

# EEN STAPPENPLAN VOOR DE ONTWIKKELING VAN DATA ANALYTIC CAPABILITY

september 2024

# INHOUD

<b>Data Analytic Capability als Facilitator van Strategie</b> .....	3
Waarom een Fietswiel? .....	3
Het Data Analytic Capability Wiel .....	3
<b>Eerst Strategie, dan Digitalisering</b> .....	4
Een Draai aan het Wiel Geven .....	4
<b>Stap 1 – Verbinden van Digitalisering naar de Organisatiestrategie en de Rol van Senior Leiderschap en Management</b> .....	4
Tips & Middelen .....	4
<b>Stap 2 – Kennis en Vaardigheden van Medewerkers</b> .....	5
<b>Stap 3 – Data Analytics:</b>	
Wat dienen we te weten? .....	6
<b>Stap 4 – Data</b> .....	7
<b>Stap 5 – ICT-infrastructuur</b> .....	7
<b>Stap 6 – Structuur en processen</b> .....	8
<b>Het wiel draaiend houden</b> .....	9
Terug naar Stap 1 – Evaluatie met het Management .....	9
<b>Appendix</b> .....	10
<b>Vragen? Neem contact op!</b> .....	11

# INTRODUCTIE

De weg naar betere besluitvorming is geplaveid met data, sommige zelfs goede data. maar data alleen zijn niet genoeg. Het ontwikkelen van Data Analytic Capability omvat technische en organisatorische aspecten, en beide zijn noodzakelijk. Deze white paper is een inleiding op het data analytic capability wiel, een stappenplan voor digitalisering.

Digitalisering, Big Data, Business Intelligence, Industry 4.0, Blockchain, Artificial Intelligence. Deze modewoorden worden tegenwoordig opvallend veel gebruikt op managementvergaderingen. Leiders en hoger management zijn zich er terdege van bewust dat ze hun organisaties vooruit dienen te bewegen, en dat digitalisering de manier is om dat te doen. Digitalisering en de bijbehorende tools zijn veelbelovende manieren voor organisaties om de kwaliteit van hun producten te verbeteren, nieuwe markten te ontdekken en te bedienen, de efficiëntie van activiteiten te verhogen en de prestaties van de toeleveringsketen te verbeteren. Maar dit is gemakkelijker gezegd dan gedaan.

Het **Data Analytic Capability Wiel** is het stappenplan voor het introduceren en ontwikkelen van het vermogen van je organisatie om data te gebruiken om de wendbaarheid en prestaties van de organisatie te verbeteren.



# DATA ANALYTIC CAPABILITY ALS FACILITATOR VAN STRATEGIE

**Ons doel is digitaliseren. Waarom? Omdat onze concurrenten het doen en onze klanten het eisen. We dienen op de hoogte te blijven van de manier waarop de wereld zich ontwikkelt.**

Als wij werken met organisaties beginnen we altijd met de vraag "Wat is je doel met digitalisering? De antwoorden die we krijgen zijn vaak vaag en gekoppeld aan de vraag van externe belanghebbenden. Maar digitalisering en de bijbehorende tools dienen geïntroduceerd te worden om de organisatiestrategie te ondersteunen. Daarom richten wij ons op het concept Data Analytic Capability; wat het vermogen is van de organisatie om data, mensen en technologie snel in te zetten om data te verwerven, en gebruiken te analyseren voor de ondersteuning van complexe besluitvorming<sup>[a]</sup> en verbetering van processen. Data Analytic Capability is daarom een organisatiebrede inspanning, maar wat er wordt geïmplementeerd en hoe het geïmplementeerd wordt, hangt af van de strategie van de organisatie.

## Waarom een Fietswiel?

We maken grappen over het opnieuw uitvinden van het wiel, maar het moderne wiel was een grote stap voorwaarts voor de mensheid. Met wielen kun je efficiënt en snel van A naar B gaan. De uitvinding van de spaak was essentieel bij het voldoende lichtgewicht maken van wielen om een structuur efficiënt voorwaarts te laten bewegen. Het moeilijkste aan het uitvinden van het wiel was echter om de naaf te bedenken; een manier om het wiel te verbinden met de rest van de structuur die het moest voortbewegen.

## Het Data Analytic Capability Wiel

De naaf en spaken van het Data Analytic Capability Wiel zijn de belangrijkste kenmerken<sup>[5]</sup>. De naaf verbindt het wiel met de organisatiestrategie, wat impliceert dat Data Analytic Capability en de organisatiestrategie op één lijn moeten liggen. De zes spaken van het wiel, hier de zes aspecten van Data Analytic Capability, geven het wiel zijn integriteit. Ze dienen allemaal dezelfde lengte te hebben zodat het wiel kan draaien en sterk kan blijven. De buitenkant van het wiel, de velg, is waar het wiel contact maakt met de omgeving, wat het zijn behendigheid laat zien. De velg zet kracht om in snelheid en helpt tegelijkertijd hobbels in de weg te signaleren. En natuurlijk kan het wiel zo duur of zo goedkoop zijn als je wilt, maar het moet wel bij de fiets passen!



# EERST STRATEGIE, DAN DIGITALISERING

Elke organisatie heeft zijn unieke strategie; de manier waarop het zijn missie uitvoert gegeven de middelen en capaciteiten. Data Analytic Capability is één van de capaciteiten die de organisatie kan ontwikkelen om bij te dragen aan de strategie<sup>[1]</sup>. En zoals alles wat de organisatie doet, moet het worden afgestemd op de strategie. Hieronder staan enkele voorbeelden van implementatiedoelstellingen volgens elk van de generieke strategieën van Porter<sup>[b]</sup>.

Waardestrategie	Bijbehorende voorbeelddoelstelling voor DAC
Customer Intimacy	Gebruik data-analyse om het sentiment bij de klant na te gaan en bewaak en voorspel klanttevredenheid; vertaal dit naar innovatieve producten en/of diensten.
Product Leadership	Gebruik data-analyse om een beter inzicht te krijgen in de kwaliteitseisen van de klant; innovatieve productiemethoden (bijv. robots) toepassen om de kwaliteit van producten en/of diensten te verbeteren. Data-analyse toepassen om de prestaties van de toeleveringsketen en de leveringsbetrouwbaarheid te verbeteren.
Cost Leadership	Gebruik data-analyse en/of innovatieve productiemethoden om de efficiëntie en effectiviteit van processen te verbeteren. Gebruik gegevens om bronnen van verspilling te identificeren en te elimineren. Gebruik automatisering om de efficiëntie te verhogen.

## Een Draai aan het Wiel Geven

Organisaties die digitalisering als onderdeel van hun strategie nastreven moeten ergens beginnen.

Onderstaand stappenplan is bedoeld als een eerste onderzoek naar hoe digitalisering kan bijdragen aan de strategie van de organisatie, welke capaciteiten al aanwezig zijn en welke er nog nodig zijn.

### **Stap 1 – Verbinden van Digitalisering naar de Organisatiestrategie en de Rol van Senior Leiderschap en Management**

De organisatiestrategie moet leidend zijn bij de beslissing in welke digitaliseringstechnologieën en -tools de organisatie moet investeren. Het hoger leiderschap moet dit denkproces op gang brengen, indien nodig met de hulp van externe adviseurs, die extra expertise kunnen inbrengen over wat digitalisering voor de organisatie<sup>[4]</sup> kan betekenen. In dit stadium is het belangrijk om prioriteiten te stellen op basis van strategie, visie, concurrentieanalyse en de behoeften van belanghebbenden.

## Tips & Middelen:

- Stel de (toekomstige) strategie, missie en visie van de organisatie centraal.
- Formuleer ambitieuze maar bereikbare organisatiebrede doelstellingen.
- Gebruik bestaande tools zoals het inzetten van beleid (X-matrix) en het Business Canvas Model om projecten te prioriteren.
- Vermijd het denken in termen van afdelingssilo's.
- Wijs realistische middelen toe (training, tijd & geld) en maak ruimte vrij om te experimenteren.

Het is in dit stadium belangrijk dat de hogere leiding en het management de tijd nemen om meer te leren over digitalisering en het gewenste gedrag te modelleren, zoals datagedreven besluitvorming. Het aanstellen van kampioenen zal bijdragen aan de zichtbaarheid van de inspanningen. De hogere leiding en het management dienen hun visie op digitalisering actief te communiceren en "de daad bij het woord te voegen". Ze dienen ook duidelijke keuzes te maken en vermijden dat elk project prioriteit krijgt.

*Ons onderzoek<sup>3</sup> heeft aangetoond dat transformationeel leiderschap zal bijdragen aan een meer datagedreven cultuur. Empowerment van werknemers zal alleen bijdragen aan een meer data-gestuurde cultuur als werknemers over de vereiste kennis en vaardigheden beschikken.*

## **Stap 2 – Kennis en Vaardigheden van Medewerkers**

Als de organisatiedoelstellingen eenmaal bekend zijn, is het tijd om te inventariseren welke expertise al aanwezig is binnen de organisatie, welke expertise nog geïntroduceerd moet worden en hoe dit bereikt zal worden. Er zijn twee categorieën expertise nodig in dit traject: technische expertise en expertise in het bedrijfsdomein. Technische expertise is nodig om de organisatie te laten profiteren van gespecialiseerde tools, variërend van eenvoudige dashboards tot Artificial Intelligence en van datawarehouses tot cloudoplossingen. Er is echter ook expertise op het gebied van bedrijfsdomeinen nodig om een gevoel van richting te behouden en ervoor te zorgen dat de meest relevante analytische inzichten voor de organisatie worden gegenereerd.

### **Hoe kennis in de organisatie te introduceren (en te behouden) ?**

*De meest voor de hand liggende manier is natuurlijk om medewerkers opleidingsmogelijkheden te bieden. Een andere manier is om een externe partij (bijv. een adviseur of ICT-leverancier) in te schakelen en van hen te leren. Weer een andere manier is een nieuwe medewerker aan te nemen met de benodigde expertise<sup>4</sup>. Maar organisaties moeten de onderwijswaarde die ze eruit kunnen halen door er alleen mee te beginnen, medewerkers de ruimte te geven om te experimenteren en te leren door te doen niet onderschatten. De uitdaging die er dan overblijft is hoe ervoor te zorgen dat al deze nieuwe kennis, zowel van dingen die goed gingen als dingen die slecht gingen, wordt vastgelegd en in de toekomst wordt gebruikt.*



### Stap 3 – Data Analytics: Wat dienen we te weten?

Zodra je hebt vastgesteld dat je de juiste expertise in huis hebt, is het tijd om er gebruik van te maken. Op basis van de gestelde doelen en de kennis en vaardigheden van de medewerkers kies je welke analyses nodig en mogelijk zijn. Het heeft geen zin om te proberen geavanceerde AI-tools te implementeren als maar weinig mensen in de organisatie ze begrijpen. De meeste organisaties beginnen daarom met dashboards, een soort beschrijvende analyses die zeer waardevol kunnen zijn om de huidige situatie te bewaken en verbeteringspunten vast te stellen. Dashboards vereisen dat technische experts en domeinexperts samenwerken.

Dit proces zal niet naadloos verlopen en kan daarom het beste worden uitgevoerd door een multidisciplinair team met een duidelijk doel. Dit team moet de ruimte krijgen om te experimenteren, te falen en van deze fouten te leren zonder negatieve gevolgen.<sup>4</sup>

Ongeacht het type gegevensanalyse dat in deze stap wordt toegepast, zal het team beter begrijpen welke gegevens nodig zijn om de projectdoelstelling te behalen, of deze data beschikbaar zijn en welke processen nodig zijn om ze te ondersteunen.

Type analyse	Voorbeeldtoepassingen
Descriptief	Bewaak de huidige situatie met betrekking tot kritieke resultaten en KPI's (bijv. doorlooptijden en voorraadniveaus).
Verklarend	Analyseer de toeleveringsketen en identificeer causale factoren en resultaten (bijv. kwaliteit van leveranciers en impact op doorlooptijden) en gebruik deze om risico's te beoordelen. Identificeer kwetsbaarheden in de toeleveringsketen en plan deze in (bijv. ontslag bij leveranciers en geografisch verspreide voorraden).
Predictief	Bereid scenario's voor op basis van de geïdentificeerde risico's, implementeer manieren om deze risico's proactief te bewaken.
Prescriptief	Formuleer standaard organisatorische reacties op de geïdentificeerde risico's. Stel procedures op om snel te kunnen handelen. Onderhoud de nodige relaties met leveranciers en andere externe belanghebbenden om het vermogen om snel te reageren te vergroten.

*Ondanks hun ogenschijnlijke eenvoud zijn dashboards een uitdaging om te implementeren. Ze zijn een goed diagnostisch hulpmiddel omdat ze de zwakke punten in de andere aspecten van het DAC-Wiel aan het licht brengen. Zonder een solide strategie, voldoende deskundige medewerkers, betrouwbare gegevens, een goede ICT-infrastructuur en duidelijke processen zullen de inspanningen om dashboards te ontwikkelen frustrerend zijn.*

## **Stap 4 - Data**

Je zult je ongetwijfeld afgevraagd hebben: wanneer worden de data nu pas behandeld? En waarom zijn data niet de eerste stap? Data zijn erg belangrijk, maar als niet duidelijk is welke data nodig zijn, loopt de organisatie het risico om waardevolle middelen te verspillen die beter anders besteed hadden kunnen worden.

Nu je weet wat voor soort data je nodig hebt, moet je kijken welke vorm de data hebben, of de data toegankelijk zijn en of de data zelfs beschikbaar zijn binnen je organisatie. Het is belangrijk om de vorm van de data te kennen, omdat elke vorm een andere aanpak voor de verwerking vereist. Data met een gestructureerd format zijn heel eenvoudig. Maar ongestructureerde data zoals afbeeldingen en tekst kunnen extra stappen vereisen voordat ze bruikbaar zijn. Ook de staat waarin de gegevens zich bevinden is belangrijk bij deze analyse: is het kwaliteitsniveau van de gegevens voldoende om ze te verwerken of moeten ze eerst voorbereid worden om de gegevens op peil te krijgen?

Vervolgens kan het zo zijn dat de benodigde data in je organisatie aanwezig zijn, maar dat je momenteel niet over de technische middelen beschikt om de data op de gewenste locatie te krijgen. Dit kan komen doordat je huidige ICT-infrastructuur het overbrengen vanaf de gegeven locatie niet ondersteunt. Bovendien kan de structuur van de gegevens van de bron ook incompatibel zijn met de structuur van de bestemmingslocatie en beschik je niet over de juiste benodigde middelen om de brongegevens te transformeren.

Tot slot kan het zijn dat je helemaal niet over de vereiste gegevens beschikt. Het kan dan nodig zijn om de gegevens van een externe bron te verzamelen, of je moet andere soorten (hulp)middelen implementeren om de vereiste data te genereren.

Op dit punt heb je bepaald hoe je de data wilt verzamelen, hoe je data uit verschillende bronnen zult integreren en verwerken en hoe je data door jouw organisatie wilt distribueren. Al deze inzichten zullen je helpen je huidige data-architectuur beter te begrijpen en een eerste opzet te formuleren van hoe jouw data-architectuur eruit zou moeten zien, een zeer nuttige input voor de volgende stap.

## **Stap 5 - ICT-infrastructuur**

Jouw data-architectuur is afhankelijk van je ICT-infrastructuur. Je moet nu dus nagaan of jouw bedrijf over de technische middelen beschikt die nodig zijn om je ICT-avontuur te ondersteunen. Nu je over de voorwaarden beschikt om gegevens op een verstandige manier te verzamelen en op te slaan, is het tijd om je ICT-infrastructuur af te stemmen op de verbeteringen die je in je huidige processen wilt aanbrengen.

Op basis van de vereisten en doelen die in de vorige stappen zijn beschreven, moet er een gap analysis worden uitgevoerd tussen de huidige en gewenste situatie.

Stelt jouw ICT-infrastructuur je in staat om taken te automatiseren? Ben je in staat om de nodige gegevens van je processen te verzamelen om uit te zoeken of jouw organisatie de juiste dingen doet? Kun je gegevens delen met leveranciers?<sup>2</sup> Op basis van de antwoorden op dit soort vragen moet er geïnvesteerd worden in de ICT-infrastructuur van jouw organisatie. Systemen moeten met elkaar verbonden worden of vervangen worden door andere die beter presteren in de context van je organisatie. Als je een langetermijnplan hebt voor wat je met je ICT-architectuur wilt bereiken, kun je beter afwegen waar je nu in moet investeren en waar je op moet wachten.

## Stap 6 – Structuur en processen

Op een gegeven moment zullen afdelingen volwassen worden in het toepassen van analytics op hun manier van werken. De organisatie moet dan opnieuw bekijken of er gespecialiseerde afdelingen binnen het bedrijf dienen te worden geformaliseerd om deze groei verder te stimuleren en waar in de organisatie deze afdelingen moeten worden gepositioneerd. Sommige bedrijven kiezen ervoor om een centrale afdeling op te richten waar technische experts samenwerken om andere afdelingen te ondersteunen<sup>5</sup>. Deze Data Analytics- of Business Intelligence-afdelingen kunnen een eigen afdeling zijn, of onderdeel van een andere afdeling zoals ICT of verbetering van bedrijfsprocessen. Vaak wordt er geen bewuste keuze gemaakt, maar is de positionering van de afdeling historisch bepaald. Als de Data Analytic Capability van de organisatie evolueert, is het belangrijk om de positie van een speciale afdeling in de organisatie opnieuw te evalueren om er zeker van te zijn dat deze de bevoegdheid heeft om te handelen.

Bovendien zal deze toename in volwassenheid de organisatie ook dwingen om opnieuw na te denken over de manier waarop beslissingen worden genomen. Naarmate de Data Analytic Capability van de organisatie toeneemt en de organisatie een meer datagestuurde cultuur ontwikkelt, zullen inzichten uit data steeds meer worden meegenomen in de besluitvorming. Managers zullen niet langer de enigen zijn die toegang hebben tot de inzichten die nodig zijn voor besluitvorming. Werknemers moeten in staat worden gesteld om de gegevensinzichten te gebruiken, wat een verandering in de besluitvormingsprocessen vereist.





# HET WIEL DRAAIEND HOUDEN

## **Terug naar Stap 1 - Evaluatie met het Management**

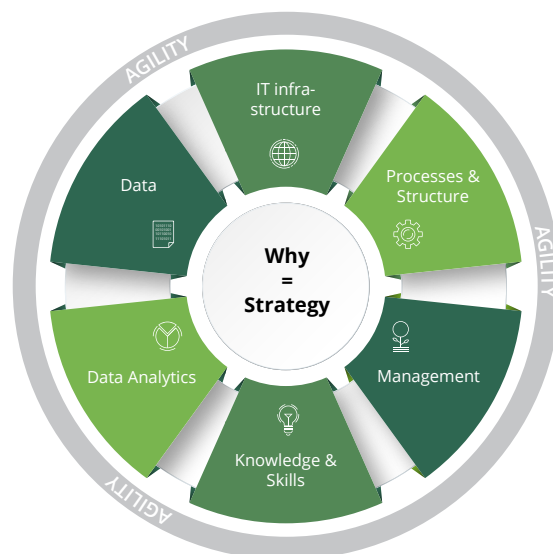
Zodra de eerste cyclus is afgerond, moeten het leiderschap en het hoger management de geleerde lessen evalueren en consolideren. Welke moeilijkheden hebben zich voorgedaan? Waar moesten plannen en doelstellingen worden aangepast? Waarom gebeurde dat? En wat hebben ze ervan geleerd? Vervolgens moeten ze opnieuw bekijken of de strategische doelen nog steeds in lijn zijn met de investeringen die worden gedaan in Data Analytic Capability. Met andere woorden: geven ze prioriteit aan de juiste projecten en investeren ze in de juiste middelen?

De waarheid is dat dit in de praktijk voor de meeste bedrijven niet een lineair proces is. De stappen 2 - 6 zullen voortdurend herhaald worden om de gewenste bedrijfsdoelen te bereiken. De beslissing om in een bepaalde technologie te investeren in stap 5 bijvoorbeeld zal onmiddellijk de vraag oproepen of het bedrijf wel over de juiste expertise beschikt om deze technologie te implementeren. Dit kan vele malen herhaald worden totdat het fundament een bepaalde mate van volwassenheid heeft bereikt.

Zodra de fase van volwassenheid van Data Analytic Capability is bereikt, kan de organisatie van deze 'capability' profiteren om snel kansen te identificeren, deze te grijpen en de organisatie te transformeren om ervan te profiteren.

Ook zouden lessen die geleerd zijn uit gewijzigde besluitvormingsprocessen de bereidheid om analytische inzichten in het besluitvormingsproces op te nemen, kunnen vergroten/aanpassen. Dit zou de vraag oproepen: wat kunnen we nog meer van onze data leren?

Tenslotte moet stap1 regelmatig gebeuren. De omgeving waarin bedrijven tegenwoordig opereren kan snel veranderen. Daarom moet het bedrijf zichzelf voortdurend de vraag stellen of het wel de juiste prioriteiten stelt. Om Data Analytic Capability te verbeteren is het essentieel dat het bedrijf zichzelf snel kan aanpassen, zonder waarde te verliezen uit werk dat al gedaan is.



# APPENDIX

## Hoe is het Onderzoek gedaan?

In de periode september 2022 - juni 2024 hebben we onderzoek gedaan naar de manier waarop organisaties hun Data Analytic Capability ontwikkelen. We hielden interviews met sleutelinformanten in diverse organisaties, waaronder productie, detailhandel, gezondheidszorg, transport en logistiek. We hebben ook casestudies uitgevoerd bij vijf organisaties die ons toegang gaven tot hun werknemers en hun interne documenten. Tot slot hebben we enquêtes gehouden onder leidinggevers, middenmanagers en werknemers. Het onderzoek ter ondersteuning van deze White Paper is gepresenteerd op verschillende conferenties en gepubliceerd in verschillende vaktijdschriften, waaronder:

[1] Kokkinou, A. (2024). How organizations can harness continuous improvement practices to develop their data analytic capability: A conceptual paper. In T. van Kollenburg, A. Kokkinou, & O. McDermott (Eds.), *Challenging the Future with Lean: 9th IFIP WG 5.7 European Lean Educator Conference, ELEC 2023, 's-Hertogenbosch, The Netherlands, October 24-26, 2023, Proceedings*. Springer.

[2] Kokkinou, A., Mandemakers, A., & Quak, H. (2024). Driving Digital Transformation: Enablers and Inhibitors of Data Analytic Capability in Transportation and Logistics Companies. *Logistiek+ Tijdschrift Voor Toegepaste Logistiek*, 17(1), 28-51.

[3] Kokkinou, A., Mandemakers, A., & Mitas, O. (2024). Cultivating a Data-Driven Culture: Exploring the Role of Data Analytic Capability, Employee Empowerment, and Transformational Leadership. In A. Pucihar (Ed.), *Proceedings of the 37th Bled eConference – Resilience Through Digital Innovation: Enabling the Twin Transition*: June 9 - 12, 2024, Bled, Slovenia.

[4] Kokkinou, A. (2023). Planting the seed: Introducing knowledge of digitalization using continuous improvement capabilities. In J. Antony, J. Alsadi, A. Elmougi, M. Ramadan, & M. Bader (Eds.), *Operational Excellence in the era of Industry 4.0 and Industry 5.0 Proceedings from the Ninth International Conference on Lean Six Sigma* (pp. 37-54). Northumbria University.

[5] Kokkinou, A., Kollenburg, T. van, Mandemakers, A., Hopstaken, E., & Elderen, J. van. (2023). The Data Analytic Capability Wheel: An implementation framework for digitalization. In A. Pucihar, M. Kljajić Borštnar, R. Bons, G. Ongena, M. Heikkilä, & D. Vidmar (Eds.), *Proceedings of the 36th Bled eConference Digital Economy and Society: Balancing act for digital innovation in times of instability*: June 25-28, Bled, Slovenia.

## Andere gebruikte bronnen

[a] Yu, W., Wong, C. Y., Chavez, R., & Jacobs, M. A. (2021). Integrating big data analytics into supply chain finance: The roles of information processing and data-driven culture. *International Journal of Production Economics*, 236, 108135. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108135>

[b] Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage*. The Free Press. New York.

# VRAGEN? NEEM CONTACT OP!

**Nieuwsgierig hoe jouw organisatie scoort? We hebben een eenvoudige diagnostische tool ontwikkeld om jouw organisatie te beoordelen op elk van de dimensies (spaken) van het Data Analytic Capability Wiel.**

## **Wat is de volgende stap?**

We werken momenteel aan de ontwikkeling van meer tools en materialen om organisaties te helpen bij het ontwikkelen van hun Data Analytic Capability. Voor vragen en/of als je geïnteresseerd bent om deel te nemen, neem dan contact op met:

- **Alinda Kokkinou** - Senior Lecturer & Researcher at Breda University  
email: kokkinou.a@BUAS.nl
- **Bas Holland** - Logistics Community Brabant  
email: holland.b@lcb.nu

Dit onderzoek is gefinancierd door de Taskforce for Applied Research (SIA) en de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO).



Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties



Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat



Ministerie van Economische Zaken en Klimaat

Provincie Noord-Brabant

Gemeente  Waalwijk



GEMEENTE TILBURG

TNO



MIDPOINT BRABANT 

yonder



 Breda University  
OF APPLIED SCIENCES

TU/e

TILBURG  UNIVERSITY  
Understanding Society

Dit project wordt mede mogelijk gemaakt door Logistics Community Brabant, Midpoint Brabant, Breda University of Applied Sciences, TNO en Technische Universiteit Eindhoven met subsidies vanuit de provincie Noord-Brabant, klimaatfonds gemeente Tilburg en de Regio Deal Midden-Brabant. De Regio Deal Midden-Brabant is een initiatief van Midpoint Brabant, de gemeenten Tilburg en Waalwijk, provincie Noord-Brabant, Tilburg University, Fontys, Yonder en de ministeries van BZK, I&W en EZK.



Devoteam is een AI-gedreven technisch adviesbureau gespecialiseerd in cloudplatformen, cyber, data en duurzaamheid. Devoteam is al bijna 30 jaar Tech-ontwikkelaar en begeleidt bedrijven door duurzame digitale transformatie om waarde te leveren. Met meer dan 11.000 tech-architecten in meer dan 25 landen in Europa, het Midden-Oosten en Afrika is Devoteam toegewijd aan het gebruik van technologie om mensen te dienen.



Breda University of Applied Sciences is een gespecialiseerde en internationaal hoger onderwijs- en onderzoeksinstituut dat bachelor- en masteropleidingen aan. Zo'n 7.000 studenten studeren op onze groene, veilige en compacte campus in Breda, Nederland. In ons onderwijs en onderzoek werken we aan zinvolle projecten samen met professionals uit de wereldwijde industrie. Het onderzoek van Breda University of Applied Sciences draagt bij aan een beter begrip van en oplossingen voor de problemen waarmee we worden geconfronteerd in de samenleving. BUas onderzoek gaat verder dan het toegepaste domein door het omarmen van domeinen transdisciplinaire benaderingen, en sterke banden met het onderwijs en het bedrijfsleven.



Logistics Community Brabant (LCB) brengt Ondernemers, Overheid, Onderwijs en Onderzoek bij elkaar om samen te komen tot innovaties voor het logistieke werkveld in Noord-Brabant voor vandaag en morgen. LCB is een samenwerking tussen Eindhoven University of Technology en Breda University of Applied Sciences. Daarbij werkt zij nauw samen met de kennisinstellingen Tilburg University en de Nederlandse Defensie Academie en met de (regio)partners Midpoint Brabant, REWIN West-Brabant en Vijfsterren Logistiek. LCB werkt vanuit 5 community's: Transport & Opslag, Zorglogistiek, Leefbare Stad, Industrie en Evenementen Logistiek. Binnen deze community's wordt in projecten gewerkt aan nieuwe toepassingen en logistieke innovaties.



Midpoint Brabant is de regionale samenwerkingsorganisatie die ondernemingen, kennisinstellingen, overheden en maatschappelijke organisaties in Midden-Brabant verbindt. Samenwerken aan slimme, duurzame oplossingen en brede welvaart staat centraal in al hun activiteiten. Met focus op maatschappelijke uitdagingen zoals digitalisering, duurzaamheid, gezondheid en talentontwikkeling, ondersteunt Midpoint Brabant innovatieve programma's en projecten in sectoren als maakindustrie, logistiek en leisure. Door startups, mkb-bedrijven en kennispartners onafhankelijk te begeleiden, stimuleert Midpoint Brabant een toekomstbestendige regio waarin ondernemen en innoveren met de mens centraal staan.