

# DE ECONOMISCHE KRACHT VAN 'S-HERTOGENBOSCH

SAMEN ONDERNEMEN RICHTING 2020-2025





## INHOUDSOPGAVE

<b>De economische kracht van 's-Hertogenbosch</b>	<b>3</b>
<hr/>	
Samen ondernemen richting 2020-2025	
<b>1. De economische stand van zaken</b>	<b>4</b>
Waar staan we nu?	
<b>2. Het perspectief</b>	<b>8</b>
Waar zien we kansen?	
<b>3. De ambitie</b>	<b>12</b>
Wat zijn de bouwstenen?	
<b>4. Van ambitie naar economische agenda</b>	<b>17</b>
Conclusie van het onderzoek én blik vooruit richting uitvoering	
<hr/>	
Lijst van betrokkenen	20
<hr/>	
Ondernemersverenigingen & sponsors	22
<hr/>	



**MARC HOEDEMAKERS**  
VOORZITTER BZW 'S-HERTOGENBOSCH

## DE ECONOMISCHE KRACHT VAN 'S-HERTOGENBOSCH SAMEN ONDERNEMEN RICHTING 2020-2025

### BESTE LEZERS,

Als we door een economisch getinte bril naar 's-Hertogenbosch kijken, mogen we heel trots zijn op onze stad. 's-Hertogenbosch biedt een mozaïek van mogelijkheden en kansen. Bedrijfseconomisch is het een kleurrijk geheel waarbinnen heel veel enthousiaste initiatieven passen. Dat bestaande mozaïek is ook iets om te koesteren en als we er een overkoepelende focus aan toe weten te voegen, dan kunnen we de economie in 's-Hertogenbosch nog krachtiger maken. Er ligt een enorm potentieel dat we kunnen én willen ontginnen. 's-Hertogenbosch kan zich in de toekomst sterker op de kaart zetten met een eigen richting en een krachtig profiel. Dat is in ieder geval de gedachte die borrelt en bruist binnen ondernemend 's-Hertogenbosch. Een

gedachte die ons prikkelt, waarvan we overtuigd zijn en waar we dus actie op moeten ondernemen. De eerste stappen hebben we inmiddels ook gezet. Niet vanuit ons eilandje, maar juist met alle mogelijke partijen samen. Zodat we alle perspectieven kunnen meenemen en mensen en bedrijven kunnen verbinden. We hebben daarvoor een gedegen onderzoek uitgevoerd en zoveel mogelijk betrokkenen gevraagd hoe zij tegen 's-Hertogenbosch aankijken, waar de kansen liggen en de behoeften. We zijn ook in gesprek gegaan met jonge en startende ondernemers, die met een frisse blik naar de stad kijken. En vervolgens zijn we steeds dieper in gaan zoomen op dé kansen voor 's-Hertogenbosch. Het resultaat heeft u nu in beeld. In dit document nemen we u graag mee op onze ontdekkingsreis voor en met de ondernemers. Een reis die voor ons als doel heeft uit te komen bij

hét richtinggevende profiel voor 's-Hertogenbosch als basis voor de economische agenda van de stad.

Met dit document zijn we er natuurlijk nog niet; het is de eerste stap, maar wel een belangrijke. We hopen met deze insteek andere mensen - u ook - mee te nemen en te inspireren richting de toekomst, zodat we er samen de schouders onder kunnen zetten. Op die manier kunnen we onze prachtstad nog beter op de kaart zetten. Voor nu én voor een krachtige toekomst vol kansen voor iedereen. Wij nodigen u van harte uit om aan te sluiten en mee te doen!

DIT INITIATIEF IS GENOMEN DOOR  
BZW, SPONSOREN EN BOSSCHE  
BEDRIJVENTERREINEN

EN ZONDER DE INZET EN BETROKKENHEID VAN  
DEZE MENSEN HADDEN WE DEZE EERSTE STAP  
RICHTING 2020-2025 NIET KUNNEN ZETTEN.

# 1. DE ECONOMISCHE STAND VAN ZAKEN WAAR STAAN WE NU?

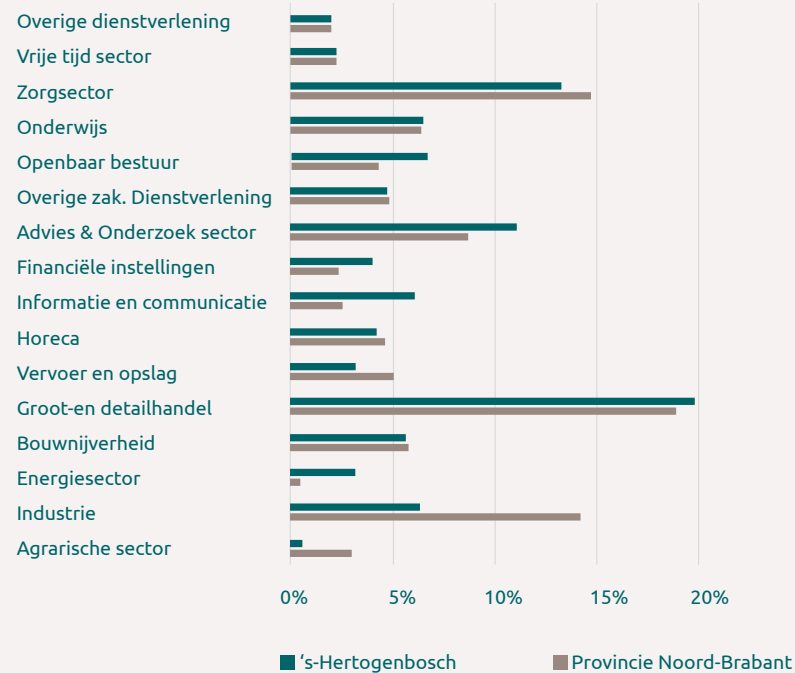


**'s-Hertogenbosch heeft van oudsher geen eenduidig historisch economisch profiel.** Het was en is een bestuurdersstad, wat zich vertaalt in de aanwezigheid van overheids-, geestelijke en juridische instellingen. Het was met de Brabanthallen van oorsprong een agrifoodstad. Het was een maakstad vanwege de aanwezigheid van de nodige industrie. En het was een handelsstad.

**Al deze elementen klinken vandaag de dag nog altijd door in de economie van de stad.** Daar zijn in het recentere verleden ook activiteiten in de ICT en de zakelijke dienstverlening bijgekomen. Het resultaat is een economie met een brede structuur en met een weinig eenduidig economisch profiel.

**De Bossche economie is een mix** van lokaal MKB en binnen- en buitenlandse bedrijven die aangetrokken worden door de gunstige ligging, de cultuurhistorische ambiance en de beschikbaarheid van geschikt personeel. Per saldo kenmerkt de economie zich door een sterk dienstverlenend karakter, deels intermediair (B2B) en grotendeels consumentgericht met een sterke binnenstad, onderwijsfaciliteiten en zorgaanbieders. 's-Hertogenbosch heeft hiermee een breed economisch profiel. Dit maakt het lastig om keuzes te maken in de zakelijke profilering van de stad en focus aan te brengen in het economisch beleid.

SECTORSTRUCTUUR (AANDEEL WERKGELEGENHEID)



In verhouding tot de omvang van de beroepsbevolking telt de Bossche economie veel werkgelegenheid; tegenover elke 100 leden van de beroepsbevolking staan 130 banen. Toch heeft de stad geen sterk profiel als werkstad of als zakenstad. De uitstraling is vooral bourgondisch: aangenaam wonen en verblijven.

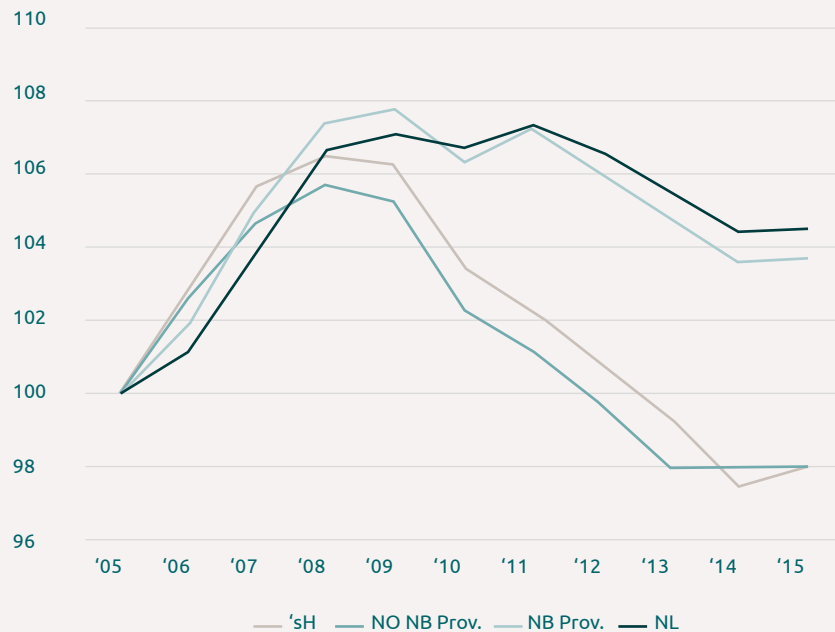
**De economie van de stad is nauw verbonden met die van andere regio's.**

Bedrijven en instellingen denken en acteren niet langs de lijnen van gemeente- en regiogrenzen. In 's-Hertogenbosch zelf gebeurt dat overigens relatief wel wat meer. Dat kwam ook naar voren uit de B2B-analyses en de onderzoeksgesprekken; het ons-kent-ons sfeertje in de onderlinge bedrijfscontacten.

's-Hertogenbosch heeft te maken met concurrentie van andere steden en regio's bij het aantrekken van bedrijven, aandacht van hogere overheden (o.a. provincie), publiek (consumenten) en talent (ondernemers en werknemers).

Veel Bosschenaren werken elders in de provincie en veel banen in 's-Hertogenbosch worden ingenomen door mensen uit de regio, in het bijzonder uit Noordoost-Brabant. De inwoners van Noordoost-Brabant zijn ook in hun koopgedrag relatief sterk op 's-Hertogenbosch georiënteerd. Daarnaast haalt de Bossche detailhandel 30% van haar omzet van bezoekers van buiten de stad (voor de binnenstad is dit 60%). Het marktgebied van de Bossche horeca is zelfs nog groter: deze sector haalt zelfs meer dan de helft van haar omzet van buiten de stad.

**WERKGELEGENHEIDSONTWIKKELING (INDEX 2005 = 100)**

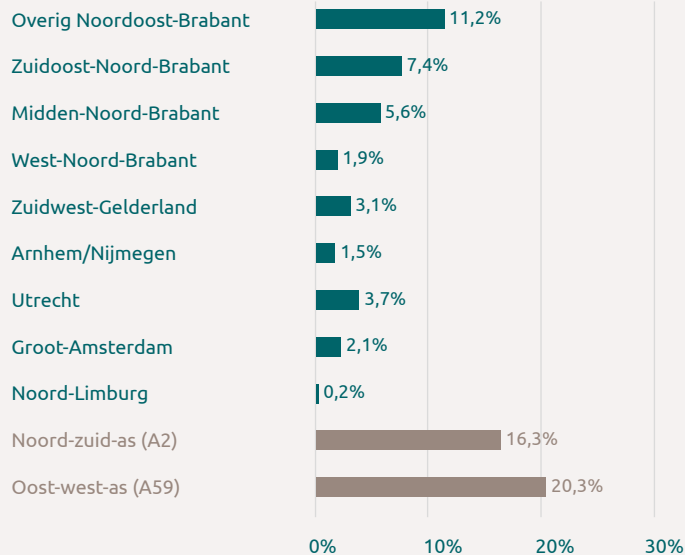


**ANDRÉ GEHRING**  
DIRECTEUR ACADEMIE VOOR  
INDUSTRIE EN INFORMATICA -  
AVANS HOGESCHOOL

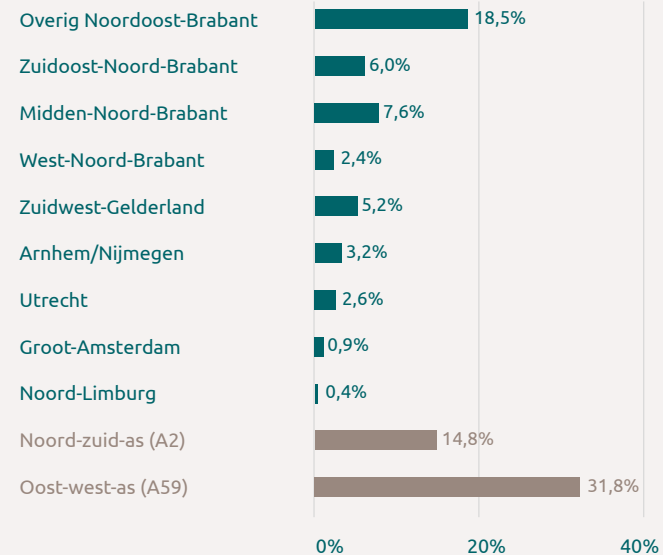
“De samenwerking met het bedrijfsleven moet verder gaan dan afstudeerprojecten en stages. Onze ambitie over drie jaar: een open samenwerking en kennisdeling tussen studenten, docenten en bedrijfsleven om tot innovatieve oplossingen te komen.”

## ARBEIDSMARKT (PENDELSTROMEN)

### Werkbestemming Bosschenaren (buiten de stad)



### Woonregio van in 's-Hertogenbosch werkzame personen (excl. Bosschenaren zelf)



### De positie en economische potenties van 's-Hertogenbosch worden grotendeels bepaald door de ligging en bereikbaarheid van de stad.

Goede verbindingen zijn daarbij een vereiste: per spoor en over de snelweg. In dat verband wordt vaak gesproken over de oost-west-as (A59) en de noord-zuid-as (A2). Voor werk (pendel) blijkt de oost-west-as in absolute termen belangrijker dan de noord-zuid-as. Dat komt omdat via de oost-west-as veel middelbaar- en lager opgeleiden pendelen vanuit of naar 's-Hertogenbosch om te werken. De noord-zuid-as is voor pendelaars in de eerste plaats van belang richting Eindhoven en in de tweede plaats richting Utrecht/Amsterdam. Daarbij gaat het vaker om hoger opgeleiden.



**FRANK VAN BEERS**  
VOORZITTER RAAD VAN BESTUUR CELLO

“Data is ook belangrijk voor goede zorg. Denk bijvoorbeeld maar aan ondersteuning door sensoren in huis en zelfmanagement rond medicatie. De zorg heeft technologie en het bedrijfsleven nodig.”

**De economische profilering naar buiten is bescheiden**, zowel vanuit de overheid als vanuit het bedrijfsleven zelf. De laatste jaren zijn wel veel initiatieven ter versterking van het ondernemingsklimaat opgestart, maar grotendeels 'top down' via samenwerkingen van overheid, kennisinstellingen en ondernemers (ICT-platform, zorgplatform, SPARK, Agrifoodcampus). Anderzijds beschikt 's-Hertogenbosch over veel jong (ondernemers)talent dat een impuls kan geven aan de economische dynamiek in de stad.

**Het heersende beeld in de stad is dat 's-Hertogenbosch het al jaren economisch goed doet.** In lijstjes zoals die van Bureau Louter en de Atlas voor Gemeenten staat de stad al langdurig hoog gerangschikt. De feitelijke economische ontwikkeling van de laatste jaren is minder gunstig dan dit beeld doet vermoeden. De economische groei is wel redelijk volgens de landelijke trendontwikkeling geweest, maar de werkgelegenheid is beduidend sterker gedaald dan landelijk. Dit kan deels verklaard worden door het vertrek van bepaalde organisaties uit de stad, met name in de

accountancy en door krimp bij financiële dienstverleners. Maar een deel van de verklaring zal ook liggen in het feit dat 's-Hertogenbosch in verhouding minder startende en exporterende bedrijven telt dan Eindhoven en Tilburg.

**Economische vernieuwing is nodig om de Bossche economie te versterken en klaar te maken voor de toekomst.** Met de doorontwikkeling van de Onderwijsboulevard, het inzetten op Agrifood Capital, Jheronimus Academy of Data Science (JADS), broedplaatsen Jamfabriek en De Gruyterfabriek en het Jeroen Bosch jaar slaat de stad haar economische vleugels voorzichtig uit. Een eenduidige ambitie spreekt er (nog) niet uit. Het is zoeken naar de samenhang tussen al deze initiatieven.

**De dringende noodzaak van een stevige en eenduidige ambitie voor de Bossche economie begint langzaam door te dringen.** Vanuit het bedrijfsleven lijkt in elk geval brede steun te bestaan voor het initiatief om samen tot een economische agenda te komen.



Ga naar de site van BZW voor de uitgebreide rapportage en een beeld van de  
gesignaleerde trends in demografie & woningmarkt, arbeidsmarkt & sociale  
staat, mobiliteit, retail en ondernemerschap. [www.bzw.nl/krachtdenbosch](http://www.bzw.nl/krachtdenbosch)



## 2. HET PERSPECTIEF WAAR ZIEN WE KANSEN?



### De sterktes en zwaktes van 's-Hertogenbosch zijn in kaart gebracht.

We weten waar we staan en als we de economische kracht van 's-Hertogenbosch optimaal willen benutten, moeten we vooral ook kijken naar de kansen die er liggen. Als we met 's-Hertogenbosch krachtig richting 2020-2025 willen, waar moeten we dan op inzetten? Welke sterke punten zijn er en welke ontwikkelpunten zijn nu echt belangrijk? Waar gaan we in de toekomst ons geld mee verdienen?

Sterkte	Zwakte
<b>Consumentenstad</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bourgondisch imago</li> <li>Sterke consumentenfunctie (winkels, cultuur, horeca)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ontbreken sterk zakelijk / economische profiel</li> <li>Binnenstad weinig aansprekend voor jongere doelgroepen</li> <li>Beperkte overnachtingsmogelijkheden (binnen)stad</li> </ul>
<b>Woningmarkt</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gunstig imago als woonstad</li> <li>Paleiskwartier als blikvanger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weinig bijzondere, hoogstaande woonmilieus</li> <li>Beperkt aanbod starters- en studentenhuysvesting</li> </ul>
<b>Bereikbaarheid</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gunstige ligging en ontsluiting (snelwegen en spoor)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Congestie snelwegen en werklocaties</li> <li>Weinig tot geen ontwikkeling in regionaal openbaar vervoer</li> </ul>

Sterkte	Zwakte
<b>Onderwijs en arbeidsmarkt</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Uitgebreide (hbo/mbo) kennisinfrastructuur</li> <li>Hoge arbeidsparticipatie</li> <li>Hoge werkgelegenheidsfunctie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nog geen universiteitsstad/ studentenstad</li> <li>Omvangrijke groep (langdurig) werklozen</li> <li>Weinig banen voor lager geschoolden</li> </ul>
<b>Jong ondernemerschap</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Veel (ondernemers)talent uit beroepsonderwijs</li> <li>Diverse broedplaatsen en campussen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beperkte betrokkenheid van/ruimte voor jong ondernemerschap</li> <li>Veel werklocaties met onduidelijk profiel</li> <li>Decentrale ligging en vestigingsdrempels broedplaatsen</li> </ul>
<b>Samenwerking</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sterke lokale netwerken</li> <li>Veel lokaal geworteld MKB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ons-kent-ons: nieuwe ondernemers komen er lastig tussen</li> </ul>
<b>Economisch profiel</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Brede economische structuur</li> <li>Sterke vertegenwoordiging en groei ICT-sector</li> <li>Functie als bestuurs- en hoofdstad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weinig hoofdkantoren / leidende bedrijven</li> <li>Versnipperde belangen en ontbreken van een breed gedragen economische koers</li> <li>Beperkte samenwerking en gebondenheid ICT-bedrijven</li> <li>Neiging tot opereren als 'eiland'</li> </ul>



**Uit het onderzoek en de gesprekken met een brede selectie betrokkenen komen zes kansrijke thema's naar boven.** Deze thema's hebben vervolgens het startpunt gevormd voor verdere verdieping tijdens een sessie waar een groot aantal stakeholders uit de regio aan hebben deelgenomen.

### Broedplaats voor jong ondernemerschap

Kansen:

- Verder investeren in gunstig startersklimaat.
- Verjonging van de economie.
- Binden van talent.

### Food & Health Open Innovation Center

Kansen:

- Stimuleren kruisbestuiving Agrifood Capital met ICT en life sciences/health.
- Uitbouwen kennisfunctie en versterken relatie met bedrijfsleven (t.b.v. innovatie, startups).

### Gastvrij

Kansen:

- Verder uitbouwen USP's Bossche binnenstad.
- Proactieve aandacht voor (potentieel) nieuwe bedrijven.
- Profiteren van ligging (tussen Randstad en Brainport).

### Duurzaam aan het werk

Kansen:

- Sterke positie als onderwijsstad.
- Veel (beleids)aandacht voor talentontwikkeling.
- JADS.
- Ambities Avans, HAS en KWI college.
- Koppeling aan Agrifood Capital en regionale samenwerking.

### Building the city

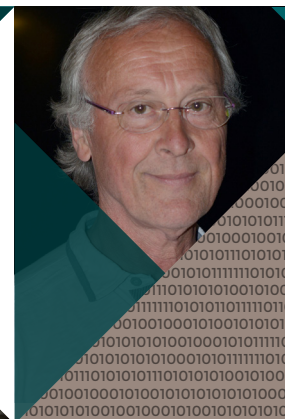
Kansen:

- Binden studenten en jong talent via stedelijke voorzieningen.
- Onderscheidende werkmilieus.

### Driven by data

Kansen:

- Onderscheidend profiel voor de stad (zoals bijvoorbeeld ook Eindhoven dat met Brainport heeft).
- Realisatie spin-offs rond data science (JADS/ICT).
- Inspelen op toenemend belang van data (voor alle sectoren).
- Verbinden Spark, Grow Campus, Logistics House met JADS.



**BERT VAN STRIEN**  
OUD-DIRECTEUR ICT ACADEMIE  
KONING WILLEM I COLLEGE

“De koppeling van data aan andere speerpuntsectoren is onontkoombaar en biedt dus ook volop perspectieven: food & health, ICT, creatieve sector en culturele activiteiten”.

**Er zijn dus volop mogelijkheden, maar we hebben wel focus nodig.** Uit het onderzoek komt heel duidelijk naar voren dat er behoefte is aan een sterke profilering. Aan focus op één thema, met een verbinding richting andere thema's. De behoefte om te kiezen, om stelling te dúrven nemen wordt breed onderschreven. Alle thema's zijn relevant, maar daarbinnen kan wel een duidelijke prioriteitstelling worden aangegeven. Kiezen doet ook niets af aan de kracht van het bestaande, brede economische profiel. Integendeel: de focus voegt er een dimensie aan toe.

**Het thema 'Driven by data - connecting business' biedt het beste perspectief.** Het geeft 's-Hertogenbosch kans een autoriteit te zijn en om een onderscheidende positie te claimen. Driven by data vormt een veelbelovend uitgangspunt voor de verdere ontwikkeling van het bedrijfsleven in de stad en sluit aan op een sterk fundament op ICT gebied. Namen als Tulip, Nashua Tech, Ricoh, SAP, CTAC, Quintiq horen al jaren bij de stad en hebben gezorgd voor een omvangrijke ICT sector. De komst van JADS en de goede AVANS Informatica-opleiding dragen hier ook aan bij. Bovendien raakt het thema direct andere relevante thema's zoals Agrifood Capital, Gastvrij en Jong Ondernemerschap. Driven by data bouwt ook door op een fundament dat reeds in de stad ligt. In de loop der jaren is ICT een steeds belangrijker pijler geworden in de economie en daar sluit dit nu goed op aan.

## OP BASIS VAN DEZE UITGANGSPUNTEN ZIJN WE UITGEKOMEN OP DE KEUZE VOOR 'DRIVEN BY DATA - CONNECTING BUSINESS':

- Draagvlak in de stad: gemeente, bedrijfsleven, onderwijs, investeerders.
- Relevantie voor het MKB en Zorg: (in potentie) groot.
- Belangrijke trends: digitalisering / Smart Industry.
- Profielversterking / positionering: vanuit een eigen specifieke toepassing van of omgang met big data
  - Synergie met overige thema's: vastgoed, food & health, gastvrij, jong ondernemerschap.
  - Haalbaarheid is groot vanwege o.a. de aanwezigheid van JADS, een stevige ICT-sector en de onderwijssector.
  - Urgentie: innovatie-bevorderend, profileringskansen 's-Hertogenbosch.

**MAURICE HORSTEN**  
DIRECTEUR BOSSCHE INVESTERINGS  
MAATSCHAPPIJ (BIM)

"Visie en lef om te kiezen zijn hard nodig.  
Als je trechtert, kun je actiever worden."

**TOM, DUNCAN, RALPH, ODILIA EN ROB**  
EIGENAARDIG

“In ‘s-Hertogenbosch wordt wel ruimte gemaakt voor jong ondernemerschap, bijvoorbeeld met de Jamfabriek, maar voor jongeren valt er weinig te beleven. Het is een gezellige stad en als 30'er is het vast leuk om hier te wonen. Nu voor ons nog niet.”



**HANS DONA**  
OUD-WETHOUDER 'S-HERTOGENBOSCH

“We hebben een grotere groep ondernemers nodig die met een bredere visie naar de stad kijken. Er was nu weer behoefte aan een richtinggevend onderzoek.”



**SJOERD VAN HET ERVE**  
WEENER XL

“Het profiel ‘ICT’ kan nog beter worden uitgenut, gezien de hoeveelheid bedrijvigheid en opleidingen in de stad. In de ICT-community kan nog meer energie worden gepompt en daarnaast moeten we Techniek als economische sector ook niet onderschatten.”



**ROEL SCHUTTEN**  
DIRECTEUR AGRIFOOD CAPITAL

“‘s-Hertogenbosch moet een scherp profiel neerzetten vanuit de huidige kracht. Een profiel dat economisch gezien perspectief biedt en dat ondernemers, kennisinstellingen en overheid uitdaagt, ook in hun onderlinge samenwerking.”



### 3. DE AMBITIE WAT ZIJN DE BOUWSTENEN?



**'Driven by data - connecting business' is een kansrijk fundament** voor de economische agenda van 's-Hertogenbosch en kan dienen als centraal thema. Maar welke ambitie spreken we daarbij uit en welke doelen stellen we onszelf? Tijdens de tweede sessie met zo'n dertig stakeholders spraken we verder over de ambitie, doelstellingen en randvoorwaarden om 's-Hertogenbosch data driven te maken. Wat zijn de kritische succesfactoren en wat zijn onze bouwstenen?

**Het concreter maken en dichterbij de ondernemers brengen van het thema is de eerste kritische succesfactor.** De ambitie om 's-Hertogenbosch met een centraal thema op de kaart te zetten, kan op brede steun rekenen. Het thema 'driven by data - connecting business' spreekt aan, maar het bedrijfsleven moet zich de kansen en mogelijkheden van de inzet van data nog wel eigen maken. Verder is het goed om te beseffen dat het gebruik van data een middel is en geen doel op zich. Uiteindelijk gaat het om de toepassing ervan in de bedrijfsvoering, in het aanpakken van vraagstukken in de stad, in het versterken van het vestigingsklimaat van 's-Hertogenbosch.

**Een ander aandachtspunt is de wijze waarop 's-Hertogenbosch zich precies rond dit thema gaat profileren.** Big data is een containerbegrip en er is een reële kans dat dit begrip snel veroudert en sleets raakt. De Driven by data ambitie moeten we daarom ook koppelen aan de specifieke kracht, het DNA van 's-Hertogenbosch. We moeten ons afvragen wat de data gedreven economische agenda voor de Bosschenaren betekent en hoe ze ook voor richting kan zorgen bij maatschappelijke vraagstukken?

## BOUWSTENEN VOOR DE ECONOMISCHE AGENDA

**3. DRAAGVLAK**  
Collectieve bewustwording en mobiliseren van doelgroepen.

**1. AMBITIE**  
Excelleren op een domein met passende naamgeving.

**2. TOEPASSING**  
Specifiek maken en in context van economische doelen stellen.

**4. RANDVOORWAARDEN**  
T.b.v. realisatie ambitie en toepassingen.

**5. PROFILERING**  
Geef het unieke profiel een smoel.

**6. MAATSCHAPPIJ**  
Aandacht voor sociale neveneffecten

## 1. AMBITIE

Een richtinggevende ambitie moet uitdagend zijn, maar ook concreet en realistisch (dichtbij de beleving van de Bossche ondernemers). De ambitie moet zich daarom richten op een unieke omgang met of specifieke toepassing van data om het duidelijker en concreter invulling te geven. Een concretere, op Bossche leest geschoeide invulling van het thema zorgt ervoor dat de stad daadwerkelijk een onderscheidend profiel ontwikkelt. En wat past nu echt bij het DNA van de stad? Zonder enige twijfel is de gastvrijheid - van burgers en bedrijven - een bijzondere kracht van de stad.

Voor de ambitiebepaling is het ook belangrijk te beseffen dat de toepassing van data niet een doel op zich is, maar een middel om economische doelen te realiseren: meer bezoekers, meer business, meer innovatie, een hogere waardecreatie, meer bedrijven en meer werkgelegenheid. De hele stad moet dus kunnen profiteren van de kansen die het gebruik van data biedt.

### DE AMBITIE STELLEN WE DAAROM ALS VOLGT VAST:

**Het structureel creëren, delen en toepassen van data door ondernemend 's-Hertogenbosch voor de economische ontwikkeling van haar gastvrije stad.**

## 2. TOEPASSING

De geformuleerde ambitie heeft betrekking op verschillende domeinen van de stad en de stedelijke economie. Een belangrijke doelstelling is om binnen elk van deze domeinen tot concrete toepassingen en initiatieven te komen. De mogelijkheden zijn legio, denk bijvoorbeeld aan...

### ...Gastvrije handelsstad

Markt- en handelsdata van B2B bedrijven gebruiken bij marketing en relatiebeheer om de concurrentiepositie van deze bedrijven te versterken. Dit draagt ook bij aan het versterken van de bekendheid van 's-Hertogenbosch als gastvrije zakenstad.

### ...Gastvrije binnenstad

Gerichte doelgroepenmarketing van de Bossche binnenstad o.a. door bundeling en analyse van klant- en marktdata.

### ...Gastvrije kennisstad

- Bossche kennis inzetten op datagebieden in de regionale economie (zoals in de agrifoodketen).
- Een ondernemersschool voor datatoepassingen voor het Bossche MKB.
- Een warm welkom voor data-science studenten door ze voldoende faciliteiten te bieden, zoals huisvesting, sport- en vrijetijdsvoorzieningen. Via data krijgen we als stad immers ook exact inzicht in de wensen en behoeften van deze en andere studenten.



**MANON DE KOK**  
OPERATIE FRISSE PEPER

"In 's-Hertogenbosch is vernieuwing nodig. Er zijn veel (jonge) mensen met frisse initiatieven en ideeën. Geef hen meer de ruimte, dan blijven ze. Word een stad van mogelijkheden. Een stad met lef!"

### ...Gastvrije broedplaats

Realisatie van bedrijfsruimten en broedplaatsen voor data-startups en het beter faciliteren van jonge ondernemers door datagefundeerde kennis over hun (bedrijfs)ontwikkeling en behoeften.

### ...Gastvrije, faciliterende stad (voor databedrijven en dataspecialisten)

Realiseren van datafaciliteiten - zoals glasvezel en dataplatforms - voor het bestaande bedrijfsleven en potentiële nieuwkomers.

### ...Gastvrije, bereikbare stad (voor gasten)

Koppelen van gebundelde mobiliteitsdata aan het lokale en regionale mobiliteitsbeleid. Enerzijds door via mobiliteitsdata het inzicht in mobiliteitsvraagstukken te vergroten. Anderzijds door data-toepassingen in te zetten in mobiliteits(management)systemen

### ... Gastvrije, verbindende stad

Met de gestelde ambitie zoekt 's-Hertogenbosch aansluiting bij andere lokale en regionale ambities (zoals Agrifood Capital) waarbij het structureel creëren, delen en slim gebruiken van data kan leiden tot waardecreatie.

## 3. DRAAGVLAK

Uit het onderzoek is gebleken dat er breed draagvlak is voor het thema 'driven by data - connecting business'. Wel moet er komende tijd aandacht zijn voor het inzichtelijk maken van de relevantie ervan. Dit begint met het vergroten van de kennis over en het bewustzijn van het belang van big data. Tegelijkertijd zijn op korte termijn al initiatieven van koplopers nodig als concrete, inspirerende voorbeelden richting het Bossche bedrijfsleven. Ook kunnen we denken aan een wedstrijd of prijsvraag onder het Bossche bedrijfsleven om een concrete datatoepassing in samenwerking met de BZW vorm te geven.

Het gaat natuurlijk niet alleen om het inspireren en mobiliseren van ondernemers om met data aan de slag te gaan. Een nog grotere uitdaging is ze ertoe te bewegen om hiervoor te gaan samenwerken. Om hun data en kennis te bundelen en te delen met collega-ondernemers.

Behalve actieve ondernemers is ook een ondernemend en data-minded stadsbestuur onmisbaar. Hetzelfde geldt uiteraard voor de ondernemersorganisaties. Een breed draagvlak is cruciaal voor het warmmaken van de ambitie.



**BERT PAULI**  
GEDEPUTEERDE ECONOMIE  
EN INTERNATIONALISERING -  
PROVINCIE NOORD-BRABANT

"Focus is noodzakelijk voor een stad om zich in deze tijd goed te kunnen positioneren en het verschil te kunnen maken. Eindhoven bijvoorbeeld heeft gekozen voor hightech. 's-Hertogenbosch kan het episch centrum worden van Big Data dankzij de nieuwe universitaire opleiding op dat gebied. De stad moet daarnaast blijven investeren in toerisme en agrifood."

#### 4. RANDVOORWAARDEN

Om de gekozen ambitie te realiseren zijn, afgezien van het draagvlak, nog een aantal randvoorwaarden van belang:

- Het realiseren van **onderwijsaanbod** dat de gestelde ambitie en toepassingen mogelijk maken. Dit varieert van het aanbieden van lesstof ter kennismaking met data in basis- en voortgezet onderwijs, het aanbieden van relevante state-of-the-art beroepsopleidingen en het realiseren van een praktijkgerichte data business school voor het bedrijfsleven, tot het binden en faciliteren van de Academy of Data Science (JADS) en het te ontwikkelen netwerk van data(science)bedrijven in de stad.
- Het **aantrekken van venture capital** om grote dataprojecten en de financiering van startende en jonge snelgroeiende databedrijven mogelijk te maken.
- **Bundeling** van het - bij de overheid en het bedrijfsleven - aanwezige investeringspotentieel om (stedelijke) programma's en projecten (toepassingen) te kunnen financieren.
- Toekomstige economische **(beleids)keuzes** van de overheid, onderwijssector en bedrijfsorganisaties dienen gespiegeld te worden aan de ambitie in deze economische agenda.
- **Citymarketing** gericht op versterking van het profiel van 's-Hertogenbosch als gastvrije Driven by data stad.
- Aandacht voor **kwaliteitsbewaking** met betrekking tot integriteit, veiligheid en technologie. Het gaat om onder andere juridische toetsing aan de privacywetgeving en de kwaliteit van de digitale infrastructuur en ontwikkelde beheers- en analysesoftware.



**TON NELISSEN**  
LID RAAD VAN COMMISSARISSEN  
BRAINPORT DEVELOPMENT

“'s-Hertogenbosch doet het goed in de lijstjes, iedere keer weer. Zowel economisch als qua woonomgeving. Het is goed dat de BZW nu het initiatief neemt om te komen tot een economische agenda voor de toekomst van deze prachtige stad. Voor een goede economische agenda is een ondernemersvisie noodzakelijk, maar wel in samenspraak met de gemeente!”

## 5. PROFILERING

Het profileren en positioneren van 's-Hertogenbosch als gastvrije Driven by data stad is een proces van de lange adem en moet primair op inhoud gedreven zijn. Met dat laatste bedoelen we dat de stad ook echt op grote schaal bezig moet zijn met het bundelen, delen en toepassen van data.

Een consistent citymarketingbeleid is nodig om het profiel van 's-Hertogenbosch een smoel te geven en als gastvrije Driven by data stad op de kaart te zetten. Bovendien vormt deze marketing op zich al een uitgelezen toepassingsmogelijkheid voor het slimmer gebruik van (bijvoorbeeld bezoekers)data.

Het uitdragen van het merk van 's-Hertogenbosch als gastvrije Driven by data stad begint met het verbinden van een aantal koplopers en leidende ondernemers die als trekker of ambassadeur willen fungeren. Uitbreiding van het ambassadeurschap onder het brede Bossche bedrijfsleven vindt plaats naarmate het proces vordert.

Om zich (inter)nationaal te positioneren als prominente gastvrije stad, 'driven by data - connecting business', moet 's-Hertogenbosch aansluiting zoeken bij (internationale) netwerken rondom big data. Het gaat daarbij om kennisnetwerken, overheidsnetwerken en het internationale speelveld van financiers en investeerders. Dit kan ook leiden tot het aantrekken van één of enkele gezichtsbepalende big data-bedrijven, maar omgekeerd zal de vestiging van dergelijke bedrijven de netwerkpositie van 's-Hertogenbosch zeker versterken.

Tot slot is het ook zaak om de gekozen ambitie voortdurend naar de Bossche burgers en bedrijven te communiceren en zichtbaar te maken via toepassingen en behaalde successen.

## 6. MAATSCHAPPIJ

De inzet op 's-Hertogenbosch als gastvrije Driven by data stad komt voort uit de overtuiging dat de trend van digitalisering een wezenlijke is, waarop ook het Bossche bedrijfsleven moet inspelen. Het slim omgaan met en analyseren van data biedt ondernemers nieuwe inzichten in hun markt, in hun klanten en de klantbehoeften. Dit levert ze ook sturingsmogelijkheden op voor hun inkoop en de efficiency van de keten. Het bedrijfsleven in 's-Hertogenbosch is ervan overtuigd dat dit de concurrentiepositie van de stad en het bedrijfsleven verbetert en dit extra werkgelegenheid oplevert.

Daarnaast is er ook het bewustzijn dat het slimmer gebruiken van data een efficiëntere bedrijfsvoering mogelijk maakt en dat dit in bepaalde bedrijfsactiviteiten en beroepen zou kunnen leiden tot banenverlies. Het kiezen voor deze ambitie voor de stad vereist dan ook tegelijkertijd aandacht voor het beperken van sociale neveneffecten.

De gekozen ambitie heeft niet alleen positieve (en deels negatieve) gevolgen voor de Bossche economie, maar is ook relevant voor de leefbaarheid in de stad. Denk aan de effecten van data-technologie voor de mobiliteit, de zorg, de informatievoorziening vanuit overheid en bedrijfsleven richting de burger en het arbeidsmarktbeleid. Wij schrijven hier een economische agenda, maar pleiten er nadrukkelijk voor deze te koppelen aan de sociaal-maatschappelijke agenda voor de stad.





## 4. VAN AMBITIE NAAR ECONOMISCHE AGENDA

### CONCLUSIE VAN HET ONDERZOEK ÉN BLIK VOORUIT RICHTING UITVOERING

#### Waar staan we nu en waar gaan we voor?

BZW 's-Hertogenbosch heeft tijdens het onderzoek samen met ondernemend 's-Hertogenbosch een reis gemaakt. Een actieve en ontdekkende reis met als doel uit te komen bij hét richtinggevende profiel voor 's-Hertogenbosch. Dit profiel moet als basis dienen voor een gerichte, bijbehorende economische agenda.

#### WAT ZIJN ONZE UITGANGSPUNTEN DIE DE OPMAAT VORMEN NAAR EEN ECONOMISCHE AGENDA?

- Wij, het Bossche bedrijfsleven plus betrokken partners, hebben gekozen voor een heldere ambitie. We willen ons samen sterk maken om de economie van de stad 'driven by data - connecting business' te maken. Niet als een economisch doel op zich, maar als middel om waarde te creëren en de concurrentiepositie van 's-Hertogenbosch te versterken.
- We beseffen dat het cruciaal is dat we die inzet van data concreet kunnen maken om het bedrijfsleven ermee aan de slag te laten gaan. Dit kan door de koppeling te leggen met vraagstukken en kansen in de stad, gedacht vanuit de economische kracht van de stad.

- Deze koppeling zorgt er ook voor dat 's-Hertogenbosch zich werkelijk helder en onderscheidend naar buiten kan profileren. Niet alleen als stad van data, maar vooral ook als stad van de bijzondere, typisch Bossche inzet van data door het bedrijfsleven.

#### DIT HEeft GELEID TOT DE BREED GEDRAGEN AMBITIE:

Het structureel creëren, delen en toepassen van data door ondernemend 's-Hertogenbosch voor de economische ontwikkeling van haar gastvrije stad.



**MARK BOELHOUWER**  
VOORMALIG DIRECTEUR RICOH NEDERLAND

"Alles gaat nu over big data en veel bedrijven willen er iets mee. Het zou weleens 'het hart' kunnen worden van nieuwe activiteiten en diensten. Het kan een bepalende industrie gaan worden."

## DE REALISATIE VAN DEZE AMBITIE LOOPT LANGS TWEE LIJNEN

Het realiseren van de ambitie valt of staat bij voldoende draagvlak én deelname van het bedrijfsleven. Deze actieve participatie is echt een kritische succesfactor. Dit én het invullen van de randvoorwaarden in het vestigingsklimaat. Als initiatiefnemer van het onderzoek zijn wij, BZW 's-Hertogenbosch, er dan ook van overtuigd dat de economische agenda vooral procesmatig van aard moet zijn.

### We zien daarom een agenda voor ons die werkt vanuit twee lijnen:

1. Een lijn gericht op het lokale speelveld, met acties voor de kortere termijn. We denken daarbij aan de ontwikkeling en uitvoering van een programma gericht op bewustwording en deelname van het Bossche bedrijfsleven.
2. Een lijn met een regionale blik die zich richt op de langere termijn. Daarbij gaat het om de ontwikkeling en uitvoering van een programma gericht op de positionering van 's-Hertogenbosch als gastvrije Driven by data stad.

## 1. LOKAAL: MKB-PROGRAMMA

De eerste programmalijn richt zich op het bevorderen van de inzet van data door het Bossche bedrijfsleven. Het gaat hier om een concreet MKB-programma.

### De eerste stap

is het vergroten van bewustwording onder het Bossche bedrijfsleven door:

- Ondernemers voor te lichten over en kennis te laten maken met het fenomeen en de mogelijkheden van inzet van data.
- Het aangeven van kansen - What's in it for me? - en het tonen van good practices zoals aansprekende voorbeeldbedrijven en succesvolle voorbeeldprojecten.

### De tweede stap

is het stimuleren van en ondersteunen bij de inzet van data door het Bossche bedrijfsleven via:

- Investeren in datakennis en -vaardigheden van ondernemers en medewerkers, door opleiding, coaching en advisering.
- Faciliteren van samenwerking tussen bedrijven bij het bundelen en onderling delen van data.
- Ondersteunen van businesscases van (samenwerkende) bedrijven op het gebied van technische, juridische en commerciële kennis, en financiering.

Parallel aan deze twee stappen is het belangrijk om te komen tot een inhoudelijk programma van stedelijke (Smart City) toepassingen. Denk hierbij aan het inzetten van data ter verbetering van bereikbaarheid, zorg- en welzijn van inwoners van 's-Hertogenbosch, duurzaamheid enz.



## 2. REGIONAAL: POSITIONERING EN PROFILERING

Bij deze tweede programmalijn gaat het om het consequent, langdurig uitbouwen van het profiel van 's-Hertogenbosch als stad die uitblinkt in onderscheidende datatoepassingen door (samenwerkende) bedrijven en organisaties.

Dit krijgt invulling door:

- Stevig te investeren in het vestigingsklimaat om de stad aantrekkelijker te maken voor vestiging van databedrijven en voor datatoepassing door het Bossche MKB.
- De ambitie een volwaardige en gedragen plaats te laten krijgen in regionaal verband, binnen en ten opzichte van de al bestaande ambities en agenda's.

### Investerings in het Bossche vestigingsklimaat richten zich op:

#### • Kennis:

het ontwikkelen en realiseren van een excellent innovatiemilieu voor wetenschap, grotere databedrijven en hoogwaardige startups. Vooral vanuit het JADS-cluster, HAS en Avans en via realisatie van een datahub.

#### • Vastgoed:

realisatie van huisvesting - bedrijfsruimten én woningen - voor data-starters en toptalent op het gebied van data-science en toegepaste data-analyse.

#### • Infrastructuur:

Verbeteren van de infrastructuur, inclusief de digitale infrastructuur die 'ambitie-proof' moet zijn om de uitvoering van projecten en businesscases niet in de weg te staan.

### Profilering en positionering in regionale context vinden plaats door:

- Het vinden van (bestuurlijke) aansluiting van de Bossche data driven ambitie binnen Agrifood Capital (AFC) en Brainport. Voor een belangrijk deel gebeurt dit door inhoudelijk de verbinding te zoeken met al bestaande regionale agenda's voor de zorg, agrifood, logistiek, arbeidsmarkt, enz.

- De richting die 's-Hertogenbosch uiteindelijk kiest vormt de basis voor (city)marketing en acquisitiebeleid van de stad. Initiatieven als het organiseren van (inter)nationale data events en het binnenhalen van baanbrekende datapilots met 's-Hertogenbosch als projectleider maken onderdeel uit van dat beleid.

Deze tweede lijn moeten vooral regionale partners aansluiten. BZW is de initiatiefnemer van dit onderzoek, maar BZW ziet de gemeente en de onderwijsinstellingen als belangrijke partners bij de verdere uitwerking. Ook de regionale stakeholders als Agrifood Capital, de Provincie, de BOM, grotere private investeerders en mogelijke partnersteden moeten hierin een rol gaan spelen.

## CONCLUDEREND:

Een concrete uitvoeringsagenda om tot realisatie van de ambitie te komen, moet de komende tijd door alle stakeholders gezamenlijk worden vastgesteld. Voor BZW 's-Hertogenbosch is dit een prioriteit voor de komende jaren. Vanuit BZW gaan wij een serieuze, trekkende bijdrage leveren aan de uitvoering van de ambitie. Als organisatie zelf én via onze betrokken achterban en de aangesloten bedrijventerreinen. Wij nodigen u uit om met ons mee te doen.



## INTERVIEWS

### INTERVIEWS

ZLTO  
 Brabant Life Science Seed Fund  
 Grow Campus  
 BIM/De Jamfabriek  
 BeThere  
 Avans Hogeschool  
 Koning Willem I: ICT Academie, ICT Platform  
 Jheronimus Academy of Data Science (JADS)  
 Ctac (partner van SAP)  
 Ricoh Nederland BV  
 Kadans Vastgoed BV  
 Built To Build  
 De Besparingsconsulent  
 voorzitter BZW Oost / oud-directie Marel  
 Het Noordbrabants Museum  
 Festival Boulevard  
 Golden Tulip Hotel Central  
 Weener XL werk & inkomen 's-Hertogenbosch  
 Randstad uitzendbureau  
 Cello  
 Reinier van Arkel Groep  
 Oud wethouder  
 NV Bossche Investerings Maatschappij (BIM)  
 Van de Rijt Vastgoed  
 Libéma  
 Brainport Development  
 Provincie Noord-Brabant  
 Brabantse Ontwikkelings Mij. BOM  
 Samenwerkingsverband Rietvelden-Vutter (RIVU)  
 Belangenvereniging Spoorzone  
 Bedrijfsparken High Tech Maaspoort Treurenburg (HTMT)  
 Koning Willem I College  
 AgriFood Capital BV

### GROEPSINTERVIEW STUDENTONDERNEMERS

Eigenaardig

Elies Lemkes  
 Jan van der Hoeven  
 Jan Pieter van der Lugt  
 Rachel van de Greef  
 Marlies Germanus  
 André Gehring  
 Bert van Strien  
 Angelique Penners  
 Henny Hilgerdenaar  
 Mark Boelhouwer  
 Wim Boers  
 John Groenewoud  
 Fabio Wittens  
 Theo Bruinsma  
 Charles de Mooij  
 Viktorien van Hulst  
 Karin Rademaker  
 Sjoerd van het Erve  
 Mijntje Donners  
 Frank van Beers  
 Marie-Louise van der Kruijs  
 Hans Dona  
 Maurice Horsten  
 Anton van de Rijt  
 Dirk Lips  
 Ton Nelissen  
 Bert Pauli  
 Jan Pelle  
 Toin Saris  
 Martien van den Bouwhuijsen  
 Jos van de Wouw  
 Cor van Gerven  
 Roel Schutten

Duncan Buisman (samen met Tom, Ralph, Odilia, Rob)

### GROEPSINTERVIEW JONGE ONDERNEMERS

Operatie Frisse Peper  
 Picknick met een Klik  
 Cultureel aanjager  
 Marlies Germanus Producties  
 Food Ambassy

Manon de Kok  
 Rachel van de Greef  
 Noël Josemans  
 Marlies Germanus  
 Anne Reijnders

## BIJEENKOMSTEN

### BEDRIJVENTERREINEN 17-10-2016

Ondernemersvereniging De Herven  
 Artishock events & marketing BV  
 Riemersma Leasing  
 Belangenvereniging Spoorzone  
 BZW  
 Bedrijvenpark De Brand  
 Rosmalens Ondernemers Contact  
 EJP Accountants & Adviseurs  
 Ellen's secretariaatsdiensten  
 Rosmalens Ondernemers Contact  
 voorzitter BZW 's-Hertogenbosch  
 Kadans Vastgoed B.V.  
 Bedrijvenpark De Brand  
 Belangenvereniging Spoorzone  
 Rabobank  
 Samenwerkingsverband Rietvelden-Vutter (RIVU)  
 Samenwerkingsverband Rietvelden-Vutter (RIVU)  
 Rosmalens Ondernemers Contact  
 Ondernemersvereniging De Pettelaar  
 Ondernemersvereniging De Herven

### 1E SESSIE 15-11-2016

AgriFood Capital BV  
 Samenwerkingsverband Rietvelden-Vutter (RIVU)  
 Bedrijfsparken High Tech Maaspoort Treurenburg (HTMT)  
 Bogaerts & Groenen Advocaten  
 NV Bossche Investerings Maatschappij (BIM)  
 Brand New Journey  
 BZW  
 BZW  
 Rosmalens Ondernemers Contact  
 Eigenaardig  
 Eigenaardig  
 Gemeente 's-Hertogenbosch  
 Gemeente 's-Hertogenbosch  
 Golden Tulip Hotel Central  
 Rosmalens Ondernemers Contact  
 voorzitter BZW 's-Hertogenbosch  
 Jheronimus Academy of Data Science (JADS)  
 Jheronimus Academy of Data Science (JADS)  
 Kleefkracht  
 Bedrijvenpark De Brand  
 Koning Willem I: ICT Academie, ICT Platform  
 Belangenvereniging Spoorzone  
 Operatie Frisse Peper

Jan Repkes  
 Bart van Poppelen  
 Rob Gielens  
 Martien van den Bouwhuijsen  
 Maurice Manders  
 Rob Degreef  
 Sjef van der Donk  
 Edward Hendrickx  
 Ellen Luijks-Schramade  
 Maik van Mierlo  
 Marc Hoedemakers  
 Wim Boers  
 Jody van de Griendt  
 Gert Meijerman  
 Rico Niesten  
 Jan Luijks  
 Toin Saris  
 Gertjan van den Berg  
 Gerard Vink  
 Dolf Wibiër

Roel Schutten  
 Hans Nuijten  
 Jos van de Wouw  
 Kees van Eijndhoven  
 Rachel van de Greef  
 Marrie Hoedelmans  
 Loes Artz-de Vreeze  
 Maurice Manders  
 Sjef van der Donk  
 Wilbert van den Brink  
 Duncan Buisman  
 Sjef de Pont  
 Leo Sedee  
 Karin Rademaker  
 Maik van Mierlo  
 Marc Hoedemakers  
 Bas Bosma  
 Angelique Penners  
 Patrick Kloth  
 Jody van de Griendt  
 Bert van Strien  
 Gert Meijerman  
 Manon de Kok

## vervolg deelnemers 1e sessie

Oud-wethouder  
Rabobank  
Riemersma Leasing  
Van de Rijt Vastgoed  
Samenwerkingsverband Rietvelden-Vutter (RIVU)  
Subliem Ondernemen  
Theaterfestival Boulevard 's-Hertogenbosch  
VitrOmics  
Weener XL werk & inkomen 's-Hertogenbosch  
WesterToren Innovation Centre (WTIC)

## G15 16-11-2016

BZW  
Canon Nederland NV  
voorzitter BZW 's-Hertogenbosch  
Kadans Vastgoed BV  
Van Lanschot Bankiers  
Rabobank  
Ricoch Nederland BV  
Riemersma Leasing  
Würth Nederland BV  
Würth Nederland BV

## 2E SESSIE 14-02-2017

Artishock events & marketing BV  
Avans Hogeschool  
Bedrijfsparken High Tech Maaspoort Treurenburg (HTMT)  
Bedrijvenpark De Brand  
Belangenvereniging Spoorzone  
Belangenvereniging Spoorzone  
NV Bossche Investerings Maatschappij (BIM)  
Jos van Boxtel Groep  
BZW  
BZW  
Rosmalens Ondernemers Contact  
Eigenaardig  
EJP Accountants & Adviseurs  
Gemeente 's-Hertogenbosch  
Gemeente 's-Hertogenbosch  
Golden Tulip Hotel Central  
Rosmalens Ondernemers Contact  
Ondernemersvereniging Hartje 's-Hertogenbosch  
HAS Hogeschool  
Hermes Regionaal Business Netwerk  
voorzitter BZW 's-Hertogenbosch  
Jheronimus Academy of Data Science (JADS)

Hans Dona  
Rico Niesten  
Rob Gielens  
Anton van de Rijt  
Toin Saris  
Pieter Schendstok  
Viktorien van Hulst  
Jan van der Hoeven  
Sjoerd van het Erve  
Miranda Janssen

Maurice Manders  
Antoine Verhoeven  
Marc Hoedemakers  
Wim Boers  
Bart Scholten  
Rico Niesten  
Mark Boelhauer  
Rob Gielens  
Winfried Blum  
Oliver Kühl

Bart van Poppelen  
André Gehring  
Dion van den Wijngaard  
Jody van de Griendt  
Martien van den Bouwhuisen  
Patric Kloth  
Maurice Horsten  
Gerard van Boxtel  
Loes Artz-de Vreeze  
Maurice Manders  
Sjef van der Donk  
Duncan Buisman  
Edward Hendrickx  
Sjef de Pont  
Leo Sedee  
Karin Rademaker  
Maik van Mierlo  
Peter Claessen  
Liz Chermin  
Marc Bozon  
Marc Hoedemakers  
Willem-Jan van den Heuvel

Jeroen Bosch Ziekenhuis (JBZ)  
Ondernemersvereniging De Pettelaar  
Ondernemersvereniging De Pettelaar  
Operatie Frisse Peper  
R.M.L. Grether Beheer BV  
Rabobank  
Rabobank 's-Hertogenbosch en Omstreken  
Riemersma Leasing  
Samenwerkingsverband Rietvelden-Vutter (RIVU)  
Samenwerkingsverband Rietvelden-Vutter (RIVU)  
Spartners  
Synerscope  
Theaterfestival Boulevard 's-Hertogenbosch

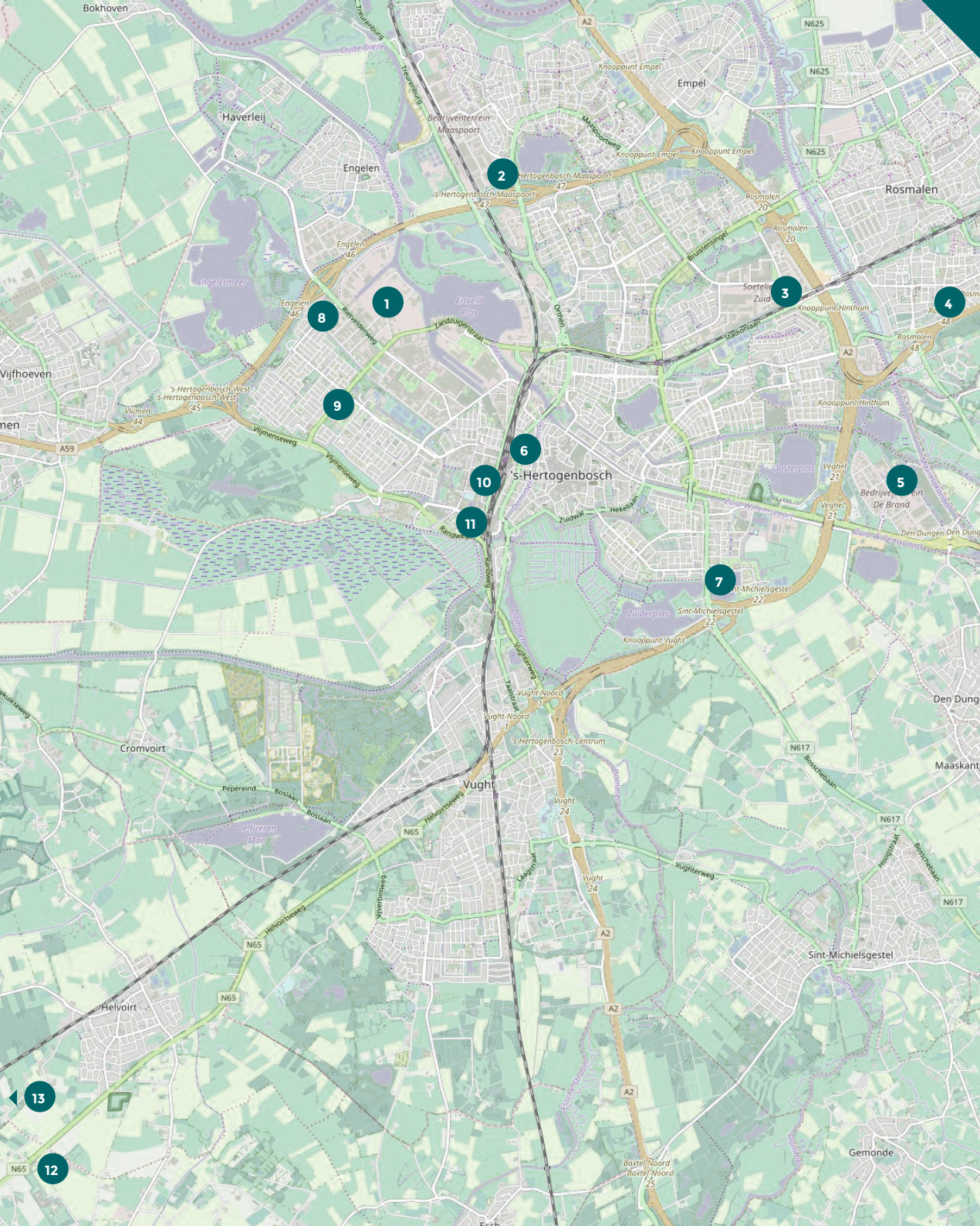
Piet-Hein Buiting  
Maarten de Rouw  
Gerard Vink  
Manon de Kok  
Raymond Grether  
Rico Niesten  
Erik van der Most  
Rob Gielens  
Toin Saris  
Gordon van Ooijen  
Alex Kamman  
Jan-Kees Buenen  
Viktorien van Hulst



**THEO BRUINSMA**  
VOORZITTER BZW OOST

“ICT is geen doel op zich, maar meer een noodzakelijke randvoorwaarde die vaak onverwacht veel aandacht en energie opeist. Big data is daarbij een buzz woord, een te groot gebruikt woord, terwijl het hoort bij de randvoorwaarden. Je moet het goed aanpakken, maar het is niet de feitelijke business.”





1



8



2



9



Rabobank

3



10



4

Rosmalens  
Ondernemers  
Contact

11



5

Bedrijven park **DeBrand**

12



6



13



7

Ondernemersvereniging



# COLOFON

## Datum publicatie

12 april 2017

## Onderzoek uitgevoerd door

Sergej Bulterman | Bureon  
Anouk Smeltink-Mensen | AnalyZus

## In opdracht van

Brabants Zeeuwse Werkgeversvereniging | BZW 's-Hertogenbosch

## Sponsors

Rabobank 's-Hertogenbosch en omstreken | Brabant Water  
EJP Accountants | Kadans Vastgoed | Ricoh Nederland B.V.

## Begeleid door stuurgroepleden

Marc Hoedemakers (voorzitter) | Hoedemakers bouw & ontwikkeling  
Maurice Manders | BZW 's-Hertogenbosch  
Rob Gielens (namens bedrijventerreinen) | Riemersma Leasing  
Bart van Poppelen | Artishock  
Rico Niesten en Martin Houben (namens sponsors) | Rabobank

## Concept en creatie

Marrie Hoedelmans | Brand New Journey  
Evelien Baert | Brand New Journey

## Fotografie

Ivo Mulder | Gemeente 's-Hertogenbosch

## Contactinformatie

BZW

Maurice Manders  
T (013) 205 00 03  
manders@bzw.nl