

EN TOEN

Kwart eeuw Breda Promotions: de liefde voor de stad als rode draad

Breda Promotions bestaat 25 jaar, maar is inmiddels veel meer dan een organisator van leuke wandelingen.

Jacques Hendriks
Breda

Breda heeft onlangs een aantal instellingen, waaronder de VVV, samengebracht in een citymarketingorganisatie. Maar hoe zit het met Breda Promotions, dat dit jaar zijn zilveren jubileum viert?

Het in 1992 opgerichte bedrijf wordt vanaf de start geleid door Barbara Putters-Op de Beek. „Wij zijn een zelfstandige organisatie”, vertelt ze op haar kantoor op het Begijnhof. „Maar dat wil niet zeggen dat dat altijd zo moet blijven. Ik zie best voor ogen dat het ooit in elkaar schuift. Het zou zelfs een beetje jammer zijn als we dat niet doen. We werken al goed samen met Citymarketing. Alleen zou dat meer gestructureerd aangepakt moeten worden.”

Sommige mensen denken dat Breda Promotions alleen organisator van leuke stadswandelingen is. Een groot misverstand. Eenmaal op de praatstoel is Barbara Putters niet te stuiten. „We zijn in 1992 begonnen met die stadswandelingen plus rondleidingen bij bedrijven. Suikerfabriek, bierbrouwerij, BN DeStem. Maar ook tot ver buiten Breda. Vanaf het begin deden wij die wandelingen anders dan de VVV. We wilden op een eigen manier de stad laten zien.”

Voor de bedrijfsexcursies waren big business, duizenden mensen leidden ze rond. Putters: „Na tien jaar kwam de kentering. De CSM en bierbrouwerij stopten hun productie in Breda. En er kwamen strengere voed-

selveiligheidsvoorschriften. Het was voor bedrijven niet meer interessant om mensen te ontvangen.”

Tijd voor een ommekeer. „We zijn eigenlijk trendwatchers. Waar heeft de maatschappij behoefte aan? Het bleek dat (semi-)overheidsinstellingen zoals het waterschap aan

▲ Een van de lopende projecten van Breda Promotions is 'Foods & Boots', de invloed van het leger op de Bredase economie en cultuur van weleer. In Breda stond de Kwatta-chocoladefabriek, tot in de jaren '70. BRON Breda Promotions

“
We werken al samen met Citymarketing, maar dat zou wat meer structuur kunnen krijgen

– Barbara Putters, Breda Promotions

het publiek wilden laten zien wat ze doen. Wij hielpen daarbij. Ons werk veranderde: van productpromotie naar procespromotie.”

„In 2007, vlak voor de recessie, kwamen daar termen als educatie en duurzaamheid bij. Maatschappelijke instanties wilden jongeren erbij betrekken. Wij konden met onze ervaring vertellen hoe ze dat moesten aanpakken. En gingen steeds meer een adviserende rol spelen.”

De liefde voor Breda is en blijft de rode draad. Daarom dat Putters het ook 'tof' vindt om mee te denken over de promotie van de Nieuwe Mark of het nieuwe station. „Maar dan wel op onze eigen manier, die samenhangt met de stichting Cultuurbehoud Breda die we in 2008 hebben opgericht. Anders dan de naam doet vermoeden is het een heel modern onderdeel van ons bedrijf. Daar kijken we waar de stad behoefte aan heeft, hoe je op een nieuwe manier aan *storytelling* kunt doen.”

Breda brengt het samen, luidt de slogan. Breda Promotions brengt verleden en heden samen. Met projecten als 'De Van Goghs in Breda' en 'Foods & Boots', over de bepalende

25 jaar Breda Promotions

- 1992: oprichting; bedrijfs- en stadspromotie voor groepen.
- 2002-2004: Bedrijven als Inbev en CSM sluiten productie, Voedselveiligheidsvoorschriften maken het voor productiebedrijven moeilijker bezoekers te ontvangen. Excursies lopen terug.
- 2007: Breda Promotions gaat meer voor (semi-)overheidsinstellingen werken. Van vermaak tot educatie, bewustwording, storytelling.
- 2008: Innovatielab Stichting Cultuurbehoud Breda in het leven roepen: eigen onderzoek naar het Bredase erfgoed in samenwerking met de gemeente.
- 2013: winnaar Brabantse erfgoedprijs.
- Heden: intensieve samenwerking met onder meer gemeente Breda, Waterschap en diverse Bredase scholen, van vmbo tot KMA. Eigentijdse stadswandelingen als 'Hip Ambacht', de straten van Breda, 'De Van Goghs in Breda' en 'Foods & Boots, leven van en voor het leger'.
- Toekomst: Nog intensievere samenwerking met Citymarketing Breda?

■ bredapromotions.nl



▲ Barbara Putters in het Begijnhof. FOTO: RENÉ SCHOTANUS/PIX4PROFS

rol, die het leger speelde in de Bredase economie en cultuur van weleer. „Voor dat soort projecten zit ik maanden in de boeken. Supergaaf is het om onderzoek te doen naar bijvoorbeeld de opa en ooms en tantes van Van Gogh, die allemaal hier in Breda hebben gewoond. Je gaat de stad veel beter begrijpen en kunt een ander verhaal vertellen.”

Daarbij zoekt Breda Promotions samenwerking met scholen, van vmbo tot KMA. „Bij de Open Monumentendag lieten vmbo-leerlingen van Tesselanderlandt in het kader van ons project 'Hip Ambacht' ambachten zien in oude hofhuizen. Dat is toch uniek, zo maak je die studenten tot ambassadeurs van je stad! De gemeente is hier de initiator van. Op een leuke manier over ons erfgoed vertellen en daar jongeren bij betrekken. Ook dat valt onder 'Breda brengt het samen'.”

Ten slotte nog even over de samenwerking met Citymarketing. „Dat gaat al prima”, benadrukt Barbara Putters. „Ik denk dat we moeten samenwerken. Dat je allemaal hetzelfde echt Bredase verhaal vertelt, maar wel ieder op zijn eigen manier.”

Op eigen
wijze de liefde
voor de stad
uitdragen

Breda Promotions
bestaat 25 jaar. En
wil haar werk
nog jaren blijven doen

► **Stad en Streek 8**

Militaire Succesklucht

KWATTA SOLDATEN

Tekst van FERRY
Muziek van LOUIS NOIRET



N°1 O!O!O! pas op
voor de Soldaten.

N°2 Als je verliefd bent
wil je trouwen.

N°3 Lenteliefde.

Flora - Amsterdam
Scala - Haag
Capri - Rotterdam

Musiekhandel
P.O. 1111
B.O. 2000

Prijs f. 75
Bestel f. -

Tous droits réservés

Uitgave PH. Hakker Jf Rotterdam

Hardy