwaliteit.
 - Bedrijven zijn bereid zijn om onderdeel te zijn van een ‘community’ en kunnen ook iets leveren aan de community (kennis, netwerk, faciliteiten, etc.).
- Deze criteria zijn nader uit te werken en in samenspraak met de doelgroep, ontwikkelaar(s) in het gebied en andere stakeholders uit te werken.

Er zijn verschillende instrumenten om te sturen op het vestigen van de beoogde doelgroep in het gebied en op de gewenste invulling (zoals in paragrafa 6.2 verder uitgewerkt). De nadere uitwerking hiervan zal afhangen van de gebiedsspecifieke context, maar bovenal is het van belang dat de gemeente richting ontwikkelaars in het gebied blijft uitspreken welke (economische) doelen zij beoogt bij de ontwikkeling van een TT&C-district en welke doelgroep aan bedrijven hierbij past. Het is van groot belang dat gemeente en ontwikkelaar hierover op één lijn zitten. Dit vergt een continu gesprek met de vastgoedontwikkelaar(s) die binnen een gebied actief zijn dat wordt geborgd in een governancestructuur. Daarbij kunnen de eisen aan bedrijven in een TT&C-hotspot ook planologisch worden vastgelegd in het bestemmingsplan (na invoering van de omgevingswet: omgevingsplan) en – meer op hoofdlijnen – is het nuttig om de TT&C-ambitie ook in de omgevingsvisie te laten landen. Ook een gerichte acquisitie-inzet vanuit de gemeente én de ontwikkelaar kunnen hieraan bijdragen.

De essentie van gebiedsontwikkeling rondom clustervorming is dat de gezamenlijke drijfveer van private en publieke partijen niet gericht is op het maximaliseren van vastgoedwaarde maar juist gericht is op het versterken van het economisch cluster. Het vastgoed is daarbij een middel, niet het hoofddoel. In de governancestructuur kan dat leiden tot bijvoorbeeld een centrale rol voor een innovatieprogramma, onderwijs en gezamenlijke fieldlabs. Op andere clusters zijn dat manieren waarop publieke en private partijen met elkaar samenwerken aan lange termijn doelstellingen voor stad en sector.

Een manier om hiertoe te komen, is door samen met stakeholders in een gebied een **‘wenkend toekomstperspectief’** te schetsen: een kompas waarop concrete ontwikkelingen en nieuwe initiatieven in een gebied gericht kunnen worden, gebaseerd op een gedeelde gebiedsidentiteit en toekomstvisie. Dit vraagt een langdurig proces dat alleen in samenspraak met de stakeholders in een gebied tot stand kan komen. Het is daarbij belangrijk om in een vroeg stadium met stakeholders in gesprek te treden en te weten waar hun belangen liggen en wat hun doelen en drijfveren zijn. Een wenkend toekomstperspectief kan op deze belangen en drijfveren inspelen en deze zoveel mogelijk bij elkaar brengen.

Fasering is daarbij een belangrijk procesmatig instrument bij de gebiedsontwikkeling en bij het uitvoeren van een ruimtelijk-economische TT&C-strategie op stadsniveau (zie ook paragraaf 6.1). Zeker in gebieden met versnipperd privaat eigendom ligt fasering voor de hand, bijvoorbeeld door stapsgewijs delen die vrijkomen te ontwikkelen. Fasering heeft ook als voordeel dat er een ‘klein begin’ kan worden gemaakt – bv. enkele panden voor creatieve ondernemers toevoegen aan de Triple-O campus, of aan 1 van de bijgebouwen van het Koepelterrein – dat stapsgewijs kan worden uitgebouwd als het concept aanslaat. Bij de fasering speelt ook een onderlinge afhankelijkheid tussen gebieden, waarbij bijvoorbeeld de ontwikkeling van CSM-terrein een logische vervolg is op de ontwikkeling van Triple-O campus. In het verlengde van de ontwikkeling van Gebouw C ligt de ontwikkeling van de Koepel voor de hand.

Katalysatoren in de ontwikkeling kunnen grotere bedrijven van buiten zijn, wier komst een gebiedsontwikkeling in stroomversnelling brengt en die ook weer nieuwe bedrijven aantrekken. Ook een grote gezamenlijke voorziening kan een dergelijke katalysator zijn, of een onderwijsfaciliteit in een gebied.

6.2.2 Instrumenten: stedenbouwkundig

Om in te kunnen spelen op de behoeften van TT&C-ondernemers en om een hotspot te creëren waar ontmoeting, interactie, en samenwerking centraal staan, is de stedenbouwkundige inrichting van groot belang. Een aantal strategieën of instrumenten op een rij:

- **Ga uit van gebiedsidentiteit, versterk bestaande krachten.** Bij de ontwikkeling van een TT&C-gebied kan gebruik worden gemaakt van bestaande gebiedskwaliteiten. Op een bedrijventerrein zoals de Slingerweg of op De Strip en het overig havengebied kan de industriële uitstraling worden behouden en versterkt, door erfgoed te hergebruiken en door nieuwe panden in industriële stijl (robuust, hoog en met ruwe afwerking) te realiseren.
- **Maak bij de ruimtelijke inrichting gebruik van de typologieën/bouwstenen,** die volgen uit de studie van referentiegebieden (zie H.4.3 en bijlage 6 van het achtergrondrapport). En kies (een combinatie van) bouwstenen die passen bij de schaal en identiteit van het gebied en de behoeften van gebruikers. De bouwstenen zijn: garage/atelier, showroom/plint, werkplaats/magazijn, kantoor, flexibele loods/hal, straat/binnenhof/atrium, meeting point, vrijplaats
- **Maak productie/bedrijvigheid zichtbaar.** Het zichtbaar maken van de activiteiten van (maak)bedrijven kan bijdragen aan de uitstraling van het gebied als innovatief werkmilieu. En op plekken waar bv. kantoor- of maatschappelijke functies in één gebied worden gecombineerd met maakbedrijven, kan het zichtbaar maken van bedrijfsactiviteiten (bv. door een wand van glas), het draagvlak vergroten. Andersom kunnen bedrijven de zichtbaarheid gebruiken als visitekaartje.
- **Investeer in architectonische kwaliteit.** Gerelateerd aan de transparantie van bedrijfsgebouwen is de architectonische kwaliteit ook van belang voor de uitstraling van een innovatiegebied.
- **Creëer flexibiliteit en overmaat.** Innovatieve bedrijven zijn wendbaar en flexibel en vragen dit ook van hun panden en omgeving. Zet daarom in op panden die gemakkelijk kunnen worden aangepast aan nieuwe type gebruikers en waar ruimten eenvoudig kunnen worden

samengevoegd of juist opgesplitst. Hoge, flexibel in te delen ruimten (van ca. 5 meter) of eenvoudig te (de)monteren panden helpen hierbij. Voorzie ook in een gevarieerd aanbod aan kavels, met voldoende grote kavels (vanaf ca. 200 m²) waar naast 'denkwerk' ook 'maakwerk' past.

- **Sorteer functies indien noodzakelijk.** Het mengen van functies in één pand of bouwblok is milieu- of gebouw-technisch gezien niet altijd mogelijk. Om toch meerdere TT&C-doelgroepen in één gebied te kunnen accommoderen, kan (milieu)zonering uitkomst bieden. Daarbij wordt een ruimtelijke scheiding aangebracht tussen bv. een makersgebied en kantoorruimte voor innovatieve bedrijven.
- **Gescheiden verkeersstromen.** Afhankelijk van de uitwerking van een hotspot is het denkbaar dat langzaam verkeer (voetgangers, fietsers) samen moet gaan met autoverkeer en vrachtverkeer (toeleveranciers voor maakbedrijven). Om onveilige situaties te voorkomen, kunnen gescheiden routes voor verkeersstromen worden ingezet (bv. een aparte route voor vrachtverkeer).

Hierbij geldt: de governance van een gebied (grondposities, wijze van publiek-private samenwerking), de aard van het gebied en de kwalitatieve ambities bepalen welk van deze instrumenten logisch zijn om in te zetten.

6.2.3 Instrumenten: planologisch

Voor sommige van de gebieden die in de ruimtelijke TT&C-strategie een rol kunnen spelen, kan menging van functies (bv. maakindustrie, kantoren, maatschappelijke voorzieningen, horeca, wonen) optreden. Soms levert dit planologische complicaties op. Ook is er vaak het risico dat de financieel dominante functie – vaak is dat wonen – de overhand krijgt in een gemengd gebied.

Het bestemmingsplan (straks: omgevingsplan) biedt mogelijkheden om functiemenging in een gebied te stimuleren en mogelijk te maken:

- **Flexibel bestemmen:** meerdere functies in een gebied toestaan, of een 'nee, tenzij'-beleid. Hierbij mag elke functie in principe in een gebied worden ontwikkeld, binnen bepaalde randvoorwaarden – bv. tot een bepaalde milieucategorie – of binnen planplafonds of open plannormen.
- **Beschermen van de werkfunctie** of maximeren van de woonfunctie als financieel sterkste functie (door een maximaandeel wonen in het totale programma te benoemen). In gebieds- of blokpaspoorten kunnen bv. ruimtelijke en stedenbouwkundige kaders of normen worden geformuleerd (bv. 20% van het bvo moet een economische functie krijgen).
- Soms stuiten gewenste ontwikkelingen op belemmeringen die bestuurlijk van ondergeschikt belang worden geacht of vormen trage procedures een ondermijning van de haalbaarheid. Flexibiliteit en (meer) snelheid kunnen dan mogelijk worden gecreëerd via het benutten van de mogelijkheden van de **Crisis- en herstelwet**, van de **Interimwet Stad en Milieu** of de '**Nu al eenvoudig beter**'-experimenten (werken in de geest van de Omgevingswet).

Tot slot zal de nieuwe Omgevingswet, die naar verwachting per 1-1-2022 in werking treedt, gemeenten de mogelijkheid integraal naar leefbaarheidsaspecten te kijken, breder dan enkel milieuhindercontouren, om omgevingsbewust afwegingen te maken.

Bijlage 1 Begrippenlijst

Banen

Banen van 12 uur en meer per week van werkzame personen (bron: LISA). De banendefinitie in dit rapport wijkt daarbij af van de gehanteerde definitie in economische visie waar alle banen zijn meegenomen.

Bedrijfspannen

Gebruiksfunctie voor het bedrijfsmatig bewerken of opslaan van materialen en goederen, of voor agrarische doeleinden. Bron voor de huidige bestaande voorraad en transformatieplannen is Basisregistratie Adressen en Gebouwen (peildatum 1-1-2020). Bron voor de leegstand van kantoorruimte is Fundainbusiness (peildatum: 28-9-2020).

Doelgroepen

Onderverdeling van TT&C-sectoren op basis van kwalitatieve kenmerken (o.a. wat betreft huisvestigingsvoorkeuren).

Focusgebied

De zoekgebieden die volgens de analyse in deze rapportage de meeste potentie hebben voor de ontwikkeling van een TT&C-hotspot.

(TT&C-)hotspot

Een fysieke clustering van TT&C-bedrijven op één plek of in één gebied, dat zichtbaar is als het TT&C-zwaartepunt in de stad, en waar 11.400 m² tot maximaal 49.700 m² aan bedrijfs- en kantoorruimte tot 2035 gefaseerd ontwikkeld kunnen worden

Kantoorpanden

Gebruiksfunctie voor administratie. Bron voor de huidige bestaande voorraad en transformatieplannen is Basisregistratie Adressen en

Gebouwen (peildatum 1-1-2020). Bron voor de leegstand van kantoorruimte is Fundainbusiness (peildatum: 28-9-2020).

Leegstand

Aangeboden kantoorruimte/bedrijfsruimte op Fundainbusiness in m² bvo (peildatum 28-9-2020). Exclusief kantoorruimte/bedrijfsruimte aangeboden als beleggingsobject.

Toegepaste technologie en creativiteit

Sectorale afbakening gebaseerd op gemeentelijk notitie van 16/12/2019 SBI afbakening Creativiteit en Toegepaste Technologie in Breda, zie ook bijlage 7 in achtergrondrapport

Voorraad

Bestaande voorraad kantoorruimte/bedrijfsruimte per 1-1-2020 in m² bvo (bron: Basisregistratie Adressen en Gebouwen)

Uitbreidingsvraag

Vershil in TT&C-ruimte vraag in m² bvo tussen 1-1-2020 en 1-1-2030 of 1-1-2035 ten gevolge van ontwikkeling werkgelegenheid, locatievoorkeur en ruimtegebruik per baan.

Vervangingsvraag

Vershil in TT&C-ruimte vraag in m² bvo tussen 1-1-2020 en 1-1-2030 of 1-1-2035 ten gevolge van transformatie van kantoorruimte en bedrijfsruimte.

Zoekgebieden

De tien gebieden in de stad (verdeeld over vier zones) die door de gemeente als kansrijk worden gezien voor de ontwikkeling van een TT&C-hotspot. In de rapportage zijn deze gebieden nader geanalyseerd op hun potentie. De zoekgebieden met de meeste potentie vormen de focusgebieden.

