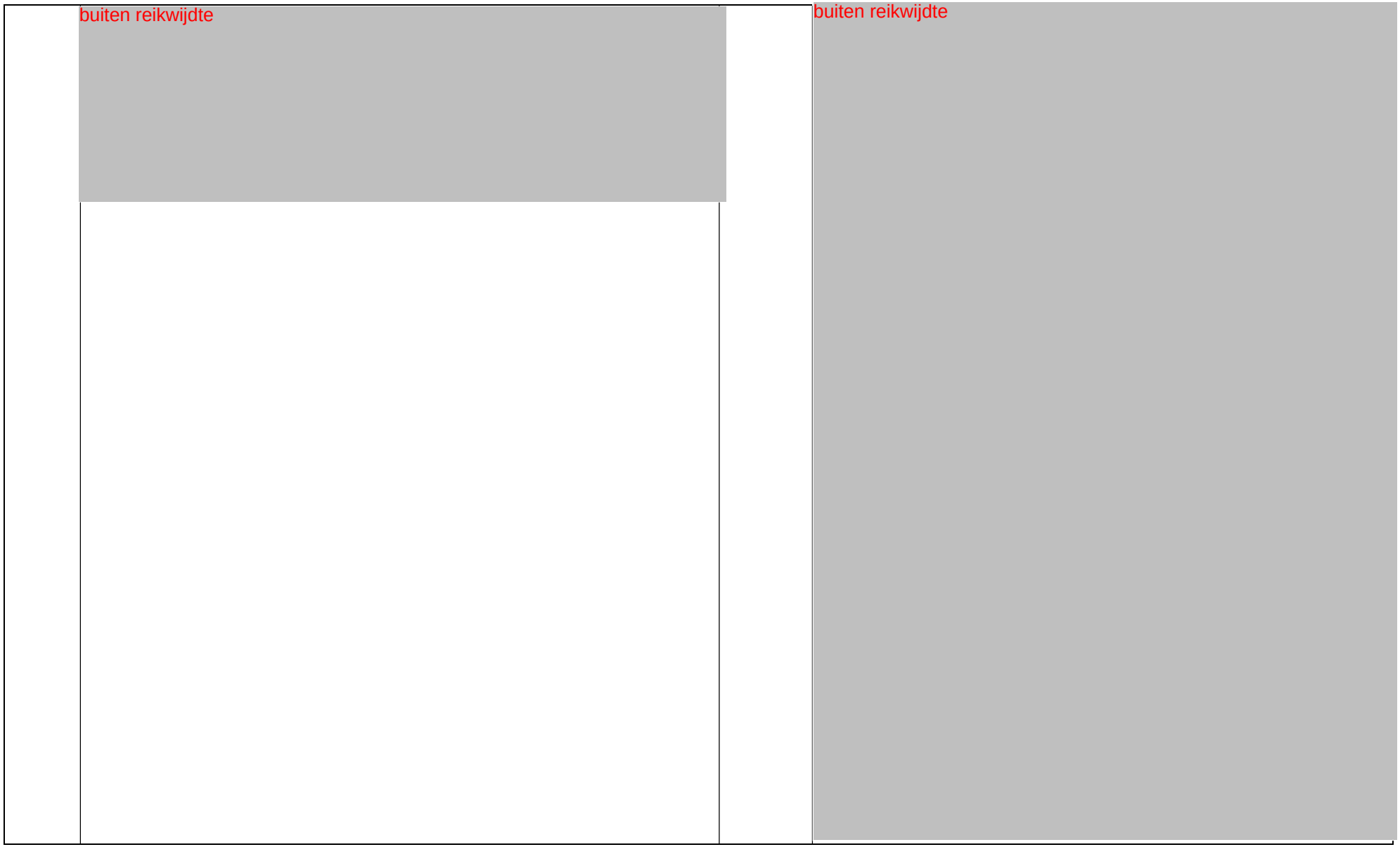
Agenda bestuurscommissie Economische Zaken op 23 januari 2018 ***Annotatie voor college van GS*** ***Van:*** ***)***			
	Tijd: **16.00 – 17.30 uur** **Locatie:** **Provinciehuis, Assen** **A 0.06**		
1.	**Opening en vaststellen agenda** **Voorstel**: • Vaststellen		
2.	**Mededelingen**		
3.	buiten reikwijdte		
4.			


buiten reikwijdte
buiten reikwijdte

			buiten reikwijdte

	buiten reikwijdte
5.	

	buiten reikwijdte	
6.		
7.		

	buiten reikwijdte		
8.	**Evaluatie Top Dutch Festival 2017 en organisatie 2018** *Evaluatie 2017* Het Noordelijk event (Topdutch festival) in Brussel tijdens de European Week of Regions and Cities is door de NG4 geëvalueerd. Opzet voor 2017 was kernachtig samengevat: "We laten zien wat er in Noord Nederland te doen en te beleven is op cultureel en economisch gebied. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de kracht van Leeuwarden / Friesland Europese Culturele Hoofdstad 2018." Daarbij was het de ambitie om een groot deel van de doelgroep buiten Noord Nederland te bereiken. De overall conclusie van de evaluatie is dat het event heel goed in zijn opzet is geslaagd. Vanwege de koppeling met culturele hoofdstad was er dit jaar substantieel meer budget. Met een professionele programmering kon er een kwalitatief hoogwaardig event worden neergezet op een verassende lokatie en een groot aantal bezoekers. De opkomst was met 369 bezoekers maximaal waarbij 41% van de bezoekers niet uit Noord Nederland afkomstig was. *Organisatie 2018* In de BC EZ van november is al kort teruggeblikt op de European Week of Regions and Cities. Daarbij is aandacht gevraagd om voor 2018 het event onderdeel te laten zijn van de noordelijke lobbyagenda. Het primaat ligt hiervoor vanaf 2018 bij de (SNN 3.0) Regiegroep. Verder hebben de NG4	Bijlage	**Toelichting:** Bij de stukken ontbreekt de bijlage waarin beschreven staat wat de plannen zijn voor 2018. In het kort gaat het om de volgende ontwikkelingen: • Inmiddels is een ambtelijke voorbereidingsgroep van provincies en NG4 vertegenwoordigers begonnen met de eerste voorbereidingen van de Open Days 2018. Het idee is om al door het jaar heen een aantal inhoudelijke sessies in Brussel te organiseren, op voor Noord-Nederland relevante thema's. Deze inhoud zou dan tijdens een gelijksoortig evenement als afgelopen jaar tijdens de Open Days terug moeten komen. Op die manier wordt tegemoet gekomen aan de bestuurlijke wens om meer inhoud in het evenement te verwerken, maar ook de wens om het succes van vorig jaar voort te zetten. • In verband met het IPO jaarcongres in Brussel dit jaar, in dezelfde week als de Open Days, is het voorstel om het Noordelijke evenement op woensdag 10 oktober. • Gedeputeerde Stelpstra is voor Noord-Nederland dit jaar bestuurlijk trekker van de Noordelijke deelname

	aangeboden ook voor 2018 bij te dragen in de organisatie. Leading partner voor de organisatie 2018 is de provincie Drenthe. De komende periode wordt gebruikt om de inhoudelijke focus van het Noord-Nederlandse event in 2018 te bepalen. Afgelopen jaar was dat het thema Culturele Hoofdstad, waar een bij de inhoud passend evenement is georganiseerd. Bij een ander thema hoort wellicht ook een andere vorm, op basis waarvan ook een inschatting gemaakt kan worden van het benodigde budget. Een voorstel voor de inhoudelijke focus, de daarbij passende vorm en bijbehorend budget wordt begin 2018 voorgelegd aan de Regiegroep. **Voorstel:** • Kennisnemen van de evaluatie van het Topdutch event; • Kennisnemen van voorgestelde opzet en werkwijze voor 2018 (o.l.v. de provincie Drenthe); • Instemmen met voorstel om de verdere uitwerking in handen te geven van de Regiegroep.		
9.	buiten reikwijdte		

	buiten reikwijdte		
10	**Rondvraag en sluiting vergadering BC EZ**		

Agenda HEZ

Locatie: Provinciehuis Groningen (overlegruimte Zethuis)
Tijdstip: woensdag 15 februari; 15.30 - 17.00 uur

Aanwezig: [redacted] Erik Bos, [redacted] (secretaris)
Gast: [redacted]

1. Opening

2. Vaststellen conceptverslag van HEZ-overleg 20 december
   Bijlage 1: conceptverslag

3. buiten reikwijdte [redacted]

4. Vervolgtraject branding Noord-Nederland en campagne Top Dutch (www.topdutch.com)
   Bijlage 2: branding Noord-Nederland vervolg
   Bijlage 3: rapport branding Noord-Nederland
   Bijlage 4: gesprekspartners Branding Noord-Nederland

   Doel: besluit nemen over intentie om bijdrage van € 20.000,- (per provincie) te leveren aan gezamenlijke campagne

5. buiten reikwijdte [redacted]

6. [redacted]

7. [redacted]

8. [redacted]



9. Sluiten

Date : 10-4-2019 12:58:41
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : 10 ways of cutting CO2 emissions in the TopDutch chemical industry
Attachment : image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Hoi collega's,

Hierbij de link naar een nieuwe keystorie Topdutch. Mooi artikel geworden, vooral delen via jullie (social media) kanalen.. ☺

https://www.topdutch.com/top-stories-2/10-ways-of-cutting-co2-emissions-in-the-topdutch-chemical-industry

Met vriendelijke groet,

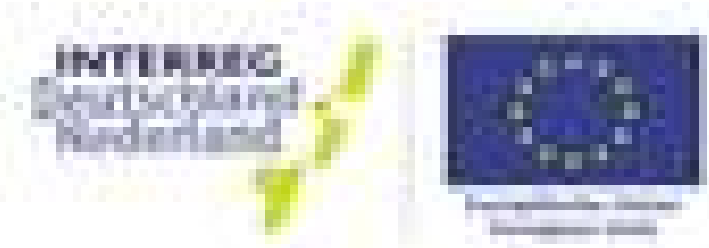
[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

INITIO™

NV NOM
T.a.v. Crediteurenadministratie
Paterswoldseweg 810
9728 BM Groningen

Datum: 12/09/2018
Factuurnummer: 1202
Betreft opdracht: VNO/NCW, Positionering, propositie en bidbook Transport en Logistieke Sector

Omschrijving	Bedrag
Positionering, propositie en bidbook Transport en Logistieke Sector	
Conform offerte d.d. 08-12-2017	
DEELREKENING	
50% van totale offerte bedrag	€ 7.500,00
Subtotaal	€ 7.500,00
BTW Hoog over € 7.500,00	€ 1.575,00
Totaal	**€** 9.075,00

Gelieve te betalen voor 26/09/2018 op onderstaand rekeningnummer, onder vermelding van factuurnummer 1202.

FACTUUR

Adres:
Telefoonnr.: 06-
Email: gmail.com
KvK:
BTW:
Bank:

FACTUURNR. 201813
DATUM: 2 OKTOBER 2018

AAN:
N.V. NOM
Postbus 424
9700 AK Groningen

Haalbaalheidsstudie + ontwikkeling concept	
Top Dutch Logistiek propositie	€ 12.000,00
BTW 21%	€ 2.520,00
Totaal	€ 14.520,00

NV MOM
Afdeling Communicatie
[redacted]
Postbus 424
9700 AK GRONINGEN

Per e-mail:
[redacted]@nom.nl[redacted]@nom.nl

Factuur

Debiteurnummer: 100476
Factuurnummer: 18066
Datum: 17 september 2018

Omschrijving		Bedrag (€)
Drie (3) Chinese visitekaartjes @ Euro 40		120.00
Totaal (Exclusief B.T.W.)		120.00
B.T.W.	21%	25.20
Totaal (Inclusief B.T.W.)		145.20

S.V.P. binnen 21 dagen overmaken op ABN AMRO Bank t.n.v. MING.

IBAN: NL[redacted]
BIC or SWIFT code : [redacted]

MING Translations is een handelsnaam van [redacted]
Het B.T.W. nummer van PMC Connect is: [redacted]
Het KvK nummer (Utrecht) is: 30187488

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Ming Translations
Floridalaan 8
3404 WV IJsselstein

POST ADVIES

NOM
Postbus 424
9700 AK GRONINGEN

FACTUUR

Factuurnummer **2018019**
Factuurdatum **12-06-2018**

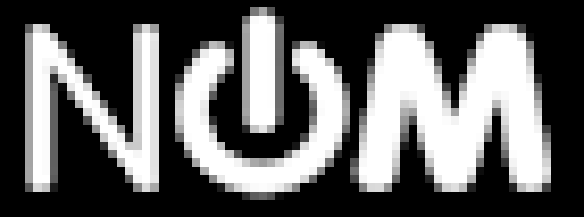
Omschrijving	Aantal	Prijs	Totaal
Dagvoorzitter community TopDutch Logistics d.d. 04-06-2018	1,00	900,00	900,00
Reiskosten / kilometervergoeding	160,00	0,40	64,00

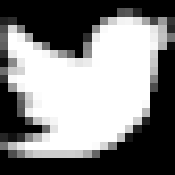
Totaal excl. btw		€	964,00
Totaal btw	21%	€	202,44
Factuurbedrag		**€**	**1.166,44**

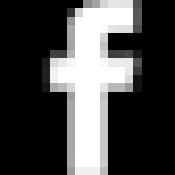
Bovenstaand bedrag gelieve binnen 14 dagen over te maken
op rekeningnummer NL 38 TRIO 0338 5062 68 ten name van Post Advies BV.

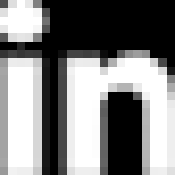
NOM

ONDERNEMINGEN
DOEN **GROEIEN**


NOM








You
Tube

Date : 29-11-2017 12:11:09
From : " [redacted] **nom.nl**
To : " [redacted] **initio.nl"** [redacted] **initio.nl, "** [redacted] **fryslan.frl, "** [redacted] **drenthe.nl, "** [redacted] **provinciegroningen.nl"** [redacted] **provinciegroningen.nl**
Subject : 20171129 Notulen kernteamoverleg
Attachment : 20171129 Notulen TopDutch kernteamoverleg.docx;

Allen,

Zoals toegezegd hierbij mijn krabbels.

@[redacted] zou jij dit nr [redacted] door willen leiden? Heb z'n mailadres niet.
Met vriendelijke groet,
[redacted]

TopDutch kernteamoverleg

Dag/datum: Woensdag 29/11/17

Tijd: 09.30 uur

1) Projectmanager: [redacted] ?, 10.2e [redacted]
2) Electrify, voortgang en planning:
    a. Tesla: Fremont acties, zoals taxibedrijf dedicated met Tesla TopDutch van/naar Tesla Palo Alto en/of Fremont + elektronische billboard;
    b. Electrify is laatste stap in Tesla-approach;
    c. Uitleg status Project Tesla;
    d. Vraag [redacted] Nu Tesla is vertraagd, wél doorgaan met Electrify? Antwoord: Ja;
    e. Agrarische daken volleggen met zonnepanelen, gemaakt in NNL;
    f. Vraag [redacted] Electrify was nog onderdeel van voortraject van de campagne. Geen idee wat dit financieel voor gevolgen heeft?
3) Hesla TopDutcH2: Voortgang en mogelijkheden. Gesproken met Holthausen. Filmpje van gehackte Tesla inmiddels 50 mln. x bekeken. Plan om TopDutch-Tesla in te zetten. Laten wrappen in TD-kleuren + tekst. WE: Ook andere merken/modellen ([redacted] of NoordLease)?;
4) Ecolution: Schip van [redacted]. Stichting van 3 bedrijven willen schip exploiteren. Plannen om nr St Petersburg en Noordpool te gaan, evenals Olympics in Tokyo (Heineken Holland House). Schip moet worden opgeknapt – mooi uithangbord voor TD en waterstofpropositie. Eventueel wrappen in TD-logo als teaser voor chemie;
5) Brexit: Initiatief vanuit Estland met digitaal burgerschap. NOO staat hiervoor open – er is bijv. Ambitie om Estland van regio/NL te worden. Idee om economisch asiel aanbieden aan Britten op digitaal vlak. Focus op hele UK. Evt. campagne met Arjen Lubach + Britse evenknie. Digitaal focus op UK, fysiek op Essex. Als campagne richten op eind 2018. Moet veel worden geregeld, bijv met belastingdienst. Vraag [redacted] wat NOM hier momenteel mee doet. Antwoord [redacted] Vnl. reactief iom NFIA, mr voorbeeld LinkBundle is buiten NFIA om gegaan. Hoofdkantoren zullen bijna uitsluitend in metropoolregio's landen.
   Korte termijn: Richten op focus Brexit met lopende campagnes;
6) Positionering: Interviewrondes, bijv. NFIA/Nijland en gemeenten in Dutch Tech Zone; ACTIE: Namen en rugnummers doorgeven aan [redacted] Doel is o.m. leren wat er speelt en uitleggen dat TD breder is dan Tesla. Ook zorgen dat er consistent materiaal voor acquisitie komt;
7) Branddesign: Merk, logo en endorsementkit. O.a. Harlingen besproken: Wel chemie, niet aangesloten.
8) Overall concept- en campagneontwikkeling:
9) Ontwikkeling campagne-website:
10) Ingezonden: Make it in the North. Gefinancierd door provincies, City of Talent. Sluit aan bij TopDutch talent. Willen 'deel talent' wel verzorgen. Hanzehogeschool draagt 100k bij, mr dan moet titel wél TopDutch zijn;
11) Wvttk:
    a. Koningsdag: General Assembly WTC Leeuwarden – Koningsdag wordt in A'dam gevierd. Waarom niet in NNL? En zorgen voor inzet van ondernemers;
12) Logistiek: Twijfels NOM aangegeven. Men werkt thema eerst uit, dan gaat deze in TopDutch.

13) Vraag [redacted] NOM wil TopDutch-tassen versturen nr NFIA-buitenkantoren. Doel is om TD-bekendheid te vergroten bij NFIA-ers en exposure TopDutch op 28 economische hotspots wereldwijd. Vraag om financiële bijdrage vanuit TD. Afgesproken om helft vanuit TopDutch bij te dragen (bij monde van [redacted]

Date : 28-6-2017 8:01:26
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : 26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland DEF.docx
Attachment : 26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland DEF.docx;

Hoi [redacted] hierbij de gewijzigde versie, 'schoon'. Deze kan op schriftelijke ronde naar GS zoals [redacted] aangaf.

Groet [redacted]

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Statenstuk

Algemene gegevens		***Verantwoordelijke***
Opsteller	en tst.	Erik Bos
Team	Economie	
Datum	woensdag 7 juni 2017	*Paraaf verantwoordelijke*
Uiterste behandeldatum in GS:27 juni 2017		*Bespreken:*
Toelichting: behandeling in cie FCBE 13-9-2017 en PS 27-9-2017		

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting	***Portefeuillehouder***
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie	Henk Brink

Intern voorbereid met	***Afwijkende mening***	***Paraaf directeur-secretaris***
1. Fin	Nee	Annet van Schreven
2. Ec	Nee	
3. Com	Nee	
4. S&I	Nee	

Archivering		***Communicatie***
Datum:	*Registratienummer:*	*Openbaar:* Ja
	nr.	
	nr.	*Persbericht:* Nee
	nr.	*Bekendmaking:* Provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd.

Onderwerp

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Advies

1. Provinciale Staten voor te stellen:
- een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te voeren;
- hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Beslissing GS

Risico's

Risico behorend bij advies 2:
In het geval van een negatief besluit, gaan de provincies Groningen en Fryslân zonder Drenthe verder met de profilering op het gebied van (internationale) acquisitie en het aantrekken van internationale bedrijven. Noordelijke samenwerking kan bij negatieve besluitvorming onder druk komen te staan. Hierin niet samen optrekken betekent onderlinge concurrentie in het noorden.

Aanvullende informatie voor GS

De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Er vindt afstemming plaats met de provincies Fryslân en Drenthe. Dit gebeurt in het Noordelijk overleg gedeputeerden Economische Zaken en het Noordelijk overleg van de Hoofden Economische Zaken.

Tekst openbare besluitenlijst
Onderwerp: Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland.
Het college van Gedeputeerde Staten van Drenthe heeft besloten Provinciale Staten te verzoeken om samen met de provincies Groningen en Fryslân het Noorden internationaal op de kaart te zetten als vestigingsregio voor bedrijven om zich nieuw te vestigen of uit te breiden. Met de tweejarige internationale campagne wordt een vervolg gegeven aan de succesvolle Tesla campagne die begin 2017 is gelanceerd. Er wordt voorgesteld in totaal maximaal € 400.000,- uit bestaande middelen beschikbaar te stellen.

Verzenden

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten	Meekopiëren

NB. Het Statenstuk en de eventuele daarbij horende bijlagen worden standaard meegekopieerd voor GS.

provincie Drenthe

Statenstuk @

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) [redacted]
e-mail [redacted] drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagne gaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjaren visie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten. De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Onder voorbehoud van goedkeuring van uw Staten.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1 Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA ('Invest in Holland'). Deze campagne is niet bedoeld om een-op-een bedrijven naar Noord Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobby inspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020

Financiën

Het bedrag van € 400.000,- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, Noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met het Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

1.
2
3.
4.
5.

Ter inzage in kamer C0.39

1.
2.
3.
4.
5.

Assen, @
Kenmerk: @

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter

mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van @ , kenmerk @;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

Date : 27-6-2017 13:45:47
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl, "Henk Brink"** **drenthe.nl, "Annet van Schreven"** **drenthe.nl**
Cc : "Erik Bos" **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : 26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland gewijzigd.docx
Attachment : 26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland gewijzigd.docx;

Goedemiddag,

Na overleg met Henk Brink is het Statenstuk iets aangepast. In het deel 'Statenstuk' onderdeel b inleiding.

Het GS besluit is een voorstel aan PS; daarmee is het GS besluit onder voorbehoud van besluitvorming PS. Dit wordt ook formeel gemeld aan Prov Groningen, aanbestedende dienst/penvoerder.

Nog een laatste puntje: het besluit s.v.p. op slapende lijst tot seintje dat het op de aanbestedingskalender is geplaatst.

Groet

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Statenstuk

Algemene gegevens		***Verantwoordelijke***
Opsteller	en tst.	Erik Bos
Team	Economie	
Datum	woensdag 7 juni 2017	*Paraaf verantwoordelijke*
Uiterste behandeldatum in GS:27 juni 2017		*Bespreken:*
Toelichting: behandeling in cie FCBE 13-9-2017 en PS 27-9-2017		

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting	***Portefeuillehouder***
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie	Henk Brink

Intern voorbereid met	***Afwijkende mening***	***Paraaf directeur-secretaris***
1. Fin	Nee	Annet van Schreven
2. Ec	Nee	
3. Com	Nee	
4. S&I	Nee	

Archivering		***Communicatie***
Datum:	*Registratienummer:*	*Openbaar:* Ja
	nr.	
	nr.	*Persbericht:* Ja
	nr.	*Bekendmaking:* Provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd.

Onderwerp

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Advies

1. Provinciale Staten voor te stellen:
- een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te voeren;
- hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Beslissing GS

Risico's

Risico behorend bij advies 2:
In het geval van een negatief besluit, gaan de provincies Groningen en Fryslân zonder Drenthe verder met de profilering op het gebied van (internationale) acquisitie en het aantrekken van internationale bedrijven. Noordelijke samenwerking kan bij negatieve besluitvorming onder druk komen te staan. Hierin niet samen optrekken betekent onderlinge concurrentie in het noorden.

Aanvullende informatie voor GS

De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Er vindt afstemming plaats met de provincies Fryslân en Drenthe. Dit gebeurt in het Noordelijk overleg gedeputeerden Economische Zaken en het Noordelijk overleg van de Hoofden Economische Zaken.

Tekst openbare besluitenlijst
Onderwerp: Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland.
Het college van Gedeputeerde Staten van Drenthe heeft besloten Provinciale Staten te verzoeken om samen met de provincies Groningen en Fryslân het Noorden internationaal op de kaart te zetten als vestigingsregio voor bedrijven om zich nieuw te vestigen of uit te breiden. Met de tweejarige internationale campagne wordt een vervolg gegeven aan de succesvolle Tesla campagne die begin 2017 is gelanceerd. Er wordt voorgesteld in totaal maximaal € 400.000,- uit bestaande middelen beschikbaar te stellen.

Verzenden

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten	Meekopiëren

NB. Het Statenstuk en de eventuele daarbij horende bijlagen worden standaard meegekopieerd voor GS.

provincie Drenthe

Statenstuk @

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) 36 [redacted] e-mail [redacted]drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagne gaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjaren visie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten. De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Onder voorbehoud van goedkeuring van uw Staten.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1 Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA ('Invest in Holland'). Deze campagne is niet bedoeld om een-op-een bedrijven naar Noord Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobby inspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020

Financiën

Het bedrag van € 400.000,- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, Noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met het Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

1.
2
3.
4.
5.

Ter inzage in kamer C0.39

1.
2.
3.
4.
5.

Assen, @
Kenmerk: @

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter

mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van @ , kenmerk @;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

Date : 29-6-2017 15:42:01
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] @fryslan.frl, "[redacted] @provinciegroningen.nl"'[redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl" [redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] drenthe.nl, '[redacted] drenthe.nl
Subject : Aangepaste stukken aanbesteding brandingcampagne.
Attachment : AIV provincie Groningen 2015.pdf;Bijlage Verklaring Combinatie Onderaanneming.doc;Bijlage Verklaring Financiële en technische aansprakelijkheid.doc;Concept overeenkomst branding campagne.docx;Gunnings- en beoordelingssystematiek.docx;Inschrijvingsprocedure.doc;Inschrijvingsprocedure.pdf;Negometrix vragenlijsten.pdf;Opdracht.docx;Prijsopgaveformulier.docx;Rapport_Branding_Noord_Nederland_2017.pdf;Uitkomsten_Online_Enquete_Branding_Noord_Nederland_2016.pdf;Uniform Europees Aanbestedingsdocument 65608 Branding Campagne .pdf;Nx Branding campagne Noord Nederland.pdf;image001.png;

Goedemiddag,

Bijgaand de aangepaste stukken + Negometrix vragenlijsten. Bedoeling is om morgen te publiceren.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Aanbestedingsdeskundige

provincie Drenthe

Team Subsidies en Inkoop | Postbus 122, 9400 AC | Assen
T (0592) 36 5830 | [redacted] drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag t/m vrijdag


provincie Drenthe

Date : 14-11-2017 9:54:02
From : "[redacted] nom.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] gemeentenoordenveld.nl)" [redacted] gemeentenoordenveld.nl
Cc : "[redacted] @healthhub-roden.nl
Subject : Aanzet propositie medische technologie
Attachment : Stramien Medtechpropositie.docx;Outline HHR voor Boston Scientific en MaRS Toronto.docx;Northern Netherlands HHR Medtech.pdf;image001.png;image002.png;image003.png;image004.png;image005.jpg;

Dames en heren,

Bijgaand zoals afgelopen vrijdag afgesproken (drie) documenten die een eerste gedachtenrichting kunnen zijn voor het maken van een propositie rondom medische technologie.

Het eerste document beschrijft de trechtering van grof naar fijn (van Nederlandse schaal inzoomend op de regio) met daarbij de onderwerpen die geadresseerd kunnen worden. Het tweede document is de teaser die we hebben gebruikt voor de afspraken bij Boston Scientific, TO Health en MaRS in Toronto en in de PDF vinden jullie de presentatie die ik tijdens de gesprekken heb gebruikt als inleiding op de presentatie van de HHR.

Ik wil de volgende keer graag van de provincie horen hoe jullie dit soort dingen binnen de TopDutch benadering zien en wat de opdracht aan het betreffende bedrijf precies inhoudt. Immers, de oorspronkelijke TopDutch-uitingen waren gericht op één bedrijf (Tesla). Hier gaat het om het vermarkten van Noord-Nederlandse sterktes naar een groot aantal vergelijkbare bedrijven.

[redacted]
N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland

T [redacted]
[redacted] ons ook op Social Media
E [redacted] nom.nl

Laatste nieuws | **Door het oog van de naald: Wijdeven 'Ploeteren tijdens de crisis'**



De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.

Date : 19-6-2017 15:08:14
From : "
To : " @drenthe.nl
Cc : " drenthe.nl
Subject : Adresgegevens voor netwerkevent Topdutch op TT 23 juni
Attachment : Uitnodiging Top Dutch TT.pdf;image001.jpg;

Ho

In de bijlage de uitnodiging voor de netwerkevent Topdutch die komende vrijdag op de TT plaatsvindt.

De uitnodiging is via whatsapp uitgegaan en er zijn inmiddels 30 aanmeldingen. Tevens is de vraag gesteld om hun (bij voorkeur privé) adresgegevens op de mail te zetten, zodat ze daar de TT-kaartjes op kunnen ontvangen.

Degenen die dat nog niet hebben gedaan moeten nu gebeld worden. Instructie is als volgt:

- U heeft aangegeven aankomende vrijdag de netwerkbijeenkomst Topdutch op de TT te willen bijwonen
- Graag ontvangen wij uw (bij voorkeur prive) adresgegevens waar we het toegangskaartje naartoe kunnen sturen.
- Zou ik die van u mogen ontvangen, dan kunnen we het u toesturen

Als je nog vragen hebt laat het me weten.

Thnx!

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Netwerkevent **Top Dutch**

Wanneer? **23 juni** 12.30 – 17.00

Waar? **TT box op het circuit van Assen**

Provincie Drenthe nodigt u uit voor het netwerkevent Top Dutch



Programma

12.30 – Inloop TT box

13.00 – Opening/welkom door Henk Brink

13.15 – Lunchbuffet

14.00 – Kernteam Top Dutch: stand van zaken/wrap up

14.30 – Paddock TT / rondleiding

15.00 – Netwerken/borrel

17.00 – Einde

We Are Top Dutch.

provincie Drenthe

TT CIRCUIT ASSEN

provincie Drenthe

Date : 13-12-2018 11:33:21
From : " **drenthe.nl**
To : "Erik Bos" **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : Afspraken Topdutch

Hoi allen,

Vanochtend hebben en ik samen gezeten, hier een aantal concrete afspraken Topdutch:

Groene Chemie:

1. Campagne 'Groene Chemie' gaat aanstaande zondag los, tijdens de wedstrijd FC-Groningen – FC Emmen. Los van dat de campagne 'los gaat', staat er nog een actie open. Er worden verhaallijnen ontwikkeld, vanuit Drenthe zetten wij in op verhaallijn 1 & 3, met aansluiting met 4.
2. **Actie** Grip en aandacht vragen voor de aansluiting Drenthe op deze verhaallijnen, 'opeisen'
3. **Actie** is op de hoogte van de verhaallijnen, Chemport Europe is aangehaakt, samen met bewaken dat deze verhaallijnen recht doen aan Chemiecluster Emmen.

Agro-Food:

1. Campagne AgroFood staat ingepland voor februari 2019
2. Er ligt een concept Agro-Food propositie, deze 'finetunen' met de KPI's en criteria
3. Proposities moeten 16 januari klaar zijn
4. Los van de proposities moeten er verhaallijnen ontwikkeld worden, belang Drenthe binnen campagne bewaken
5. **Actie , NOM en werkgroep Topdutch: december nog een afspraak maken om voortgang en planning te bespreken**
6. **Actie afspraak inplannen, december 2018**

Logistiek:

1. Campagne logistiek staat ingepland voor maart 2019 (Drentse campagne, additioneel aan Topdutch)
2. Er ligt een concept logistiek propositie, deze 'finetunen' met de KPI's en criteria
3. Proposities + input campagne moeten 14 februari klaar zijn
4. **Actie:** Werkgroep Topdutch + (NOM)

Overige acties:

aankomende kernteam-overleg wordt er een planning 'geëist' 2019 van Initio, Wanneer start campagne Medtech, Digitalisering, Water, HTSM? Belangrijk ivm ontwikkelen proposities.
Henk Brink: mochten wij geen planning Topdutch campagnes ontvangen van Initio, dan agenderen tijdens de EZ gedeputeerden overleg.

Date : 25-1-2019 13:21:24
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] nom.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] leeuwarden.nl, "[redacted] topdutch.com, "[redacted] fryslan.frl, "[redacted] fryslan.frl, "[redacted] heerenveen.nl
Subject : Agri/Dairy Campagne
Attachment : TopDutch - Green Building Blocks.pdf;image001.jpg;

Beste [redacted]

Topdutch heeft vorig jaar de focus gehad op groene chemie/chemport.
Het is nu de hoogste tijd om agri/dairy in campagne te brengen en de deadline hiervoor is voor eind maart lancering.

Voor Agri/Dairy hebben we vorig jaar de propositie in samenwerking opgesteld. Een goed proces.
De acquisitiestrategie moeten we nu nog aanscherpen tot op regio- en zo mogelijk bedrijfsnivo en wij (Joep en ik) komen binnen 2 weken met een voorstel naar jullie.
De volgende stap kan parallel daaraan plaatsvinden en dat is de benoeming van de keystories waarop de campagnes zullen worden gebaseerd.
In de bijlage vinden jullie een voorbeeld van een aantal keystories die voor de groene chemie-campagne zijn ontwikkeld.
Op basis van de propositie willen wij nu graag een voorzet voor de agri/dairy onderwerpen doen:

Keyvision
Ons voedselsysteem staat voor enorme uitdagingen. Niet alleen klimaatverandering, afnemende bodemkwaliteit, meer voeding-gerelateerde ziekten en dalend voedselvertrouwen, maar ook immigratiestromen, uitputting van natuurlijke hulpbronnen en instorting van insectenleven. Deze uitdagingen dwingen ons tot een transitie naar een duurzamer voedselsysteem.

Keymission
De transitie naar een duurzaam voedselsysteem wat gebaseerd is op een combinatie van een technologische & agro – ecologische benadering.

Keystories

1. *Gezond voedsel: gezond ouder worden door advanced nutricion*
2. *Smart farming solutions: schaal/efficiency vergroting door innovatieve veehouderij*
3. *Circulair & kringloopsluiting: verspilling van voedsel, grond- en hulpstoffen in de keten terugdringen*
4. *Behoud van bodemkwaliteit: behoud van bodemvruchtbaarheid, biodiversiteit, weidegang en reductie van chemische bestrijdingsmiddelen*
5. *Klimaat-neutraal: reductie van broeikasgassen*
6. *Balans tussen dierenwelzijn en efficiency: de kwaliteit van leven van het dier staat centraal*

Deze voorzet vormt ons inziens de input voor een gesprek met Initio, wat we binnenkort gaan plannen om deze onderwerpen en de acquisitiestrategie verder te bespreken.

Als we het eens zijn over de key-stories dan zullen we prominente stakeholders moeten vinden die geïnterviewd kunnen worden om inhoud aan de verhalen te geven.
Wij willen jullie vragen om een lijst van personen hiervoor aan te leveren, je moet dan denken aan mensen uit de veehouderij, bedrijven, het onderwijs en onderzoekcentra.
Dit lijstje zouden wij graag voor volgende week woensdag ontvangen.
De wijze waarop deze personen worden benaderd is natuurlijk ook van belang en dat willen we daarom vooraf nog met Initio afstemmen.

Ik wacht jullie reactie af, bel mij gerust als jullie nog vragen hebben.

Met hartelijke groet,

[redacted]
provinsje fryslân
provincie fryslân
058 [redacted]
06 [redacted]
[redacted] fryslan.frl
Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.nl

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

GREEN BUILDING BLOCKS

Wherever you look, you can't fail to see the results of the chemical industry. Our children's plastic building blocks, our medicines, our food, and the plastic packaging that keeps them fresh for longer. It's almost impossible to imagine modern life without products from the chemical industry. But the main constituents of these everyday products must become greener and more sustainable. According to scientists, that's within our reach. A look into the future of green chemical building blocks.

TOP DUTCH

TIME FOR AN OIL CHANGE: CHEMPORT EUROPE IS DEVELOPING NEW GREEN BUILDING BLOCKS

Plastic drink bottles, LEGO bricks and mattresses – they're all petroleum-based. Of every 20 products manufactured worldwide, 19 depend on the chemical industry. And since we all learned at school that the chemical industry can't do without fossil resources, it will come as no surprise that chemical companies and liquid fuels together are responsible for a quarter of all CO_2 emissions. That's just the way it is.

TIME FOR AN OIL CHANGE

Or is it? Nothing could be further from the truth. New technological developments have long been underway to make plastic bottles, LEGO bricks or mattresses from sugars or from lactic acid, for example. Some synthetic materials can even be made using greenhouse gases as a raw material. Environmentally friendly bio-based monomers are already the base material for various plastics used by manufacturers of cars, aircraft, toys, computers and mobile phones. Some technologies are already in use, others are still under development. So however much you see the chemical sector as a problem, it's also the solution. Thanks to the chemical industry, we now have batteries for green energy storage and electric cars. If the basic building blocks of chemistry themselves are made more sustainable, it won't be long before the world becomes much more environmentally friendly.

CHEMISTRY: THE GREEN MOTOR

And not before time. Everybody working within the chemical industry is convinced that it urgently needs to become more sustainable. It has to work with green building blocks to achieve the objective of the Paris Agreements.

There's still a long way to go with that. Technology alone is not enough. For oil-based products, processes have been optimized after decades of building and development. The entire infrastructure is ready to carry on producing petroleum-based plastics. Pioneers in sustainable chemistry face a major challenge in building this infrastructure from scratch. In the Netherlands, the TopDutch region is at the forefront of this. The chemical cluster Chemport Europe, located in the northern part of the Netherlands, aspires to become the world's first CO_2 negative production location by 2050. But how? And where can you connect as an entrepreneur in the chemical industry? These are chemistry's three most important new green building blocks, and how they are given shape in the TopDutch region.

1. Biomass
Agriculture and industry in one product stream

THE CHALLENGE: ACCELERATING BIOBASED CHEMISTRY

The first new raw material is biomass. Crops and residual streams from agriculture and the food industry are potential sources of chemicals, materials, fuels and energy. A truly biobased economy is being created as more and more technologies for converting this raw material are developed. Biomass is also expected to replace the role of oil and other fossil fuels in chemistry.

Fun fact: Fossil fuels are actually derived from biomass that was hidden under thick layers of earth ages ago. But could it be possible to speed up this process of millions of years, so that an industry can emerge from it? That is one of the challenges. Another is to make the extraction of chemical building blocks from biomass renewable. For example, energy can be obtained by burning biomass, but this results in the emission of large quantities of particulate matter. Therefore, it is beter to use biomass as a resource for the production of building blocks for bio-based plastics.

Renewable raw material extraction from biomass - what does this call for?

A DEVELOPED AGRICULTURAL HINTERLAND

First of all, an agricultural hinterland. With a large agricultural area and the highest production per hectare in Europe, the Netherlands is assured of a supply of biomass. In the Northern Netherlands there are excellent train, road and water connections between the agricultural hinterland and the chemical cluster. These are residual streams of potatoes, sugar beet, grain, rapeseed, maize and even wood and grass, from which scientists are able to extract useful raw materials. These residual flows are used to generate carbohydrates, proteins, sugars and fibers, which are converted into semi-finished products via biorefinery. For example, a research team led by Gert-Jan Euverink, professor of Biotechnology at the University of Groningen, the Netherlands, is conducting research into shrimp shells. Until recently they ended up en masse on the waste mountain. According to Euverink, that's a pity: there's much to be extracted from this biomass. 'These shells contain chitin, a component that can be transformed into the substance chitosan, a carbohydrate with antibacterial properties. It could be used for wound sutures, for instance. We're also thinking of antifouling for ships, where chitosan prevents barely any algae from growing, if at all.'



Research centre at Campus Groningen.

'A technology that has proven itself in the lab can be tested here on a larger scale. We're looking into how best to extract a few kilos of raw materials from a particular crop or food waste.'

Euverink's research is based at the laboratories of Zernike Advanced Processing (ZAP) in Groningen. Companies can test new technologies together with students and PhD students at this research centre on the university campus. Euverink describes this as an important link between science and business. 'A technology that has proven itself in the lab can be tested here on a larger scale. We're looking into how best to extract a few kilos of raw materials from a particular crop or food waste.'

FORESTS FOR WOODCHIPS

Biorefinery plants are essential for a biobased economy, explains professor Euverink. 'As many high-quality products as possible are extracted from biomass at plants such as these. Unlike petrochemicals, this is done at low temperatures and under low pressure, and the procedure is often based on water. The advantage of this is that the various streams remain better usable. In chemical processes at high temperatures, many molecules are so severely damaged that they can no longer be used.'



A big step forward will be taken in 2019. This year, a test plant is due to open to extract glucose from wood chips at the Chemport Industry Campus, a test area in the Northern Netherlands chemical complex. Technology company Avantium is the initiator of this biorefinery.
A commercially exploitable plant, that is yet to be built, will be used to convert woodchips from the Province of Drenthe and Groningen's publicly-managed forests into chemical raw materials such as sugars, glucose and lignin.

'Unlike petrochemicals, this is done at low temperatures and under low pressure, and the procedure is often based on water. The advantage of this is that the various streams remain better usable. In chemical processes at high temperatures, many molecules are so severely damaged that they can no longer be used.'

The sugars obtained from the Avantium biorefinery, for example, could go to the neighboring Nouryon, the former AkzoNobel Specialty Chemicals. Those sugars could subsequently be used to produce acetic acid, a product still made with fossil resources. The other raw material, lignin, is also a valuable material.

What remains of the woodchips ends up as biomass in the RWE power plant. 'The arrival of the Avantium biorefinery is a major breakthrough', says Euverink, who expects more biorefinery plants to emerge in the coming years.

'A desirable chemical reaction in a test tube is not easy to reproduce on an industrial scale in new technology.'



Prof. dr. G.J.W. (Gert-Jan) Euverink - Faculty of Science and Engineering, University of Groningen.

THE AMBITION: SCALING UP BIOBASED CHEMISTRY

The technologies for extracting raw materials from woodchips and shrimp shells have already been tried and tested. But the biggest challenge is to scale up the technology. 'A desirable chemical reaction in a test tube is not easy to reproduce on an industrial scale in new technology', says professor Euverink. The Dutch chemical sector estimates that by 2030 about 15 percent of the raw materials will be extracted from biomass. That percentage is three times higher than it is now. Chemport Europe, with its sustainable ambition, will take on a leading role in this transition.



Source: European Patent Office

Want to get to know Gert-Jan Gruter? Watch his portrait video by the European Patent Office. Click here.

2. Carbon dioxide

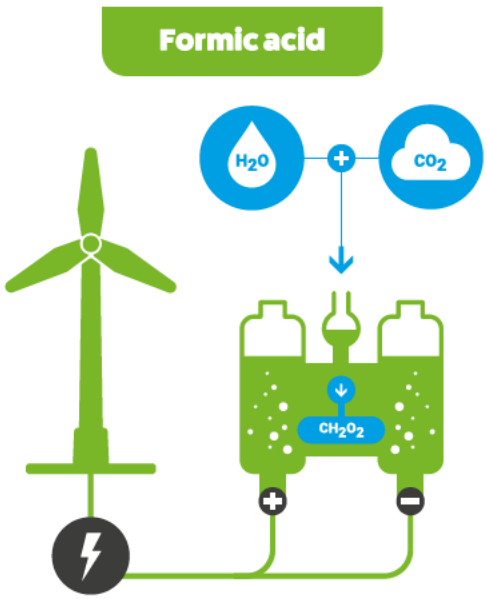
From greenhouse gases to industrial resource

THE CHALLENGE: CO_2 FROM EMISSION TO INPUT

But as biomass-based production increases, the biggest problem has yet to be addressed: carbon dioxide. The fact is that industry emits greenhouse gases. But what if it were possible to use CO_2 as a raw material for the chemical industry? That would be a win-win situation: thanks to industry, undesirable quantities of greenhouse gases are reduced to an acceptable level and the industry itself emits less. Making this possible is the holy grail for scientists. Some even believe that this is the only way to achieve the agreed CO_2 reduction of 80 percent by 2050 compared to 1990.

THE AMBITION: DEVELOP THE FIRST CO_2-NEGATIVE CHEMICAL CLUSTER

That's why Chemport Europe aims to become the world's first CO_2 negative production location by 2050. But how? The technology to turn CO_2 into a raw material for the chemical industry is still under development. Various scientists in the Netherlands are looking into the possibilities. It's difficult to chemically split CO_2, says Gert-Jan Gruter, endowed professor of Industrial Sustainable Chemistry at the University of Amsterdam. 'The molecule CO_2 is the chemical industry's drain. It takes a lot of energy to turn it into a usable new raw material.'



A much more promising way is to use electricity: with hydrogen, you can convert CO_2 into formic acid, for example. 'That is a very useful building block for the chemical industry: formic acid can even be used as car fuel', says Gruter, who is also Chief Technology Officer at Avantium. Gruter is not in favour of underground CO_2 storage. 'Carbon Capture and Storage (CCS) is a bad idea because it's not a structural solution to the problem. It's a modern-day landfill, that costs a lot of money and does not yield anything.'

'Carbon Capture and Storage (CCS) is a bad idea because it's not a structural solution to the problem. It's a modern-day landfill, that costs a lot of money and does not yield anything.'

CO_2: RAW MATERIAL FOR POLYMERS AND POLYESTERS

Avantium is currently researching the best and most efficient technology for transforming CO_2. A few years ago it took over the American start-up Liquid Light. That company had mastered the technology, but had problems with scaling up and went bankrupt. Avantium acquired the patents and brought the equipment and staff to Amsterdam. Avantium's laboratory now employs a research group of 15 people whose task includes continuing to develop the technology and ultimately scale it up in a pilot plant.

The Amsterdam-based technology company converts CO_2 into formic acid using a catalyst and electricity. This liquid is subsequently reconnected to CO_2 to form oxalic acid, a potential monomer for polymers and polyesters. Professor Gruter: 'There's another chemical process we can use to turn oxalic acid into glycolic acid, which serves as a raw material for specific types of suturing material. These substances dissolve naturally after two weeks.'

'The switch to renewable energy not only reduces electricity costs. If producers have to pay for their CO_2 emissions, we'll also earn from supplying this raw material.'

Avantium has made a conscious choice not to focus on the production of fuels because raw materials for plastics have a better earning model. In the future, CO_2 in particular may well become lucrative as a raw material for chemical building blocks. 'The switch to renewable energy not only reduces electricity costs. If producers have to pay for their CO_2 emissions, we'll also earn from supplying this raw material', according to the CTO.

He believes that it remains a technical challenge to capture CO_2. 'These technologies are also still in their infancy, but it's just a matter of time. On a global scale, a great deal of research is being done in this area.'



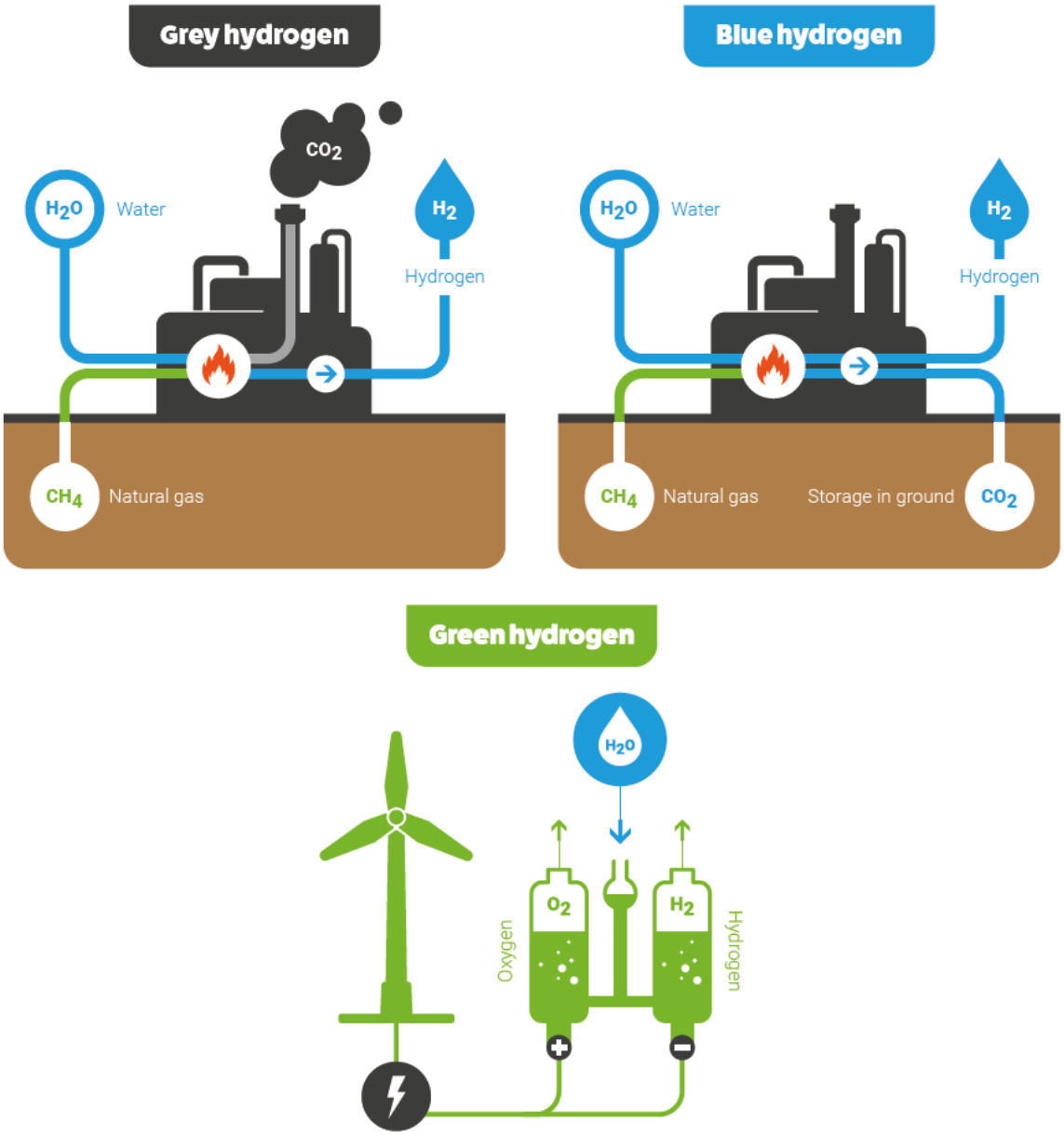
CO_2: RAW MATERIAL FOR PET BOTTLES AND LEGO BRICKS

Professor Gruter is also conducting research into oxalic acid with colleagues at the University of Amsterdam. The research group Industrial Sustainable Chemistry (ISC) is conducting research together with toy manufacturer LEGO. They're looking for a way of making the plastic building blocks from CO_2 and biomass in the future. 'We want to make high quality plastics that we can use to make even better plastic bottles in the future. We hope to be able to make a bottle that no longer needs to be melted down after recycling, but can be refilled after a thorough wash. Just as we do with glass beer bottles.' According to the professor, the chemical industry still has many opportunities to achieve a greener society. 'The time has come to once again unravel all the elements of the periodic table.'

CO_2: RAW MATERIAL FOR COSMETICS

At Chemport Europe, the young scale-up Photanol is also innovating with CO_2 as a raw material. The company produces various organic acids from cyanobacteria, solar energy and carbon dioxide, which form the basis for the production of bioplastics and cosmetics. In 2019, construction is due to start on a pilot plant in Delfzijl (province of Groningen), which will source its CO_2 from the neighboring Nouryon plant.

'The time has come to once again unravel all the elements of the periodic table.'



3. Hydrogen
From grey to green

THE CHALLENGE: A GLOBAL HYDROGEN ECONOMY

And then we have a third green building block: hydrogen. In Japan, it is seen as the ingredient for a sustainable society. That country is leading the way in the use of this renewable energy source. The whole world will also experience this during the 2020 Olympic Games in Tokyo. The Olympic village where more than 17,000 athletes and guests are staying will be transformed into a 'hydrogen city'. All accommodation, sports locations and catering establishments will be supplied

with electricity and hot water via hydrogen energy. Japan also aims to have around 35 hydrogen filling stations during the Olympic Games. The car brands Toyota and Honda are striving to put at least 6,000 hydrogen cars on the road. The Japanese government has been investing in large-scale projects to transform the country into a hydrogen-based society since 2014. For the time being, the country is extracting the hydrogen from Australian lignite. The hydrogen is to be extracted from fossil-free energy by 2040.

The Japanese aren't doing this for nothing. Green hydrogen not only serves as an environmentally friendly and safe fuel; it is also a useful building block for the chemical industry. Green hydrogen can be produced from green electricity through electrolysis. It can also be produced from biomass and biogases. This calls for gasification and steam reforming respectively. And the best thing about it: hydrogen can be transported through gas pipelines.

DUTCH HYDROGEN ECONOMY: EXPERTISE, INFRASTRUCTURE AND AMBITION

The Netherlands is also a strong advocate of hydrogen. It appears to present a solution to many problems. For example, the gas can be used to store sustainably generated energy, as large surpluses of wind and solar energy will become available in the future. The green energy can easily be converted into hydrogen, and - at a later stage or at another location - can just as easily be converted into green electricity. Hydrogen can also be used as a fuel for transport. But especially for the chemical sector, hydrogen is an important green building block. It is not only an alternative to natural gas and oil to run chemical processes, but can also be used as a raw material.

The Netherlands does not yet have a large-scale hydrogen supply. Hydrogen is already being produced, as a residual stream from various chemical processes. But this is 'grey' hydrogen, because it is obtained from fossil natural gas.



Gemini 1, located in the North Sea, is Europe's largest offshore wind park.

SHAPING THE FUTURE HYDROGEN ECONOMY

The big step forward is when hydrogen can be produced on a large scale from sustainable energy - green hydrogen. Dutch industry in the TopDutch region is working hard to scale up the technology. Various research projects are underway. Multinationals such as Shell and Nouryon and energy companies such as Gasunie, RWE, Engie and Nuon form consortia with various knowledge institutions.

Hydrogen is produced through electrolysis. 'With the aid of electricity water is split via an electrolyzer into oxygen and hydrogen', explains Erik Heeres, professor of chemical technology at the University of Groningen. Professor Heeres is involved in Hydrohub, a test center shortly due to be opened, where an electrolyzer with a capacity of 1 megawatt will run. The partners of the project, in which approximately 6 million euros will be invested, are: Shell, TNO, Frames, Nouryon, Groningen Seaports, Hanze University of Applied Sciences, the University of Groningen, GasUnie and the research institute for process technology ISPT.

'There is enough knowledge available to improve and scale up these electrolyzers.'

According to Erik Heeres, the Netherlands has plenty of opportunities to take a leading position in the production of electrolyzers. 'There is enough knowledge available to improve and scale up these electrolyzers.' Hydrogen plants will certainly start operating in the north of the Netherlands in the future. In the north, large amounts of wind energy come ashore from the sea, which can be converted into hydrogen.



Hydrogen takes the greening of chemistry a step closer. In the future, chemical processes that still require fossil resources could partially run on hydrogen. The Groningen-based company BioMCN is a case in point. This company currently produces methanol from natural gas and biogas, but

also has plans to produce methanol by having hydrogen react with CO_2. This is making the company's methanol greener and greener. In the longer term, there will be a great opportunity to supply green hydrogen via a shared infrastructure, so that all companies in the chemical cluster can benefit.

THE TOPDUTCH REGION GAINING MOMENTUM

The chemical industry needs green building blocks. This calls not only for pilot plants, but also for sustainable total solutions, an infrastructure and logistics and a culture of intensive cooperation. Such innovations are gaining momentum in the TopDutch region. Working together, these innovative pioneers will help the chemical cluster in the Northern Netherlands to achieve its ambition of producing sustainably and CO_2 negatively by 2050. 'Developments could rapidly gain momentum', predicts biotech professor Euverink. 'Certainly as oil and natural gas become scarce or when governments start putting a price on CO_2 emissions. Companies would do well to prepare for greener business operations.'

JOIN TOPDUTCH

So what will be your new industry? What raw materials does your company need for green and sustainable production? Contact our network of knowledge-intensive institutions and innovative and entrepreneurial companies. You'll soon see for yourself how quickly things get done here in the Northern Netherlands.

Contact
Errit Bekkering
+31 (0)6 250 083 70
bekkering@nom.nl

TOPDUTCH.COM

A good place to be great

provinsje fryslân
provincie fryslân

Antwoorden op schriftelijke vragen FNP inzake TopDutch

1. Kin it Kolleezje fan DS befêstigje dat der ynterne strideraasje wie/west hat by de TopDutch organisaasje? Sa ja, sûnt wannear (hokker datum) binne jim dêrfan op de hichte? Klopt it dat dy yn july al bekend wienen by de trije provinsjes? Hokker problemen hawwe der krekt west of binne noch oan de oarder? Klopt it dat de deputearre fan Grinslân, as 'penvoerder', koördinearjend deputearre wie? Graach in taljochting.

   Krekt foar de simmer is der gewach makke fan wranteligens tusken de opdrachtnimmer en de oare inisjatyfnimmers. Dat is yn it foarste plak kenber makke oan de provinsje Grinslân, dy't as penfierder (en as oanbesteegjende tsjinst hannelet) út namme fan de trije noardlike provinsjes.

   Mids july hawwe wy fia ien fan de inisjatyfnimmers sicht krigen yn it ferskil fan ynsjoch oer de gearwurking en oer hoe't de útfiering en it kontraktueel fêstlizzen fan opdrachten ûnderling foarmjûn is. Destiids is in earste sinjaal ôfjûn dat de gearwurking sa net langer hâldber wie. Tagelyk wie der by de inisjatyfnimmers noch wol betrouwen om romte te meitsjen foar bettere ôfspraken en in konstruktive gearwurking. It kaam ús dan ek oer it mad dat trije inisjatyfnimmers ein july opstapt wiene. Hja koe úteinlik dochs net ta ferbettere (finânsjele) ôfspraken komme, om mar net te sprekken om soks op papier fêst te lizzen.

2. Hoe kin it dat it, nei de earste sinjalen, leafst hast trije moanne duorre hat foardat ien fan de deputearren (Brouns) op 17 oktober 2018 in petear hân hat mei de belutsen reklameburo's?

   Deis foar it simmerreses hawwe de trije inisjatyfnimmers oanjûn op te hâlden mei de TopDutch-gearwurking. De Grinzer deputearre Brouns hat, as penfierder, it inisjatyf nommen om alle partijen om 'e tafel te krijen. Oan haadopdrachtnimmer (Initio) is oanjûn is dat wy as opdrachtjouwers gjin fertraging akseptearje en dat ôfspraken neilibbe wurde moatte. It is net earder as op 17 oktober slagge om alle partijen byïnoar te krijen.

3. Wêrom hat it Kolleezje fan DS der net foar keazen de berjochtjouwing oer de problemen by TopDutch te dielen mei de Steaten?

   Op grûn fan sinjalen fan de inisjatyfnimmers hiene wy noch hieltyd it byld dat de gearwurking wer oerein hâlden wurde koe. As opdrachtjouwers wiene wy tefreden oer de gearstalling fan it utfierend team en dy gearstalling woene wy hoekhâlde. Soks hat deputearre Brouns ek meidield yn it petear fan 17 oktober.

   Fierdersoan is in ûnofhinklike prosesbegelieder oansteld (de hear [redacted] foarsitter VNO-NCW Noord) om partijen wer bymekoar te bringen. Op 22 oktober is út namme fan de opdrachtjouwers in brief útgien, fia de penfierder, om nochris dúdlik te meitsjen hokker risseltaten ferwachte wurde. It is oan de partijen sels om de goede wurkwize hjirfoar te organisearjen.

   Krekt op 29 novimber 2018 binne wy formeel op 'e hichte steld fan it opstappen fan twa inisjatyfnimmers. Ien fan dy partijen kaam út Fryslân wei. Wy wiene noch hieltyd yn de oertsjûging dat partijen saaklik ta in goede wurkwize komme koene, hielendal mei help fan de prosesbegelieder.

   As opdrachtjouwer fergje wy de opdrachtnimmer fan de haadopdracht (Initio) op de fuortgong en kwaliteit fan de resultaten/kampagnes, dêr't wy in saaklike relaasje mei hawwe. Hoewol't wy fansels in foarkar hawwe foar noardlike partijen om de opdrachtnimmer hjirby te helpen, kinne we soks op grûn fan rjochtmjittigens net ôftwinge. Op dit stuit ûntbrekt it ús noch oan neiere ynformaasje hoe't de haadopdrachtnimmer de gearstalling fan it utfierend team no op 'e nij foarmjaan sil.

4. Klopt it berjocht fan 24 oktober 2018 op RTV Noord dat it frijwol wis is dat Tesla net nei Fryslân, Grinslân of Drinte komt? Is yn de eagen fan DS dêrmei de kampanje net foar in grut part mislearre yn de oarspronklike opset?

   Tesla hat noch hieltyd gjin definityf berjocht útdien oer de nije lokaasje foar harren Giga-faktory. Hoewol't yn it foar dúdlik wie dat ús kânsen as Noard-Nederlân lyts binne, kin noch hieltyd net konkludearre wurde dat wy definityf út byld binne. Mar de konkurrinsje liicht der net om; sa'n 300 regio's hawwe oanjûn niget te hawwen oan de fêstiging fan Tesla.

   It ynternasjonale, nasjonale en regionale omtinken foar de Topdutch kampanje meie we seker beskôgje as opbringst en geunstich resultaat. Wy hawwe ússels wol deeglik op'e kaart set as oantreklike fêstigingsregio. It is goed om yn bestân te nimmen dat by (ynternasjonale) akwisysje foarôf nea wissichheid is oer súkses. Soksoarte trajekten wurde faak opset mei stille diplomasy. No is Noard-Nederlân yn alle gefallen dúdlik op 'e kaart set.

5. Wat hawwe wol oantoanbere, hurde resultaten west fan de TopDutch kampanje, dy't dêr dan ek in streekrjocht gefolch fan binne? Yn de beskikking foar de kampanje stiet eksplisyt dat it in doelstelling is dat in lykwichtich part fan de ynvestearrings en dêrmei wurkgelegenheid yn Fryslân telâne komt. Wat is dêrfan yntusken realisearre? Mei oare wurden, wat hat de € 1,35 miljoen opsmiten dy't de 4 reklameburo's opstrutsen hawwe? Hoefolle is der yntusken útjûn en wêr is dat krekt oan útjûn?

   Initio moast foar Noard-Nederlân in (ynternasjonale) 'branding'-kampanje opsette, dêr't ferskate tema's oan ophongen wurde kinne. De trije provinsjes hawwe meimekoar € 1,2 mln hjirfoar beskikber steld foar in tiidrek fan twa jier. De earste trije kampanjes wiene:

   - *it fergrienen fan de gemy*
   - *Agri-Dairy*
   - *Transport & Logistyk*

   It úteinlike stribjen is om súksesfolle proposysjes te ûntwikkeljen dy't ta nije fêstigings fan grutte (ynternasjonale) ûndernimmingen yn it Noarden liede. Yn fiif jier soe dan foar sa'n 2000 minsken wurkgelegenheid kreëarre wurde.

   Yn de beskikking oan Initio is oanjûn dat wy op syn minst tsien súskesfolle "leads" ferwachtsje. It fierder begelieden fan dy leads falt ûnder de ferantwurdlikens fan de NOM. Wy wolle derop ta dat de ferdieling fan nije bedriuwen lykweardich oer de trije provinsjes ferparte waard. Hjir de kanttekening dat we fansels net yn hâldershân binne, de bedriuwen hawwe úteinlik it lêste wurd.

   De oanpak fan Inititio bestiet út trije lagen:

   1- Kampanjes: promoasje en akwisysje

   2- Endorsement: saneamde ambassadeursprojekten

   3- Brede, iepen 'branding'; "eltsenien is Topdutch"

   Yn 2018 is it merk Topdutch trochûntwikkele en útwurke yn basismiddels. Dat fine we werom yn de ynspannings dy't dien binne oangeande posysjonearring, merkstrategy, it kommunikaasjekonsept, de kampanjestrategy, de útfiering fan kampanjes en de endorsement- en brandingprojekten. It merk en de ûntwikkele basismiddels foarmje meimekoar it basis-konsept foar de Topdutch branding-kampagne.

   De "electrify"-kampanje dy't foar Tesla ornearre wie - mei in enerzjy/batterij-proposysje - is ek yn 2018 útfierd. De oare kampanjes folgje yn 2019, te begjinnen mei de gemy-kampanje, dy't yn desimber 2018 úteinset is.

   Oant no ta is € 591.254 bestege; it budzjet dat noch oer is sit op € 608.745. Sjoch ek de taheakke.

De opbringsten fan (online) kampanjes binne kontakten fia website, linked-in en social media. In rûzing fan de media-wearde is yn de taheakke opnaam.

6. Hoe ferstannich is it, om yn in tige oerspande arbeidsmerk, jo op dit stuit te rjochtsjen op oare, nije bedriuwen dy't har hjir fêstigje? Sil dat net ekstra konkurrinsje opleverje yn de 'striid' om goede minsken te finen? En sille de besteande bedriuwen dy't al yn de regio fêstige binne dêr gjin lêst fan hawwe?

   It ynternasjonaal swyljen fan bedriuwen, binne prosessen dy't foar in lang tiidrek rinne. It kin somtiden wol tsien jier duorje ear't troch in bedriuw in einbeslút nommen wurdt. Dizze marketing-ynspanning mei budzjet, jout op dit stuit gjin hurde garânsje ta fêstiging fan bedriuwen yn it kommende jier. It keallet dan ek swier om in oarsaaklik ferbân oan te jaan tusken promoasje en de 'landingen' dy't derop folgje. De útdrukking "onbekend maakt onbemind" giet hjir fansels wol op. Op 'e langere termyn ferwachtsje wy seker konkretere resultaten fan de marketing. Ekonomyske omstannichheden kinne dan oars wêze as hjoed de dei.

   Yn Noard-Nederlân is yndie druk op 'e arbeidsmerk, hielendal yn de technyske sektor. Mei re-yntegraasjetrajekten en ekstra ûnderwiis wurdt hjirop ynspile. Yn de rest fan it lân, benammen yn de Rânestêd, is de druk noch grutter. Soks smyt krekt wer kânsen op foar ús regio. Dat sjogge we bygelyks ek yn de logistike sektor.

   De ynternasjonale marketing en akwisysje ûnder Topdutch is benammen rjochte op bedriuwen dy't oanfoljend binne yn de ferskate sektoren. Yn eltse ekonomyske konjunktuer kin konkurrinsje op goed personiel nea yn it foar kommen wurde.

TAHEAKKE

TOPDUTCH

YNSPANNINGS 2018.

Klear	Aktiviteit	Omskriuwing/deliverables
Jannewaris	Organisaasje	- Oanlûke projekteigner - Fêststelle budzjetferdieling - Fêststelle kampanjetema's
Febrewaris	Kampanje: Electrify	- Kampanjeûnderdielen: Billboards, social kampanje, lansearring - Rispinge kampanje, û.o.: o 1.678.080 eye-balls[1] o 28 ynsprutsen voicemails o 34 ynfolle formulieren
April	Posysjonearring	- Tarieding posysjonearringstrajekt en fraachpetearen - Fraachpetearen belanghawwenden - Utwurking posysjonearringsrjochtingen - Presintaasje oan deputearren
	Ecolution Keningsdeifilm	- Film konseptûntwikkeling - Film produksje - Utwurking branddesign-ûntwerp yn ûntwerp Ecolution
	WTC General Assembly	- TopDutch branding; look & feel
Maaie	Branddesign	- Utwurkje ûntwerprjochtingen - Presintaasje earste branddesign-ûntwerp
Juny	Kampanje gemy - earste fase & ûntwerp	- Ophelje proposysje en ynhâld gemy kampanje - Konsept-ûntwikkeling gemy kampanje *Yn ferbân mei wegering meiwurking Ben Feringa kampanje ferset* - Content-ûntwikkeling gemy kampanje
	Online growth strategy	- Online growth strategy ûntwikkeling; opleverje basisdokumint
July	Chemport beursstipe Philadelphia	- Kreative oersetting content gemy kampanje foar ynset socials - Social stipe op Twitter
	Website upgrade 1 lansearring	- Nije webside struktuer, siden-teksten en fotografy - Tapassing nij branddesign
Augustus	TopDutch sinnebrillen	- 5.000 stiks yn nij branddesign
	Reorganisaasje team	- Yn ferbân mei opsizzing [redacted] en [redacted] reorganisaasje team foar it trochsetten fan it projekt
Septimber	Wrâldhavendagen Rotterdam: Ecolution & promo-materiaal	- Promo-team mei sinnebrillen, flagge, strânflaggen, ynhâldlik materiaal
	Elsevier advertinsje	- It opmeitsjen fan Elsevier advertinsje
	Open Days Brussel	- Ynset TopDutch branding
Oktober - Novimber	Promo-aksje wurkfestival	- Promoasje-aksje op wurkfestival mei frachtauto

[1] *In term yn de marketingwrâld, dêr't it oantal persoan mei bedoeld wurdt dy't mei de kampanje yn oanrekking komme.*

	Website upgrade 2 en tarieding upgrade 3	- Upgrade Webside upgrade; ree foar gemy-kampanje - Untwikkeling klikmodel foar upgrade 3 (webside-platfoarm)
	Klear meitsje fan posysjonearring	- Posysjonearring oanskerpje op grûn fan opdiene ynsichten en úteinlike presintaasje
	Kommunikaasje-ûntwerp	- Kommunikaasjekonsept rasjonale - Untwerp film - Byldûntwerp - Oanskerpje kommunikaasjestrategy
	Kampagne-ûntwikkeling	- Untwikkelje kampanje konsepten - Kampanje konsept ideeën - Ynrjochtsje marketingfunnel - Oanskerpje marketingkampanje
	Branddesign	- Trochûntwikkelje branddesign op grûn fan kommunikaasje-ûntwerp
	Tech ynfra	- It oantúgjen fan technologyske ynfrastruktuer oan kommunikaasje- en kampanjestrategy o Social Studio (social listening & behear) o Pardot (B2B Marketing Automation) o Sales cloud (CRM) o Google Data Studio (reporting)
Desimber	Kampagne gemy - part 1	- Content-ûntwikkeling: trije key stories - Kampagne-ûntwikkeling – deel 1: Linkedin Lead Generation Ads - Ynrjochtsje Pardot, Social Studio, Newsletter
Trochrinnend	Gearwurking regionale partijen	- NOM foar it generearjen fan leads, ynhâldlik promoasjemateriaal, presintaasjes en oare kommunikaasje - Oansluting en gearwurking Top Dutch Talent; lid fan projektgroep
	Ferkenningspetearen gearwurking	- Smrt.Bio en Careerup t.b.v. Talent - GasUnie t.b.v. Olympyske spullen 2020 en wetterstofekonomy - Eksportclubs Noard foar ynternasjonalisearring - InnovatieCluster Drachten foar ûntwikkeling Tech/HTSM proposysje - Top Dutch Solar Racing team foar branding en mooglike crowdsponsor-aksje
	Gearwurking mei studinten	- SIM Community foar ûndersyksprojekten - Hanze honours kolleezje foar graduate internships (twa studinten sette fan febrewaris ôf útein)

RESULTATEN.

Rispinge TopDutch Tesla kampanjes

	Hi Tesla (2017)	Are You TopDutch? (2017)	Electrify (2018)
Algemien			
Eye-balls	2.802.243	1.346.462	1.678.080
Unike webside besikers	10.640	9.858	9.690
Mediawearde	600k – 800k	200 – 250k	
Social targeting			
Linkedin	4.369 sesjes 4.401 unike brûkers 75 unike Tesla VP's		41.504 fertoaningen 493 unike brûkers
Twitter	1.558 fertoaningen 32 unike Tesla VP's		452.695 fertoaningen 1.486 unike brûkers
Instagram		58.076 fertoaningen 542 unike brûkers	122.292 fertoaningen 564 unike brûkers
Facebook		85.266 fertoaningen 2.329 unike brûkers 146 streekrjochte oanmeldings	140.748 fertoaningen 8.370 unike brûkers
Youtube ynteraksjes	15.900 fertoaningen	7.747 fertoaningen	12.322 fertoaningen
Oar:		3.341 oanmeldings	181 x skille 28 ynsprutsen voicemails 34 ynfolle formulieren

Beurs Philadelphia: social stipe op twitter (yn 3 dagen)

Algemien	
Eye-balls	268.139
Unike webside besikers	870
Social targeting	
Twitter	- 479 link-clicks - 266 likes (mei ik wol oer's) - 150 retweets - 83 nije folgers

Folgers social media kanalen dsiember 2018

	Folgers	Likes (mei ik wol oer's)
Facebook	622	602
Twitter	3.405	2.147
Linkedin	281	-
Instagram	561	-

LEAD GENERAASJE.

Yn oerlis mei de NOM en yn ôfstimming mei it kearnteam wurde út TopDutch wei, gjin lead-listen en mooglike landingen iepenbier makke.

FINANSJES.

Datum: 18 desimber 2018

TopDutch budzjet meimekoar: 1.200.000,00

Kosten útfierde wurksumheden: 591.254,14

Budzjet dat noch oer is: 608.745,86

	Priisopjefte oanbesteging	Nije budzjetferdieling per desimber 2018	Fakturearre
Basis	€ 160.000,-	€ 285.000,-	€ 221.137,50
Key Campagnes	€ 465.000,-	€ 487.500,-	€ 137.890-
Endorsements	€ 150.000,-	€ 80.000,-	€ 30.620,79
We Are Top Dutch	€ 65.000,-	€ 55.000,-	€ 16.772,52
Dedicated team	€ 360.000,-	€ 292.500,-	€ 184.833,33
Meimekoar	**€ 1.200.000**	**€ 1.200.000,00**	**€ 591.254,14**

Wês wach! Dit oerjsoch is mei ynbegrepen de Electrify campagne, net opnommen yn de oarspronklike oanbesteging.

Date : 19-7-2017 10:09:04
From : "[redacted]provinciegroningen.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : Automatisch antwoord: Topdutch naam

Geachte mailer,
I.v.m. vakantie ben ik afwezig tot en met 14 augustus en zal uw mail waarschijnlijk niet lezen. Voor dringende zaken kunt u bellen met het secretariaat: 050-3164462.

Met vriendelijke groet,
[redacted]

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Date : 29-1-2019 15:15:04
From : [redacted]" [redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted] [redacted]drenthe.nl
Subject : Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde van de GroenLinks-fractie over de ontwikkelingen inzake TopDutch
Attachment : image001.jpg;

Dag [redacted]

GS hebben conform besloten over bovengenoemd stuk, de brief is inmiddels verstuurd naar Provinciale Staten.

Hartelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
Postbus 122
9400 AC Assen
T: (0592[redacted]
E: [redacted]@drenthe.nl
provincie.drenthe.nl


provincie Drenthe

Date : 16-1-2019 16:48:59
From : [redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx
Attachment : Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx;

Hoi [redacted]
[redacted] alvast een paar opmerkingen, ik vond het zonder kennis van zaken een beetje moeilijk te lezen, kijk maar even of je er wat mee kunt ....
Groetjes [redacted]

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Voor beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde

Algemene gegevens	
Opsteller	tst.
Team	Economie
Datum	donderdag 10 januari 2019
Uiterste behandeldatum in GS: 29 januari 2019 *Toelichting: Antwoord moet* uiterlijk op vrijdag 1 februari 2019 worden verzonden.	

Teammanager
Erik Bos
Paraaf *Bespreken:*

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie

Akkoord portefeuillehouder
Henk Brink

Intern voorbereid met
1. BC
2. S&I
3. FIN
4. BC

Akkoord provinciesecretaris
Wim Brenkman

Met opmerkingen [PD1]: Vermeld de naam van het team/programma en de medewerker(s) met wie je het stuk hebt voorbereid. Wees compleet in het vermelden van de teams/programma's, maar probeer verder de lijst te beperken tot de voor dit GS-stuk meest relevante medewerkers uit die teams/programma's.

Archivering	
Datum:	*Registratienummer:*
	nr.
	nr.
	nr.

Communicatie
Openbaar: Ja, later. Openbaar vanaf ontvangst brief door vragensteller.
Persbericht: Nee
Bekendmaking: Niet van toepassing

Met opmerkingen [pd2]: Geef aan of er een afzonderlijk persbericht noodzakelijk is. Dit is het geval voor belangrijke of actuele onderwerpen. Neem in zo'n geval tijdig contact op met het team COM. Een conceptpersbericht voeg je niet bij het GS-stuk.

Onderwerp

Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde van de GroenLinks-fractie over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Advies

In te stemmen met de brief aan de GroenLinks-fractie, in afschrift aan de overige Statenleden.

Beslissing GS

Risico's

Politieke gevoeligheid rondom TopDutch. Met de brief wordt open en transparant aangegeven hoe hier vanuit Drenthe mee wordt omgaan. Beantwoording is afgestemd met de provincies Groningen en Fryslân.

Met opmerkingen [PD3]: Verwerk hierin ook eventuele afwijkende meningen en op welke argumenten en risico's deze zijn gebaseerd. NB. De insteek is dat in eerste instantie wordt uitgegaan van een eensluidend advies aan GS.

Kanttekeningen vanuit de organisatie

Niet van toepassing.

Aanvullende informatie voor GS

Van de drie provincies heeft alleen Drenthe de middelen via Provinciale Staten beschikbaar gekregen voor TopDutch. Op 27 december 2017 is met het Statenstuk 2016-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' door PS besloten om € 400.000,-- beschikbaar te stellen voor de uitvoering van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder de penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân. In september 2017 en februari 2018 zijn de Drentse statenleden bijgepraat over TopDutch.

Tekst openbare besluitenlijst

Dubbelklik ***hier*** om het onderdeel Tekst openbare besluitenlijst in te vullen.

Met opmerkingen [PD4]: Als op het kopblad bij Openbaar "Ja" of "Ja, later" is ingevuld, vul hier dan altijd een tekst in.

Verzenden

Met opmerkingen [PD5]: Let op dat je, voordat je op de knop Verzenden klikt, Outlook OPEN hebt staan!
Druk op de knop Verzenden om de 'tekst openbare besluitenlijst' te verzenden aan het team COM. Wacht met verzenden tot je er zeker van bent, dat de 'tekst openbare besluitenlijst' volledig is ingevuld. En verstuur deze tekst pas als het gaat om de definitieve versie zoals die naar GS gaat.

Aan:
De heer H. Nijmeijer

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, @
Ons kenmerk @
Behandeld door de heer EC Hoppenbrouwer (0592) 36
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Geachte ,

In uw brief van 2 januari 2019 stelde u een aantal vragen over de recente ontwikkelingen rondom TopDutch. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1
Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?

Antwoord 1
Net voor de zomer in 2018 is er een melding gemaakt aan de penvoerder provincie Groningen van de wrijving tussen de opdrachtnemer (Initio) en de door de provincie Groningen als aanbestedende dienst namens de gezamenlijke opdrachtgevers geselecteerde ~~ingeschakelde~~ bedrijven. ~~Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als penvoerder (en aanbestedende dienst) handelt uit naam van de drie Noordelijke provincies.~~

Medio juli is ons college ~~zijn wij~~ door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming. ~~Destijds is een eerste signaal ontvangen, dat de samenwerking op de huidige wijze niet langer houdbaar was.~~ Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen in ~~en ruimte voor~~ het maken van betere afspraken en ~~te komen tot~~ een constructieve samenwerking voor het vervolg.

Met opmerkingen [PD6]: Vermeld hier de naam van de vragensteller (het fractielid). Begin de naam met de heer of mevrouw, vermeld de initialen en de achternaam.

Fictief voorbeeld bij één vragensteller:
Aan:
mevrouw A.B. Jansen

Fictief voorbeeld bij meerdere vragenstellers (zet de namen onder elkaar):
Aan:
mevrouw A.B. Jansen en
de heer E.F. Smit

Met opmerkingen [PD7]: Datum wordt ingevuld door het team BC.

Met opmerkingen [PD8]: Kenmerk wordt ingevuld door het team BC.

Met opmerkingen [ ] Als ik de hele brief lees en zinder dat ik inhoudelijk kennis van zaken heb is het mij onduidelijk wat het verschil is tussen :
-De initiatiefnemers
-De oorspronkelijke initiatiefnemers
Is dit hetzelfde?
En is dit hetzelfde als team Top Dutch

-De ingeschakelde bedrijven
-De twee ingeschakelde bedrijven
Zijn er 2 bedrijven geselecteerd of meer?

Steeds dezelfde termen gebruiken

Met opmerkingen [ ]: Je kunt hier de vraag op krijgen: door wie is aan Groningen een melding gedaan?

Met opmerkingen [ ]: En wij zijn dus niet eerder door de provincie Groningen zelf geïnformeerd? Er wordt gevraagd naar wanneer het college door de provincie Groningen op de hoogte is gebracht, dat wordt nu niet beantwoord. Ook wordt niet gezegd dat we volledig door de provincie groningen zijn geïnformeerd. En de vraag waarom het college PS niet actief op de hoogte heeft gesteld wordt ook niet beantwoord.

De Groninger gedeputeerde Brouns heeft daarop (in overleg), als penvoerder, het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit is niet eerder dan op 17 oktober 2018 gelukt. Aan ~~de opdrachtnemer (~~Initio~~)~~ is in dat overleg aangegeven, dat ~~de wij als~~ opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd moeten ~~dienen te~~ worden. ~~Het is niet eerder dan 17 oktober 2018 gelukt om alle partijen aan tafel te krijgen~~. ~~Dit heeft gedeputeerde Brouns ook aan de partijen medegedeeld in het overleg op 17 oktober 2018.~~

Vervolgens heeft ~~is door~~ Initio ~~de opdrachtnemer~~ zelf, een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (dhr [redacted] voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de provincie Groningen ~~penvoerder,~~ namens ~~uit naam van~~ de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, waarin ~~om~~ nogmaals duidelijk is gemaakt ~~te maken~~ welke resultaten worden verwacht. ~~Deze brief is naar de opdrachtnemer ook een signaal van zorg geweest en H~~het is nu aan Initio ~~de opdrachtnemer~~ om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Met opmerkingen [ ]: We zijn inmiddels 3 maanden verder, ma de brief van 22 oktober…

Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door Initio~~de opdrachtnemer~~ zijn ingeschakeld geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met Initio ~~de opdrachtnemer~~ te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot d~~at~~it moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst. ~~Dit doet echter niets af aan de opdracht en het samenhangende contract.~~

~~*Als opdrachtgever sturen wij de opdrachtnemer (met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben) aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Drentse partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.*~~

Met opmerkingen [ ]: Zou ik niet opnemen, me beperken tot de vragen.

Vraag 2
Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?

Antwoord 2
Ja, er is inzicht in gegeneerde leads en prospects. In overleg met de NOM worden er vanuit TopDutch in verband met vertrouwelijkheid geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

Met opmerkingen [ ]: Ook niet aan GS dus?

Vraag 3
Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen

en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?

Antwoord 3

De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch campagne, kunnen we zeker beschouwen als opbrengst en positief resultaat. Noord Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. Daarbij moet in acht worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan zijn over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties, wordt echter ook steeds meer via internet en social media gedaan. Door de frisse vernieuwende "online" aanpak, is Noord Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen. Dit zien we ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes, de endorsement en de brandingprojecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basis-concept voor de TopDutch branding campagne.

De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de media-waarde is in de bijlage opgenomen.

De internationale acquisitie van bedrijven zijn langdurige processen. In sommige gevallen wordt pas na 10 jaar een definitief eindbesluit genomen. Deze marketing inspanning (TopDutch) met budget, geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en "landingen" kan dan ook moeilijk worden gemaakt. De uitdrukking "onbekend maakt onbemind" gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketing-inspanning. De economische omstandigheden kunnen dan anders zijn dan nu.

Vraag 4

Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutchcampagne?

Antwoord 4

Als opdrachtgever sturen wij de opdrachtnemer Initio, met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben, aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet aanhaken, zullen wij met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de

Met opmerkingen [redacted]**:** oorspronkelijke initiatiefnemers ; zijn dat dezelfde 2 bedrijven van vraag 1 die de samenwerking hebben beeindigd?

opdracht. Met de brief van 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, duidelijk aangegeven welke resultaten worden verwacht.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris , voorzitter

Bijlage(n) :
- @

Met opmerkingen [PD16]: Bijlage(n) alleen vermelden als deze van toepassing is/zijn, anders deze aanduiding verwijderen uit de tekst. Geef per bijlage puntsgewijs de naam/het onderwerp van de bijlage weer.

Als je het hele sjabloon hebt ingevuld en je alle opmerkingenballonnen in de kantlijn in één keer wilt verwijderen, dubbelklik dan hieronder. Alle opmerkingenballonnen in de kantlijn worden zo uit het document verwijderd.

Dubbelklik ***hier*** om de opmerkingenballonnen te verwijderen.

Date : 16-1-2019 10:38:35
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Cc : "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl
Subject : Beantwoording vragen GroenLinks over TopDutch
Attachment : GS-nota Beantwoording vragen GroenLinks over TopDutch ([redacted] docx;

Dag [redacted]

[redacted] stuur ik je bovengenoemd GS-stuk met adviezen/opmerkingen retour.
Ik hoor het graag als je bepaalde adviezen niet overneemt.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Voor beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde

Algemene gegevens	
Opsteller	tst.
Team	Economie
Datum	donderdag 10 januari 2019
Uiterste behandeldatum in GS: 29 januari 2019 *Toelichting:* Antwoord moet uiterlijk op vrijdag 1 februari 2019 worden verzonden.	

Teammanager
Erik Bos
Paraaf *Bespreken:*

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie

Akkoord portefeuillehouder
Henk Brink

Intern voorbereid met
1. BC
2. S&I
3. FIN
BC

Akkoord provinciesecretaris
Wim Brenkman

Archivering	
Datum:	*Registratienummer:*
	nr.
	nr.
	nr.

Communicatie
Openbaar: Ja, later. Openbaar vanaf ontvangst brief door vragensteller.
Persbericht: Nee
Bekendmaking: Niet van toepassing

Met opmerkingen [ ]: Graag in het vervolg voor de screening alle opmerkingenballonnen verwijderen.

Met opmerkingen [PD2]: Vermeld de naam van het team/programma en de medewerker(s) met wie je het stuk hebt voorbereid. Wees compleet in het vermelden van de teams/programma's, maar probeer verder de lijst te beperken tot de voor dit GS-stuk meest relevante medewerkers uit die teams/programma's.

Met opmerkingen 3]: Bestuursadviseurs worden hier niet vermeld. Zie onder "?".

Met opmerkingen [pd4]: Geef aan of er een afzonderlijk persbericht noodzakelijk is. Dit is het geval voor belangrijke of actuele onderwerpen. Neem in zo'n geval tijdig contact op met het team COM. Een conceptpersbericht voeg je niet bij het GS-stuk.

Onderwerp

Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde van de GroenLinks-fractie over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Advies

In te stemmen met de brief aan de GroenLinks-fractie, in afschrift aan de overige Statenleden.

Beslissing GS

Risico's

Politieke gevoeligheid rondom TopDutch. Met de brief wordt open en transparant aangegeven hoe hier vanuit Drenthe mee wordt omgegaan. Beantwoording is afgestemd met de provincies Groningen en Fryslân.

Met opmerkingen [PD5]: Verwerk hierin ook eventuele afwijkende meningen en op welke argumenten en risico's deze zijn gebaseerd. NB. De insteek is dat in eerste instantie wordt uitgegaan van een eensluidend advies aan GS.

Kanttekeningen vanuit de organisatie

Niet van toepassing.

Aanvullende informatie voor GS

Van de drie provincies heeft alleen Drenthe de middelen via ~~Provinciale Staten~~PS beschikbaar gekregen voor TopDutch. Op 27 december 2017 is met het Statenstuk 2016-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' door PS besloten om € 400.000,-- beschikbaar te stellen voor de uitvoering van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder de penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân. In september 2017 en februari 2018 zijn de Drentse statenleden [ ] over TopDutch.

Tekst openbare besluitenlijst

Met opmerkingen [ ]: Invullen s.v.p.

Dubbelklik ***hier*** om het onderdeel Tekst openbare besluitenlijst in te vullen.

Met opmerkingen [PD7]: Als op het kopblad bij Openbaar "Ja" of "Ja, later" is ingevuld, vul hier dan altijd een tekst in.

Verzenden

Met opmerkingen [PD8]: Let op dat je, voordat je op de knop Verzenden klikt, Outlook OPEN hebt staan!
Druk op de knop Verzenden om de 'tekst openbare besluitenlijst' te verzenden aan het team COM. Wacht met verzenden tot je er zeker van bent, dat de 'tekst openbare besluitenlijst' volledig is ingevuld. En verstuur deze tekst pas als het gaat om de definitieve versie zoals die naar GS gaat.

Aan:
~~D~~de heer H.R. Nijmeijer

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, @
Ons kenmerk @
Behandeld door de heer [redacted] (0592) 36 [redacted]
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Geachte heer Nijmeijer,

In uw brief van 2 januari 2019 stelde u een aantal vragen over de recente ontwikkelingen rondom TopDutch. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1
Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?

Antwoord 1
Net voor de zomer in 2018 is er melding gemaakt van de wrijving tussen de opdrachtnemer en de door de opdrachtgever ingeschakelde bedrijven. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als penvoerder (en aanbestedende dienst) handelt uit naam van de drie ~~N~~noordelijke provincies.

Medio juli 2018? zijn wij door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming. Destijds is een eerste signaal ontvangen~~,~~ dat de samenwerking op de huidige wijze niet langer houdbaar was. Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen en ruimte voor het maken van betere afspraken ~~op~~om te komen tot een constructieve samenwerking voor het vervolg.

De Groninger gedeputeerde Brouns heeft daarop (in overleg), als penvoerder, het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Aan de

Met opmerkingen [PD9]: Vermeld hier de naam van de vragensteller (het fractielid). Begin de naam met de heer of mevrouw, vermeld de initialen en de achternaam.

Fictief voorbeeld bij één vragensteller:
Aan:
mevrouw A.B. Jansen

Fictief voorbeeld bij meerdere vragenstellers (zet de namen onder elkaar):
Aan:
mevrouw A.B. Jansen en
de heer E.F. Smit

Met opmerkingen [PD10]: Datum wordt ingevuld door het team BC.

Met opmerkingen [PD11]: Kenmerk wordt ingevuld door het team BC.

Met opmerkingen [ ]: Deze vraag blijft onbeantwoord.

Met opmerkingen [ ]: Ik stel voor: "De provincie Groningen heeft".

opdrachtnemer (Initio) is aangegeven, dat wij als opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd dienen te worden. Het is niet eerder dan 17 oktober 2018 gelukt om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit heeft gedeputeerde Brouns ook aan de partijen me~~d~~egedeeld in het overleg op 17 oktober 2018.

Vervolgens is door de opdrachtnemer zelf~~,~~ een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (~~d~~de heer [redacted] voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, om nogmaals duidelijk te maken welke resultaten worden verwacht. Deze brief is naar de opdrachtnemer ook een signaal van zorg geweest en het is nu aan de opdrachtnemer om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door de opdrachtnemer zijn ingeschakeld, geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met de opdrachtnemer te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dit moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst. Dit doet echter niets af aan de opdracht en het samenhangende contract.

Met opmerkingen [redacted]]: Wat bedoel je?

Als opdrachtgever sturen wij de opdrachtnemer (met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben) aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Drentse partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.

Vraag 2
Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?

Antwoord 2
Ja, er is inzicht in gegenere~~e~~rde leads en prospects. In overleg met de NOM worden er vanuit TopDutch in verband met vertrouwelijkheid geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

Met opmerkingen [redacted]]: Wat bedoel je?

Vraag 3
Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?

Antwoord 3
De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch-campagne~~,~~ kunnen w~~ij~~ zeker beschouwen als opbrengst en positief resultaat.

Met opmerkingen [redacted]: Klinkt wat aarzelend. Beter: beschouwen wij zeker.

Noord-Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. Daarbij moet in acht worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan ~~zijn~~bestaan over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties~~,~~ wordt echter ook steeds meer via internet en social media gedaan. Door de frisse vernieuwende "online"-aanpak, is Noord-Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen. Dit zien w~~e~~ij ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes, de endorsement en de branding-projecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basis-concept voor de TopDutch branding-campagne.

Met opmerkingen [ ]: Wat betekent dat?

Met opmerkingen [ ]: Hier bestaat vast een mooi Nederlands woord voor ☺

Met opmerkingen [ ]: Idem.

De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de media-waarde is in de bijlage opgenomen.

De internationale acquisitie van bedrijven ~~zijn~~is een langdurig~~e~~ proces~~een~~. In sommige gevallen wordt pas na ~~10~~tien jaar een definitief ~~eind~~besluit genomen. Deze marketing-inspanning (TopDutch) met budget~~,~~ geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en "landingen" kan dan ook moeilijk worden ~~gemaakt~~gelegd. De uitdrukking "onbekend maakt onbemind" gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketing-inspanning. De economische omstandigheden kunnen dan anders zijn dan nu.

Met opmerkingen [ ]: Dubbeling.

Vraag 4

Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Antwoord 4

Als opdrachtgever sturen wij de opdrachtnemer Initio (met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben) aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet ~~aanhakon~~vinden?, zullen wij met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de opdracht. Met de brief van 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, duidelijk aangegeven welke resultaten worden verwacht.

Met opmerkingen [ ]: Herhaling van antwoord 1.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris , voorzitter

Bijlage(n) :
- @

Met opmerkingen [PD22]: Bijlage(n) alleen vermelden als deze van toepassing is/zijn, anders deze aanduiding verwijderen uit de tekst. Geef per bijlage puntsgewijs de naam/het onderwerp van de bijlage weer.

Met opmerkingen : Invullen s.v.p.

~~Als je het hele sjabloon hebt ingevuld en je alle opmerkingenballonnen in de kantlijn in één keer wilt verwijderen, dubbelklik dan hieronder. Alle opmerkingenballonnen in de kantlijn worden zo uit het document verwijderd.~~

~~Dubbelklik *hier* om de opmerkingenballonnen te verwijderen.~~

Date : 30-10-2018 14:54:32
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Besluiten en actiepunten obv voortgangsoverleg 10 oktober 2018.pdf
Attachment : Besluiten en actiepunten obv voortgangsoverleg 10 oktober 2018.pdf;ATT00001.txt;

TOPDUTCH BESLUITEN EN ACTIEPUNTEN

o.b.v. voortgangsoverleg 10 oktober 2018

BESLUITEN

1. Verantwoordelijkheid aanleveren propositie in combinatie Provincie/NOM:

Propositie	Provincie	NOM
1. Chemie	[redacted]	[redacted]
2. Energie		
3. Digitaal		
4. Agrifood/Dairy		
5. Water		
6. Logistiek		
7. Health		
8. Tech		

2. Commerciele voorwaarden webshop in afstemming met juridische afdeling Provincie

3. Top Dutch Talent voegt zich mogelijk onder TopDutch, afstemming

4. Geen BNR uitzending

5. TopDutch vliegtuig niet ondersteund door Provincie Friesland

6. In 2018 alleen Chemie campagne; in 2019 TopDutch overall campagne en overige campagnes (agridairy, water, etc.). Focus ligt op ontwikkeling TopDutch brand.

ACTIEPUNTEN

1. Status propositie ophalen in november (actie: verantwoordelijken provincie/NOM)

2. Voorstel inzet, duurzaamheid en financien TopDutch vrachtauto klaarmaken (actie: Initio)

3. Afspraak positionering TopDutch inplannen met communicatie-afdeling Provincies (actie: [redacted])

4. Werksessie producten webshop op **31 oktober vanaf 15.00** (ovb), locatie nader te bepalen (actie: kerngroep)

5. TopDutch en Top Dutch Talent afstemmingsoverleg organiseren met opdrachtgevers en projectorganisaties (actie: [redacted])

7. Agendapunten aanleveren voor de vrijdagmiddag voorafgaand aan kerngroep-overleg (actie: kerngroep), agenda en voortgangsplanning vrijdagmiddag rondsturen (actie: [redacted])

8. Voortgangsplanning inclusief deadlines en begroting bespreken tijdens kerngroep-overleg

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Date : 22-12-2016 11:21:24
From : "[redacted] [redacted] initio.nl
To : "[redacted] [redacted] drenthe.nl, "[redacted] [redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] [redacted] initio.nl, "[redacted] [redacted] initio.nl
Subject : Briefing en conceptdesign
Attachment : Aanpak Tesla.pdf;concept-website (1).pdf;Initio_Mail.jpg;

Beste [redacted] en Eric,

hierbij de documenten die gisteren (heul laat:) naar het kernteam zijn verzonden. Het zijn de roughs die - gezien de snelheid van het proces - permanent worden aangevuld.

Hebben jullie aanvullingen of opmerkingen? Welkom! Onze projectmanager [redacted] coördineert dit.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Founder

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t [redacted]
m [redacted] nitio.nl
www.initio.nl
www.facebook.com/initio


INITIO

Date : 18-9-2017 13:38:00
From : " **drenthe.nl**
To : "Erik Bos" **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl**
Subject : brussel

Hoi Erik,

Ter info.

Binnenkort zijn de open Days in Brussel. en ik sluiten ook aan , oa vanwege TopDutch en verbinding met acquisitie Medtech ea op uitnodiging van dat cluster.

Groet

Date : 22-6-2017 11:08:15
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Cc : "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl
Subject : Campagne ondersteuning acquisitie Noord-Nederland
Attachment : 26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland (met wijzigingen).docx;26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland.docx;

Dag [redacted]

Bovengenoemd stuk is zojuist besproken in het GS-voorbereidingsoverleg.
Het stuk is op een aantal onderdelen gewijzigd (zie bijlage).

Ik heb het stuk al voor jullie aangepast. Graag alleen nog de GS-nota met paraaf van Erik opnieuw aanleveren.

Groet,
[redacted]

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Statenstuk

Algemene gegevens		***Verantwoordelijke***
Opsteller	[redacted] en [redacted] tst. [redacted]	Erik Bos
Team	Economie	
Datum	woensdag 7 juni 2017	*Paraaf verantwoordelijke*
Uiterste behandeldatum in GS:27 juni 2017		*Bespreken:*
Toelichting: behandeling in cie FCBE 13-9-2017 en PS 27-9-2017		

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting	***Portefeuillehouder***
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie	Henk Brink

Intern voorbereid met	***Afwijkende mening***	***Paraaf directeur-secretaris***
1. [redacted] Fin	Nee	Annet van Schreven
2. [redacted] Ec	Nee	
3. [redacted] Com	Nee	
4. [redacted] S&I	Nee	

Archivering		***Communicatie***
Datum:	*Registratienummer:*	*Openbaar:* Ja
	nr.	
	nr.	*Persbericht:* Ja
	nr.	*Bekendmaking:* Provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd.

Onderwerp

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Advies

1. Provinciale Staten voor te stellen:
- een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te voeren;
- hiertoe ~~in totaal~~ maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM. ~~met als ontbindende voorwaarde dat Drenthe niet meedoet als Provinciale Staten Drenthe negatief besluit over punt 1.~~

~~1. De provincie Groningen als penvoerder te informeren over het besluit.~~
~~2. In te stemmen met het Statenstuk.~~

Met opmerkingen [redacted]: Zoals het er stond, is het alsof GS besluiten i.p.v. PS.

Met opmerkingen [redacted]: Dubbeling met maximaal.

Met opmerkingen [redacted]: Vloeit automatisch voort uit een negatief besluit over deelname.

Met opmerkingen [redacted]: Dit is uitvoering. En zeker niet iets waarover PS moeten besluiten.

Met opmerkingen [redacted]: Kan eruit nu je het voorstel al onder 1 hebt uitgeschreven.

Beslissing GS

***Niet* openbaar** aan Gedeputeerde Staten van Drenthe

Risico's

Risico behorend bij advies 2:
In het geval van een negatief besluit, gaan de provincies Groningen en Fryslân zonder Drenthe verder met de profilering op het gebied van (internationale) acquisitie en het aantrekken van internationale bedrijven. Noordelijke samenwerking kan bij negatieve besluitvorming onder druk komen te staan. Hierin niet samen optrekken betekent onderlinge concurrentie in het noorden.

Aanvullende informatie voor GS

De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Er vindt afstemming plaats met de provincies Fryslân en Drenthe. Dit gebeurt in het Noordelijk overleg gedeputeerden Economische Zaken en het Noordelijk overleg van de Hoofden Economische Zaken.

Tekst openbare besluitenlijst

Onderwerp: Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland.
Het college van Gedeputeerde Staten van Drenthe heeft besloten Provinciale Staten te verzoeken om samen met de provincies Groningen en Fryslân het Noorden internationaal op de kaart te zetten als vestigingsregio voor bedrijven om zich nieuw te vestigen of uit te breiden. Met de tweejarige internationale campagne wordt een vervolg gegeven aan de succesvolle Tesla campagne die begin 2017 is gelanceerd. Er wordt voorgesteld in totaal maximaal € 400.000,- uit bestaande middelen beschikbaar te stellen.

Verzenden

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten **Meekopiëren**

NB. Het Statenstuk en de eventuele daarbij horende bijlagen worden standaard meegekopieerd voor GS.

provincie Drenthe

Statenstuk @

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) 36 [redacted]
e-mail [redacted] drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagnegaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjaren visie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten. De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe ~~in totaal~~ maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit ~~het saldo van~~ de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM. ~~met als ontbindende voorwaarde dat Drenthe niet meedoet als u negatief besluit over punt 1.~~
3. ~~De provincie Groningen als penvoerder te informeren over uw besluit.~~

Doelstelling uit de begroting

2.2.1 Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA ('Invest in Holland'). Deze campagne is niet bedoeld om een-op-een bedrijven naar Noord Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobby inspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020

Financiën

Het bedrag van € 400.000,- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, Noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met het Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

1.
2
3.
4.
5.

Ter inzage in kamer C0.39

1.
2.
3.
4.
5.

Assen, @
Kenmerk: @

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter
mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit @-1

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van @ , kenmerk @;

~~gelet op :~~

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe ~~in totaal~~ maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit ~~het saldo van~~ de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM. ~~met als ontbindende voorwaarde dat Drenthe niet meedoet als u negatief besluit over punt 1.~~

~~3. De provincie Groningen als penvoerder te informeren over uw besluit.~~

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Statenstuk

Algemene gegevens		***Verantwoordelijke***
Opsteller	en tst.	Erik Bos
Team	Economie	
Datum	woensdag 7 juni 2017	*Paraaf verantwoordelijke*
Uiterste behandeldatum in GS:27 juni 2017		*Bespreken:*
Toelichting: behandeling in cie FCBE 13-9-2017 en PS 27-9-2017		

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting	***Portefeuillehouder***
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie	Henk Brink

Intern voorbereid met	***Afwijkende mening***	***Paraaf directeur-secretaris***
1. Fin	Nee	Annet van Schreven
2. Ec	Nee	
3. Com	Nee	
4. S&I	Nee	

Archivering		***Communicatie***
Datum:	*Registratienummer:*	*Openbaar:* Ja
	nr.	
	nr.	*Persbericht:* Ja
	nr.	*Bekendmaking:* Provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd.

Onderwerp

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Advies

1. Provinciale Staten voor te stellen:
- een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te voeren;
- hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Beslissing GS

Risico's

Risico behorend bij advies 2:
In het geval van een negatief besluit, gaan de provincies Groningen en Fryslân zonder Drenthe verder met de profilering op het gebied van (internationale) acquisitie en het aantrekken van internationale bedrijven. Noordelijke samenwerking kan bij negatieve besluitvorming onder druk komen te staan. Hierin niet samen optrekken betekent onderlinge concurrentie in het noorden.

Aanvullende informatie voor GS

De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Er vindt afstemming plaats met de provincies Fryslân en Drenthe. Dit gebeurt in het Noordelijk overleg gedeputeerden Economische Zaken en het Noordelijk overleg van de Hoofden Economische Zaken.

Tekst openbare besluitenlijst
Onderwerp: Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland.
Het college van Gedeputeerde Staten van Drenthe heeft besloten Provinciale Staten te verzoeken om samen met de provincies Groningen en Fryslân het Noorden internationaal op de kaart te zetten als vestigingsregio voor bedrijven om zich nieuw te vestigen of uit te breiden. Met de tweejarige internationale campagne wordt een vervolg gegeven aan de succesvolle Tesla campagne die begin 2017 is gelanceerd. Er wordt voorgesteld in totaal maximaal € 400.000,- uit bestaande middelen beschikbaar te stellen.

Verzenden

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten	Meekopiëren

NB. Het Statenstuk en de eventuele daarbij horende bijlagen worden standaard meegekopieerd voor GS.

provincie Drenthe

Statenstuk @

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) 36 [redacted] e-mail [redacted]drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagnegaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjaren visie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten. De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1 Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA ('Invest in Holland'). Deze campagne is niet bedoeld om een-op-een bedrijven naar Noord Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobby inspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020

Financiën

Het bedrag van € 400.000,- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de

aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, Noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met het Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

1.
2
3.
4.
5.

Ter inzage in kamer C0.39

1.
2.
3.
4.
5.

Assen, @
Kenmerk: @

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter
mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van @ , kenmerk @;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

Date : 15-11-2017 16:27:19
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **@drenthe.nl, "** [redacted] **drenthe.nl**
Cc : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Check vraag FW: Campagne ondersteuning acquisitie Noord-Nederland
Attachment : 26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland.docx;

Ho [redacted] en [redacted]

Onlangs heeft GS bijgaande nota vastgesteld en heeft PS ingestemd.

De aanbesteding is zover dat de opdracht verleend kan worden. Groningen is daar penvoerder voor namens Fr en Dr. Is het nog noodzakelijk dat de opdrachtverlening dan ook nog via GS gaat? In mijn beleving hebben we dat hiermee getackeld en kan het onder mandaat, maar check het bij deze graag nog even.

Hoor graag van jullie, hartelijk dank vast!
Groet [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 15 november 2017 16:19
Aan: [redacted]
Onderwerp: FW: Campagne ondersteuning acquisitie Noord-Nederland
Urgentie: Hoog

Ja dat zou helpen om te laten checken

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 22 juni 2017 11:08
Aan: [redacted]
CC: Erik Bos
Onderwerp: Campagne ondersteuning acquisitie Noord-Nederland
Urgentie: Hoog

Dag [redacted]

Bovengenoemd stuk is zojuist besproken in het GS-voorbereidingsoverleg.
Het stuk is op een aantal onderdelen gewijzigd (zie bijlage).

Ik heb het stuk al voor jullie aangepast. Graag alleen nog de GS-nota met paraaf van Erik opnieuw aanleveren.

Groet,
[redacted]

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Statenstuk

Algemene gegevens		***Verantwoordelijke***
Opsteller	en tst.	Erik Bos
Team	Economie	
Datum	woensdag 7 juni 2017	*Paraaf verantwoordelijke*
Uiterste behandeldatum in GS:27 juni 2017		*Bespreken:*
Toelichting: behandeling in cie FCBE 13-9-2017 en PS 27-9-2017		

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting	***Portefeuillehouder***
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie	Henk Brink

Intern voorbereid met	***Afwijkende mening***	***Paraaf directeur-secretaris***
1. Fin	Nee	Annet van Schreven
2. Ec	Nee	
3. Com	Nee	
4. S&I	Nee	

Archivering		***Communicatie***
Datum:	*Registratienummer:*	*Openbaar:* Ja
	nr.	
	nr.	*Persbericht:* Ja
	nr.	*Bekendmaking:* Provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd.

Onderwerp

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Advies

1. Provinciale Staten voor te stellen:
- een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te voeren;
- hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Beslissing GS

Risico's

Risico behorend bij advies 2:
In het geval van een negatief besluit, gaan de provincies Groningen en Fryslân zonder Drenthe verder met de profilering op het gebied van (internationale) acquisitie en het aantrekken van internationale bedrijven. Noordelijke samenwerking kan bij negatieve besluitvorming onder druk komen te staan. Hierin niet samen optrekken betekent onderlinge concurrentie in het noorden.

Aanvullende informatie voor GS

De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Er vindt afstemming plaats met de provincies Fryslân en Drenthe. Dit gebeurt in het Noordelijk overleg gedeputeerden Economische Zaken en het Noordelijk overleg van de Hoofden Economische Zaken.

Tekst openbare besluitenlijst
Onderwerp: Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland.
Het college van Gedeputeerde Staten van Drenthe heeft besloten Provinciale Staten te verzoeken om samen met de provincies Groningen en Fryslân het Noorden internationaal op de kaart te zetten als vestigingsregio voor bedrijven om zich nieuw te vestigen of uit te breiden. Met de tweejarige internationale campagne wordt een vervolg gegeven aan de succesvolle Tesla campagne die begin 2017 is gelanceerd. Er wordt voorgesteld in totaal maximaal € 400.000,- uit bestaande middelen beschikbaar te stellen.

Verzenden

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten	Meekopiëren

NB. Het Statenstuk en de eventuele daarbij horende bijlagen worden standaard meegekopieerd voor GS.

provincie Drenthe

Statenstuk @

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) 36 [redacted] e-mail [redacted]drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagnegaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjaren visie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten. De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1 Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA ('Invest in Holland'). Deze campagne is niet bedoeld om een-op-een bedrijven naar Noord Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobby inspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020

Financiën

Het bedrag van € 400.000,- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de

aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, Noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met het Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

1.
2
3.
4.
5.

Ter inzage in kamer C0.39

1.
2.
3.
4.
5.

Assen, @
Kenmerk: @

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter
mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van @ , kenmerk @;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

Date : 21-2-2019 16:13:17
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] fryslan.frl, "[redacted] nom.nl
Subject : Concept propositie Health & Life Science
Attachment : A worldwide Hub for Life Sciences propositie.docx;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Hoi [redacted]

De collega's van NOM en ik hebben de afgelopen twee weken een eerste aanzet gedaan voor de propositie Health & Life Science in het kader van Topdutch. Hierbij stuur ik jullie het eerste concept. Ik ben mij er van bewust dat het nog niet volledig is, maar zie het als een eerste aanzet. Ook zitten er een aantal elementen in die (NOM en ik) zelf hebben ingevuld. Voor de duidelijkheid, niks staat vast. Wat we hebben geprobeerd op te schrijven is enerzijds de landelijke strategie H&L, de laag er onder 'Noord-Nederland' en dit geprobeerd samen te voegen tot een stuk.

@[redacted] zou jij hier eens naar willen kijken? @[redacted] @[redacted] willen jullie het stuk delen met jullie collega's intern die zich bezig houden met Health & Life Science?

Mijn voorstel is om op zeer korte termijn een werksessie te organiseren om het concept stuk te bespreken.

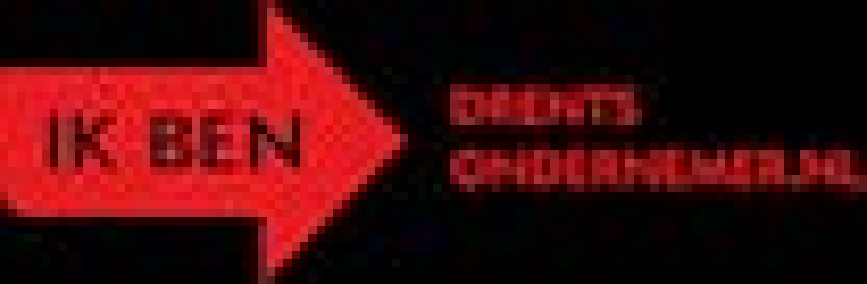
Met vriendelijke groet,

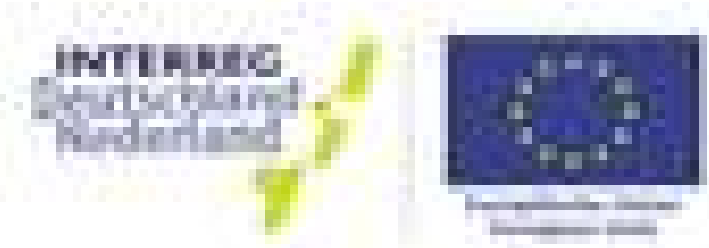
[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL INTERREG Deutschland-Nederland

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 16-10-2018 14:47:50
From : "[redacted] nom.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] nom.nl
Subject : Document1.docx
Attachment : Document1.docx;

[redacted]

Ik heb de tekst over Health die op de TopDutch website staat voorgesteld te wijzigingen. De tekst was geschreven door Initio en ademt wel erg veel stad Groningen. Ik heb dit veralgemeniseerd, bedrijfsnamen uit Drenthe en Fryslân toegevoegd en niet meer bestaande namen gecorrigeerd. Op deze manier doet het denk ik wat meer recht aan Noord-Nederland als geheel.
Het UMCG is de enige noordelijke entiteit die voorkomt, de HHR noem ik nog niet bij naam. Het stuk gaat over de gehele LSH-sector en niet over MedTech alleen. Op het moment dat de verschillende proposities klaar zijn kunnen we ons gaan richten op een meer definitieve tekst, waarbij we ons wel moeten realiseren dat de introductiepagina niet meer dan ongeveer 1 pagina tekst moet beslaan.

Groeten,
[redacted]

HEALTH

Healthy and happy.

The Dutch are among the happiest and healthiest people on the planet. We have the best healthcare system in Europe. TopDutch people are the happiest and healthiest in the Netherlands. Is it the water, the food or the clean air?

LIFE SCIENCES & HEALTH

The Netherlands boasts an internationally leading Life Sciences & Health sector, home to more than 2,900 innovative life sciences and health companies, world-class health and research institutes, 85 hospitals — eight of which are university medical centres— many outpatient clinics and many public-private research partnerships. The Netherlands boasts one of the most concentrated life sciences regions in the world.

TOPDUTCH HEALTH CAMPUSES

The TopDutch region is home to UMCG, a global top 100 university medical center, which forms the core our health campuses. They offer an excellent infrastructure to support research, product development and large-scale health studies. One example is LifeLines, one of the world's largest population-based cohort studies and biobanks following over 160,000 participants. Our focus is on prevention: keep people healthy.

The TopDutch Life Sciences and Health companies are recognized worldwide for their biomarkers, drug discovery & development, drug delivery systems, cardiovascular tools and smart orthopaedic solutions.

HEALTHY COOPERATIVE CULTURE

Our companies are actively cooperating and are deeply connected to fundamental and applied research on our campuses. We are proud to provide health and wealth to people worldwide with companies such as Innocore, Polyganics, Opthec, Thermofisher, BD, Astellas, Fresenius, Johnson& Johnson, Mercachem-Syncom, QPS, PRA Health Sciences and many others.

We are dedicated to healthy living and ageing, and we offer a unique research and business network. Is making the world happier and healthier your purpose too? Join the TopDutch Health Industry. For life :)

CONTACT

[redacted]
[redacted]
[redacted]nom.nl

Date : 3-5-2017 13:56:19
From : "
To : " **"** **@drenthe.nl**
Subject : E-mailen - Besluitenlijst-GS-2017-week-18.pdf
Attachment : Besluitenlijst-GS-2017-week-18.pdf;image001.jpg;

Hoi

Persbericht over vervolg campagne Topdutch en inhuur Initio komt hier vandaan (zie bijlage, besluitpunt 8).

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

provincie groningen

Gedeputeerde Staten

Besluitenlijst

WEEK 18
2 mei 2017

1	Uitvoering kadewerken en realisatie fietssnelweg langs Noord-Willemskanaal	In een voordracht aan Provinciale Staten stellen GS voor het besluit met betrekking tot de uitvoering van kadewerken en de realisatie van een fietssnelweg langs het Noord-Willemskanaal vast te stellen. Voor meer informatie: zie persbericht.
2	Subsidie voor project Biologische landbouw in de Eems-Dollard Regio	GS hebben besloten de Stichting Biowerk te Munnekezijl een subsidie van € 12.545,-- te verlenen voor de uitvoering van het project "Ontwikkelen van grensoverschrijdende clusters biologische landbouw in de Eems-Dollard Regio". Doel van dit project is om kennisuitwisseling en samenwerking tussen boeren en voorlichters in de EDR regio te ontwikkelen om zodoende de biologische productie in de grensregio te stimuleren.
3	Overdracht van lichtmasten langs wegen	Met de Groninger gemeenten zijn afspraken gemaakt over de overdracht van gemeentelijke lichtmasten naar de provincie. Met deze overdracht krijgt de provincie er 250 lichtmasten bij. Achtergrond voor de overdracht is dat er in het verleden over de lichtmasten - en daarmee over het goed functioneren van de verlichting in relatie tot de verkeersveiligheid - onnodig veel discussie was over wie waar voor verantwoordelijk was. Bij de overdracht moeten gemeenten rekening houden met de duurzaamheidsaspecten.
4	Groningen Airport Eelde	GS informeren Provinciale Staten over de ontwikkelingen met betrekking tot Groningen Airport Eelde. In de brief wordt ingegaan op de keuzes die gemaakt zijn ten aanzien van het organisatiemodel, de governance, de bijdragen van derden zowel overheden als private bijdragen, de financiële consequenties, risico's en het vervolg.
5	Terugbetaling ten onrechte geïnde dwangsommen	GS hebben besloten tot het betalen van een bedrag van € 40.000,-- aan Rabobank, , zijnde het totaal bedrag van twee - in 2013 - niet terecht geïnde dwangsommen aan North Refinery .
6	Subsidieaanvraag Kenniscentrum Herbestemming Noord afgewezen	GS hebben besloten een subsidieaanvraag van de Stichting DBF voor het Kenniscentrum Herbestemming Noord 2017-2019 afgewezen, omdat de activiteiten in

Martinikerkhof 12
9712 JG Groningen

Sint Jansstraat 4
9712 JN Groningen

Postbus 610
9700 AP Groningen

Telefoon
050 316 4911

www.provinciegroningen.nl
info@provinciegroningen.nl

De provincie Groningen werkt volgens normen die zijn vastgelegd in een handvest voor dienstverlening. Dit handvest vindt u op onze website of kunt u opvragen bij de afdeling Bestuur, Juridische Zaken & Communicatie: 050 3164160.
BTW: NL0019.32.822.B01 / KvK: 1182023 / IBAN: NL84 ABNA 0446 0456 91 / BIC: ABNANL2A

		de subsidieaanvraag niet aanvullend zijn op de activiteiten waarvoor reeds subsidie is verleend aan de instelling die de steunfunctie Cultureel erfgoed uitvoert inclusief herbestemming.
7	Grenzen van de gemeenten Midden-Groningen en Westerwolde vastgesteld	GS hebben de definitieve grenzen van de nieuw te vormen gemeenten Midden-Groningen en Westerwolde vastgesteld.
8	Vervolg opdracht voor de Tesla-campagne	GS hebben besloten Initio BV een vervolgopdracht te verlenen voor de tweede fase van de Tesla-campagne. Uiteindelijk moet fase 2 de opstap zijn voor de ontwikkeling van een instrument voor de branding en acquisitie van Noord-Nederland.
9	RIG subsidieplafond opgehoogd	GS hebben besloten tot het ophogen van het subsidieplafond van de Subsidieregeling Regionale Investeringssteun Groningen 2017 tot € 17.555.026,--.
10	Interbestuurlijk toezicht	GS informeren Provinciale Staten over het nieuwe interbestuurlijk toezicht, dat is uitgewerkt naar aanleiding van een in 2016 gehouden evaluatie. Op basis daarvan is een scenario uitgewerkt dat leidt tot maatwerk per gemeente. Interbestuurlijk toezicht is het toezicht van de ene bestuurslaag (rijk, provincie) op de uitvoering van medebewindstaken bij de andere overheidslaag (provincies, gemeenten, waterschappen).
11	Begroting 2018 Omgevingsdienst Groningen	In een voordracht aan Provinciale Staten stellen GS voor het besluit over de programmabegroting 2018 van de Omgevingsdienst Groningen vast te stellen.
12	Jaarstukken GR GSP	In een voordracht aan Provinciale Staten stellen GS voor het besluit over (de zienswijze op) de Programmaverantwoording 2016 en de Conceptbegroting 2018 van de Gemeenschappelijke Regeling Havenschap Groningen Seaports, vast te stellen.
13	Jaarstukken Prolander	In een voordracht aan Provinciale Staten stellen GS voor het besluit over (de zienswijze op) de Jaarstukken 2016 en Ontwerp Programmabegroting 2018 van Prolander vast te stellen.

De provincie Groningen werkt volgens normen die zijn vastgelegd in een handvest voor dienstverlening. Dit handvest vindt u op onze website of kunt u opvragen bij de afdeling Bestuur, Juridische Zaken & Communicatie: 050 3164160.
BTW: NL0019.32.822.B01 / KvK: 1182023 / IBAN: NL84 ABNA 0446 0456 91 / BIC: ABNANL2A

Besluitenlijst

14	Vervanging brug bij Mensingeweer	In een voordracht aan Provinciale Staten stellen GS voor het besluit over het vervangen van de brug Mensingeweer, inclusief het verwijderen van de naastgelegen fietsbrug in de N984 bij Mensingeweer, vast te stellen.
15	Vertraging aanlevering Jaarrekening 2016	GS delen in een brief aan Provinciale Staten mee dat er vertraging ontstaan is in de aanlevering van de Jaarrekening 2016. Door de vertraging vindt de behandeling plaats in de Statenvergadering van 5 juli a.s. (en niet op 31 mei, zoals oorspronkelijk gepland was).
		.
16	Gaswinning in Pieterzijl	GS reageren op vragen van de Statenfractie van de Partij voor de Dieren over het voornemen om gas te winnen in Pieterzijl door middel van fracking.
17	Verplaatsing bedrijf Ziegler	GS beantwoorden vragen van de Statenfractie van de PvdA over de verplaatsing van het bedrijf Ziegler in Winschoten naar Kroatië.

Martinikerkhof 12
9712 JG Groningen

Sint Jansstraat 4
9712 JN Groningen

Postbus 610
9700 AP Groningen

Telefoon
050 316 4911

www.provinciegroningen.nl
info@provinciegroningen.nl

De provincie Groningen werkt volgens normen die zijn vastgelegd in een handvest voor dienstverlening. Dit handvest vindt u op onze website of kunt u opvragen bij de afdeling Bestuur, Juridische Zaken & Communicatie: 050 3164160.
BTW: NL0019.32.822.B01 / KvK: 1182023 / IBAN: NL84 ABNA 0446 0456 91 / BIC: ABNANL2A

provincie Drenthe

Date : 28-1-2019 12:04:33
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Engels tekstje digitale economie en vraag IoT hackathon
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hello,

Hierbij:

In Drenthe we are working on a dynamic approach for the digital economy.

We are living in a fast changing world due to disruptive technologies. The digital transition has an impact in every policy field and every market sector.
It is of great importance to help the economy in Drenthe (95% SME and some top sectors > 40.000 companies in Drenthe) adjust to the changeing needs of the future economy/society.

Drenthe is a fieldlab voor technological development: creating smart solutions for societal challenges. We (government, education, business) are working on e.g.: smart industry, smart farming, smart mobility and logistics (drones), smart health (sensortechnology), big data (ASTRON), 5G, Internet of Things, Blockchain, 21st century skills etc.

Our approach focuses on:

1. Stimulating and connecting digital initiatives, innovation and startups;
    a. Advance digital entrepreneurship (it will become an extra asset in our 'Ik Ben Drents Ondernemer.nl' entrepreneurship programme)
    b. Boosting Drenthe's Internet of Things initiative (free LoRaWAN); smart industry; blockchaintechnologie/commonization.
2. Transforming existing companies so that they can stay competitive in a digital world;
    a. Broad SME approah
    b. Thematic and tailormade approaches on: agrifood, smart industry, logistics, leisure economy, retail, e-commerce, farming, circular and biobased economy, green chemistry and health.
3. Cybersafety and cybersecurity
    a. Digital resilience of SME's
4. Keep and attract companies (branding, acquisition and enhancing our business climate)

- Together with Suffolk we are in a European Interreg North Sea Region project LIKE! which is about creating an innovation culture.
  One of the work packages is about the Internet of Things. And to be more specific, we are organizing an international Internet of Things hackathon on 9-10 March.
  Every partner of the project is about to send a team of 5-6 persons: coders, pitchers, creative people, startups etc.
  My colleague of Suffolk ([redacted]) is responsible for the Suffolk team. Seeing your knwoledge of (tech)companies, perhaps you can help Lesley? I've also mentioned your name to her.
  More info: teaser movie https://youtu.be/uQq9uAvGO2c and www.whatthehackathon.nl

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 11-7-2017 11:10:52
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : EU Week vd Regio's >> Top Dutch Festival Hotelservice
Attachment : Thon Hotel - Reservation form.docx;image003.jpg;image001.png;image002.png;image004.jpg;

Hoi allemaal,

Voor wie het in zijn/haar werk van meerwaarde is om deel te nemen aan de Europese Week voor Regio's en Steden in Brussel, hierbij wat informatie:

Het **officiële programma** van EC / CvdR en registratie verschijnt vandaag op http://ec.europa.eu/regional_policy/regions-and-cities/2017/index.cfm
Collega in Groningen maakt een analyse van de workshops op basis van de NNL thema's. Deze volgt wo of do.

Dit jaar is er een **andere opzet** dan de afgelopen jaren. De NG4 in de lead voor organisatie. Besloten is om op dinsdag 10 oktober een **"Top Dutch Festival"** netwerk-event te organiseren in de Beursschouwburg (18-22 uur).
Meer info: www.topdutchfestival.eu
Met het oog op Culturele Hoofdstad EU Leeuwarden2018 zal cultuur centraal staan.

Programme TOPDUTCH FESTIVAL

18:00	**Welcome** with drinks and surprises
18:40	**Programme Opening**: Leeuwarden-Friesland European Capital of Culture 2018. A year-long programme with 45 main events and over 700 community events and projects.
19:00	**Eat, Meet, Repeat**: Featuring local, innovative and tasty food & drinks
20:00	**The Top Dutch Experience**: An experience that will feed your soul & senses and blow you off your feet, featuring top acts such as 'Passion' singer Elske DeWall, as well as a dance performance of Teddy's Last Ride.
20:30	**Eat, Meet, Repeat**
21:15	**After-party**: With the Broken Brass Ensemble - a breathtaking blazing mixture of energy, a 2.0 version of the vibrant New Orleans brass sound, in a light you've never witnessed before!

We proudly present some innovative highlights of The Northern Netherlands during the programme:

- Bio-based / Circular Economy
- Smart Cities
- Smart Energy and Water
- Culture
- Agri Food

Target Audience

- Politicians and policy makers from the EU, including participants of the European week of Cities and Regions
- Participants in relevant networks
- Members of European Capital of Culture, Eurocities, ERRIN
- Belgian residents interested in a mix of culture and excellent regional food
- Politicians and policy makers from the three Dutch Provinces of Friesland, Groningen and Drenthe
- People you may want meet for any other reason

Feel free to invite your own EU-related guests.

In het **officiële Open Days programma** is er vanuit het consortium rond de Noordzee een workshop over breedband (n.a.v. European Broadband Award gemeente De Wolden).
Daarnaast worden er **netwerkactiviteiten** georganiseerd voor Noordelijke/Drentse thema's: energie, circulaire economie, healthy ageing, transport en breedband. Hierbij hebben de GS'ers ook een rol.

Voor meer **informatie** over het programma kun je terecht bij Martien Haasjes en Rixt van Dongera. Zij zitten vanuit Drenthe in de organisatie / coördinatie Drentse invulling.

Hotels
Helaas is het dit jaar niet gelukt om een blokboeking te regelen bij Motel One. Deze zit al helemaal vol.
De organisatie heeft gekozen voor twee andere (en duurdere) hotels: Thon EU en Mariott.
Vanuit de organisatie is er een blokboeking voor 1 nacht (di 10 okt – wo 11 okt). Je kunt dit eventueel zelf wijzigen.

Hieronder en in de bijlage meer info.
Wat ook kan is zelf een voordeliger alternatief zoeken via booking.com

Mocht je van plan zijn om te gaan, dan is t handig om dat even te laten weten aan Martien en Rixt (voor inzicht in de Drentse deelname).

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1

9400 AC Assen
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Van: Welcome Top Dutch [mailto:welcome@topdutch.eu]
Verzonden: donderdag 22 juni 2017 9:54
Aan: Welcome Top Dutch
Onderwerp: Top Dutch Festival Hotelservice

Dear Guest of the Top Dutch Festival,

Thank you for your prompt response to our announcement and for accepting our invitation to be our guest, at the Top Dutch festival networking event held in the Beursschouwburg, Brussels on October 10th, 2017.
Soon you will receive more information about the surprising programme of this evening.

Hotels
Have you already booked a room?
If not, we advise you to do this shortly. The Brussels hotels are extremely busy in the respective period.
We have booked hotel rooms in option in two hotels, where you, as our guest, may book a room at a very special rate:
- Courtyard Brussels EU Marriott, Rue Joseph II 32, 10000 Brussels
- Thon Hotel, Brussels City Centre, Avenue du Boulevard 17, B-1210 Brussels

Booking a room
Here, you can book the Marriott Hotel.
For booking the Thon Hotel you can make use of the booking form in the Annex. You may send the completed form to reservations@thonhotels.be
Hotel charges will be for the guest's own account.

Soon you will hear more from us regarding the special programme.
For now, we wish you a fine summer.

Kind regards,

Team Top Dutch Festival
www.topdutchfestival.eu



THON
Hotel Brussels City Centre

Reservation form Gemeente Assen
Block code: GEM171010
From 10.10.2017 until 11.10.2017

☐Classic single at 170.00 EUR per room/ night
☐Classic double at 190.00 EUR per room/ night

All the above rates are included breakfast, service and VAT, as well as free access to the Fitness & Sauna on 29th floor.
The 4.24 EUR city tax is not included in the above room rates.

Arrival date: .10.2017 (Check in time as from: 14:00)
Departure date: .11.2017 (Check out time before: noon)

(Mrs./ ☐Mr.) Name/ Surname:

Company:

Invoicing Address:
VAT number

Telephone:

E-mail address:

N° Thon Member:

Credit card: Visa ☐Amex ☐MasterCard ☐Diners

Credit card number:

Expiry date: /

Please send this registration form before 05.09.2017 to:

Reservations Department
Tel: + 32 2 7007878
Fax: + 32 2 2051525
reservations@thonhotels.be

Please note the following:

1) These rates are valid till 05.09.2017 and during the above period. After this deadline and outside the mentioned event, the negotiated rates will be subject to availability.
2) Number of rooms is limited. In case of no more availability for the requested room type before the deadline, the next category will be booked automatically.
3) All the reservations that are not guaranteed will be cancelled at 4 PM, 3 days prior to arrival. In order to guarantee your reservation, please fill in the appropriate space for the credit card number with the expiry date.
4) Early check-in depends of availability. May you wish to check-in into your room before, please book and prepay the night before.
5) The room bill is to be settled upon check out.
6) In case of late check out, an extra fee will be applied immediately.
7) In case of cancellation, a request must be sent to the hotel at least 3 days before the arrival date. If case of no notification (by fax or email) before the deadline, the entire stay will be charged on the above credit card as a late cancellation fee.
8) In case of no show the entire stay will be charged on the above credit card.
9) The above rates are only applicable with this registration form and for above dates.

[redacted]

TOP DUTCH

Eat
Meet
Enjoy
Repeat



October
10th
2017

Powered by

provincie Drenthe

provincie groningen

provinsje fryslân
provincie fryslân

SNN

NG4


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 3-11-2017 20:16:34
From : "[redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl, "[redacted]drenthe.nl
Subject : EZ-overleg en Initio

Hoi [redacted] en [redacted]

Kunnen jullie mij nog laten weten of Initio idd komt naar het EZ-overleg + wie er komen + evt. exacte benaming agendapunt (er staat nu economische profilering/TopDutch) en evt wat de bedoeling is, het gaat ten slotte om 1,5 uur, dan kunnen de collega's zich voorbereiden indien nodig + de benodigde hulpmiddelen?

Hartelijke groet,
[redacted]

Date : 14-2-2019 14:39:37
From : "[redacted]drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : feitje voor digitaal topdutch
Attachment : image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Broadband
With the highest broadband penetration per capita in the world — 99% of all households—as well as one of the world's fastest average broadband speeds, the Netherlands is one of Europe's most-wired and cyber-secure countries. It also directly links continental Europe to North America, with most transatlantic sea cables going directly to the Netherlands.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

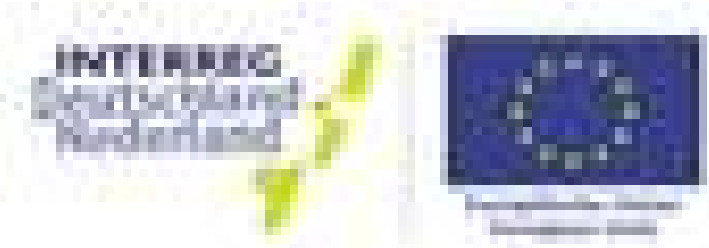
[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted]drenthe.nl


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 7-12-2017 13:33:23
From : [redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted] [redacted]drenthe.nl
Subject : FW: Advies regiobranding
Attachment : Rapport_Branding_Noord_Nederland_2017.pdf;

Hoi [redacted]
Deze werd (nogmaals) rondgestuurd in het kader van een discussie over de opdracht rond TopDutch aan mensen van de zogenoemde 'Regiegroep Lobby'.
Deze is wel bij jou bekend, toch? Of in elk geval zouden de bevindingen op één of andere manier meegenomen worden in het TopDutch-verhaal??

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

Van: [redacted] | [redacted]@snn.eu]
Verzonden: donderdag 7 december 2017 13:13
Aan: [redacted]
Onderwerp: Advies regiobranding

Beste collega's,

Bijgaand het eindadvies regiobranding dat een jaar geleden verscheen.

Groet, [redacted]

Date : 10-11-2017 14:07:09
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl
Subject : FW: Afspraken

Ter nfo
Verzonden vanaf mijn Windows 10-telefoon

Van: Rouwe, Sander de
Verzonden: vrijdag 10 november 2017 12:13
Aan: [redacted]
Onderwerp: Afspraken
Hoi [redacted] en [redacted],

Fijn dat we even de lijnen konden bespreken voor vervolg TopDutch. Dit hebben we afgesproken:

- Voor de komende 2 jaar worden 6 campagne door TD gedraaid. Drie daarvan gaan we nu benoemen waarbij elke provincie 1 thema recht heeft en dus inbrengt. Over de andere 3 nemen we nu nog geen besluit. Kenmerk voor keuze / thema recht: alle drie moeten er link mee kunnen leggen en het is een sterk thema waar TD ook echt iets mee kan.

- We vragen TD om te komen met kostenraming voor het 1e jaar. Hierin zitten de ramingen voor de beoogde 3 campagnes en is ook ruimte voor spontane acties. Daarvan afwijken kan, mits we vooraf daar toestemming voor geven. Er wordt daarnaast verantwoording gegeven over de gemaakte kosten. Gemaakte uren betalen we achteraf. Mochten er stevige out of pocket kosten zijn, dan kan daar op basis van aanvraag eventueel vooraf geld beschikbaar worden gesteld.

- De aanvraag van [redacted] over logistiek hotspot werkte Drenthe nu met [redacted] uit. We hebben eerder vastgesteld dat dit concreter en beter onderbouwd moet worden. Daarna beoordelen we definitief of en voor hoeveel we meedoen. Dit proces staat nu los van TopDutch, maar in de eindbeoordeling kunnen we dit precies beoordelen. Er liggen zeker linken.

Met vriendelijke groet,

Sander de Rouwe

[redacted]
Tel.: 058-[redacted]
[redacted]@fryslan.frl
Twitter: #sanderderouwe

Tweebaksmarkt 52 (bezoekersadres)
Postbus 20120, 8900 HM
Leeuwarden
www.fryslan.frl

<< Disclaimer >>

Aan dit bericht kunnen geen rechten worden ontleend.
Provincie Fryslân

Oan dit berjocht kinne gjin rjochten ûntliend wurde.
Provinsje Fryslân

Date : 5-11-2018 11:30:39
From : "Erik Bos" drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Subject : FW: Agenda en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ - 6 nov as.
Attachment : 0.0 Agenda Gedeputeerdenoverleg EZ - 6 november 2018.docx;3.0 Verslag Gedeputeerden EZ NNL 21 september 2018.docx;4.0 Brief aan TopDutch - Initio.docx;6A Conceptverslag Economic Board Noord-Nederland 5 oktober 2018.docx;6B Samenwerkingsovereenkomst EBNN met opmerkingen .docx;7.0 Voorstel MKB Innovatiestimulering Topsectoren 2019.docx;image011.png;image012.png;image013.png;image014.png;image015.png;

Van:
Verzonden: donderdag 1 november 2018 11:22
Aan: Rouwe, Sander de ; Henk Brink ; provinciegroningen.nl; provinciegroningen.nl; Erik Bos ; ;
Onderwerp: Agenda en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ - 6 nov as.

Goedemorgen,

Bijgaand de agenda en stukken voor het gedeputeerdenoverleg van aankomende dinsdag om 18.00 uur in Assen. Zoals het nu lijkt, wordt er niks nagezonden.

Als er vragen zijn, dan ben ik op onderstaand nummer of per mail bereikbaar.

Hartelijke groet,

provinsje fryslân
provincie fryslân
Tweebaksmarkt 52 (bezoekeradres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
(058) 292 5925 / provincie@fryslan.frl
www.fryslan.frl

Volg ons op social media!

Tink oan it miljeu foar 't jo beslute dizze mail te printsjen / Denk aan het milieu voor u besluit deze mail te printen.

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Agenda Gedeputeerdenoverleg Economische Zaken NNL 6 november 2018

	Tijd: 18.00 – 19.30 uur **Locatie: Provinciehuis in Assen**	
1.	Agenda en vaststellen agenda **Voorstel:** Vaststellen	
2.	Mededelingen	
3.	**Verslag 21 september 2018** **Voorstel:** Vaststellen	Bijlage
4.	**TopDutch – stand van zaken** **4.1 Brief aan Initio**	Bijlage
5	buite n reikwi jdte	-
6A.	buiten reikwijdte	Bijlage

	• buiten reikwijdte	
6B.	buiten reikwijdte	
		Bijlage
8.	**Rondvraag**	

Bijlagen:

Agendapunt	**Bijlage**
3.0	Verslag Gedeputeerdenoverleg EZ 21 september 2018
4.0	Brief aan Initio/TopDutch
6A	buiten reikwijdte

Verslag Gedeputeerdenoverleg Economische Zaken NNL 21 september 2018

Tijd: 11.00—12.00 uur
Locatie: Van der Valk Drachten

Aanwezig: Patrick Brouns, Henk Brink, Sander de Rouwe, Erik Bos, [redacted], [redacted] (verslag)
Gasten: [redacted] (beide Initio)

1.	Agenda en vaststellen agenda	Agenda vastgesteld.
2.	**TopDutch – Kwartaalrapportage Initio** Provincies willen tijdens dit overleg duidelijkheid over wat er de afgelopen periode is gepresteerd en wat ze de komende periode kunnen verwachten. Wat op dit moment geleverd is, voldoet niet aan de verwachtingen. Dit willen de provincies in een apart brief duidelijk maken inclusief reactie op de gevraagde besluiten in de rapportage [redacted] en [redacted] lichten de nagezonden kwartaalrapportage van TopDutch (TopDutch Voortgangsdocument) toe. Tevens geeft [redacted] toelichting op wat er afgelopen periode is gebeurd binnen de organisatie van [redacted] en hoe dit op te lossen. Naar aanleiding van de presentatie worden diverse vragen gesteld over concreetheid van de resultaten, de inzet en prognose van de (financiële) middelen, de rol, inzet en taakopvatting van de NOM. Tot slot wordt stil gestaan [redacted] [redacted] opdrachtnemer is en zake[redacted] nav de gestelde vragen op orde gebracht moeten worden. Dit betekent concretisering van de resultaten, beter financieel inzicht en inzicht in de prognose einde project. Gedeputeerde Patrick Brouns gaat op 11 oktober as. in gesprek met [redacted] ([redacted] en [redacted] om zaken uit te spreken en te bespreken wie welke bijdrage gaat leveren aan de verdere campagne. **Nagesprek gedeputeerden en hoofden EZ** 10.2g [redacted]	Besluitpunten: • Provincies stellen een brief op aan Initio over hun verwachtingen en geleverde prestaties wat betreft TopDutch; • Patrick Brouns begeleidt namens de 3 provincies het gesprek tussen [redacted] en [redacted] op 11 oktober aanstaande; • In november vervolgafspraak met het team over voortgang TopDutch; • Dergelijk gesprek voortaan ieder kwartaal inplannen om voortgang te bewaken.

	10.2g **Samengevat:** Op dit moment is de voortgang in het project en de campagnes onvoldoende. Planning wordt tot dusverre niet gehaald of gerealiseerd en te vaak aangepast. De activiteiten van Initio moeten uiteindelijk leiden tot leads. Daar is op dit moment geen inzicht in. Daarnaast willen we dat bestaande ondernemers tevreden zijn met TopDutch. Top Dutch moet leiden tot nieuwe opdrachten voor bestaande ondernemers. De volgende taakafbakening is besproken: - provincies zorgen samen met het ecosysteem voor de (input voor de) proposities - de Nom verzorgt de acquisitie strategie - Initio vertaalt dit naar marketing en awareness. Vervolgens willen de provincies elk kwartaal weten van Initio: 1. Waar en hoe zien we TopDutch terug (effecten van de marketing en awareness)? 2. Wat is het effect daarvan (welke leads)? 3. Hoe hebben ondernemers daarop gereageerd (tevredenheid ondernemers)? Gedeputeerde Patrick Brouns begeleidt het gesprek op 11 oktober as. tussen Initio. De concept brief kan toegelicht worden in het overleg. De brief wordt na het gesprek definitief verstuurd (en zo nodig nog aangepast) We plannen in november een vervolgafspraak om de voortgang en het vervolg (ook met de “onderaannemers) door te nemen. Dit plannen we ieder kwartaal . Strekking van de brief aan Initio: In de brief aan Initio wordt de bezorgdheid geuit, aangegeven dat er onvoldoende geleverd is en uitgesproken dat verwacht wordt dat er komend half jaar een inhaalslag wordt gemaakt. Hiermee geven we het project nog een kans.	
3..	**Rondvraag** Erik Bos geeft aan dat er zo spoedig mogelijk een gesprek met de directie van de NOM gepland moet worden. Daarin komt aan de orde: Jaarplan 2019 en de rol van Nom in project TopDutch.	

Acties:

Actie	***Actiehouder***
Opstellen conceptbrief	Hoofden EZ (voorzet door penvoerder Groningen)
Gesprek met [redacted] en [redacted] en terugkoppeling hiervan	Gedeputeerde Patrick Brouns
10.2g [redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]

INITIO
t.a.v. de heer
Helperpark 278
9723 ZA Groningen

Geachte heer

Zoals wij in het overleg van vrijdag 21 september 2018 met u als opdrachtnemer van de Top Dutch Campagne al aan hebben gegeven reageren wij hierbij ook nog per brief op de besproken stand van zaken uitvoering Top Dutch. Daarnaast zullen wij ingaan op de gewenste toekomstige uitvoering, waarbij ook de besluitpunten uit het door u opgestelde voortgangsdocument worden meegenomen.

Allereerst willen wij u nogmaals aangeven dat wij de nodige bezorgdheid hebben over de voortgang in het project en de campagnes. De planning wordt tot nu toe niet gehaald, er is onvoldoende geleverd en de bereikte resultaten zijn te beperkt. De activiteiten zouden uiteindelijk moeten uitmonden in leads voor acquisitie en extra opdrachten voor bestaande ondernemingen. Daar is op dit moment geen inzicht in. Wij verwachten van u als opdrachtnemer daarom een inhaalslag het komende halfjaar.

In ons overleg van 21 september is de volgende taakafbakening besproken:

- De provincies zorgen samen met het ecosysteem (NOM, clusters etc.) voor de (input voor de) proposities. Het signaal vanuit Initio dat er door provincies en ecosysteem niet altijd adequaat geleverd is, wordt door de provincies ter harte genomen.
- De NOM draagt zorg voor adequate proposities, voedt de NFIA hiermee, verzorgt de acquisitie strategie en voert deze uit
- Initio vertaalt dit naar branding, marketing en awareness en verzorgt de campagnes, met het accent op online/ internet.

Wij verwachten dus dat u zich scherp houdt aan de opdracht, nl. het opzetten en uitvoeren van brandingcampagnes op de aangegeven thema's. Betreffende campagnes moeten leiden tot bekendheid, aandacht in (social) media en bij doelgroepen als bedrijven, bedrijfssectoren en intermediairs. Uiteindelijk doel is dat er acquisitieleads ontstaan en daarnaast dat reeds gevestigde ondernemers tevreden zijn met de campagnes en extra opdrachten binnenhalen. Wij willen u er op wijzen dat u de neiging hebt te breed bezig te zijn en steeds nieuwe zaken op te willen pakken (lobby in Den Haag en Brussel, acquisitie van congressen etc.), waardoor het hoofddoel (de brand-identity en campagnes) tot nu toe onvoldoende en te laat uit de verf komt.

Hiermee geven wij al voor een groot deel antwoord op de besluitpunten uit uw notitie 'Top dutch voortgangsdocument'. Voor de helderheid geven wij toch een korte reactie op de 6 besluitpunten:

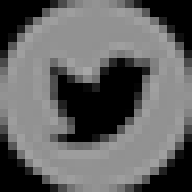
1. Wij verwachten geen aanjagende rol van Initio mbt de ontwikkeling van de proposities. De proposities moeten door het ecosysteem opgesteld worden. Indien dit niet of onvoldoende gebeurt, wordt u wel geacht dit door te geven aan de coördinerende provincie. Die zal dan het ecosysteem hierop aanspreken en sturen op de ontwikkeling van goede proposities.
2. Er hoeven vooralsnog geen online communities georganiseerd te worden inclusief aanschaf tools
3. Initio beperkt zich puur tot branding en (online) promotie (de opdracht). Voor lead generatie inclusief het monitoringsproces ligt het voortouw bij de NOM.
4. Initio wordt niet geacht onder de vlag van Top Dutch events te organiseren
5. Wij willen bij het volgende overleg een accountantscontrole aangeleverd krijgen
6. In de kwartaalrapportages verwachten wij naast financiële overzichten (inclusief prognose richting einde project) antwoord op de volgende vragen:
    - Waar en hoe zien we TopDutch terug (geconcretiseerde effecten van de marketing en awareness)?
    - Welke leads heeft dit opgeleverd (concreet overzicht)?
    - Hoe hebben ondernemers daarop gereageerd (tevredenheid ondernemers)?

Wij willen het project Top Dutch en de uitvoering hiervan door u als opdrachtnemer nog een kans geven en zien nog steeds goede mogelijkheden om hier een gezamenlijk succes van te maken in de komende inhaalslag.

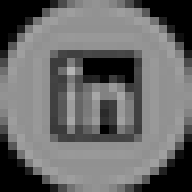
Hoogachtend,

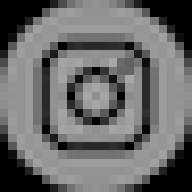
Gedeputeerde Patrick Brouns,
mede namens de gedeputeerden Henk Brink en Sander de Rouwe

provinsje fryslân
provincie fryslân









Date : 27-11-2018 10:59:07
From : "drenthe.nl
To : "drenthe.nl
Subject : FW: Agenda en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 3 december
Attachment : 0.0 Agenda Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 3 december 2018.docx;3.0 Conceptverslag Gedeputeerden EZ 6 nov 2018.docx;4.0 Agri-dairy propositie.pdf;4.0 TopDutch - Jaarplanning 2019.pdf;4.0 Voortgangsrapportage TopDutch_26 november 2018.pdf;5.0 Agenda Economic Board Noord-Nederland 7 december 2018.docx;5.0 Samenwerkingsovereenkomst EBNN versie 22 november 2018.docx;6.0 Document Nationaal Programma Groningen.pdf;6.0 Kwartiermakersfase Nationaal Programma Groningen.docx;7.0 Brief bij NOM Jaarplan 2019.pdf;7.0 MEMO HEZ-ambtelijk voor gedeputeerden - Jaarplan NOM.DOCX;7.0 MEMO NOM bij Jaarplan NOM 2019.pdf;7.0 NOM Jaarplan 2019.pdf;image011.png;image012.png;image013.png;image014.png;image015.png;

Ter info!

Van:
Verzonden: maandag 26 november 2018 17:57
Aan: ; ; ;
Onderwerp: FW: Agenda en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 3 december

Ter informatie!

Groet,

Van:
Verzonden: maandag 26 november 2018 17:25
Aan: drenthe.nl; secr_gs_rouwe <secr.gs.rouwe@fryslan.frl>; Rouwe, Sander de < fryslan.frl>; drenthe.nl; provinciegroningen.nl; provinciegroningen.nl; drenthe.nl; (fryslan.frl) < fryslan.frl>; @provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Agenda en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 3 december

Goedemiddag,

Bijgaand vinden jullie de agenda en stukken voor het Gedeputeerdenoverleg van volgende week maandag om 17.00 uur in het Provinciehuis in Groningen. Na het reguliere Gedeputeerdenoverleg stond een overleg met de NOM gepland. De agenda voor dit overleg heb ik voor het gemak geïntegreerd in de agenda voor het reguliere overleg. Uitgenodigd zijn de volgende gasten:

- Agendapunt 4 – TopDutch (vanaf 17.00 uur): en
- Agendapunt 7 – NOM (vanaf 18.30 uur): (3x NOM) en (min. EZK)

Als er vragen zijn, hoor ik het graag.

Hartelijke groet,

Projectleider
Coördinatiepool

provinsje fryslân
provincie fryslân
Tweebaksmarkt 52 (bezoekeradres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
(058) 292 5925 / provincie@fryslan.frl
www.fryslan.frl

Volg ons op social media!

Tink oan it miljeu foar 't jo beslute dizze mail te printsjen / Denk aan het milieu voor u besluit deze mail te printen.

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Agenda Gedeputeerdenoverleg Economische Zaken NNL 3 december 2018

	Tijd: 17.00 – 20.00 uur **Locatie:** Provinciehuis in Groningen **Kamer:** 43 **Aanwezig:** Patrick Brouns, Henk Brink, [redacted], Erik Bos, [redacted] **Afwezig:** Sander de Rouwe **Gasten:** [redacted] en [redacted] (TopDutch, vanaf 17.00 uur, agendapunt [redacted] (NOM) en [redacted] EZK) (vanaf 18.30 uur, agendapunt 7).	
1.	Agenda en vaststellen agenda **Voorstel:** Vaststellen	
2.	Mededelingen	
3.	**Verslag 6 november 2018** **Voorstel:** Vaststellen	Bijlage
4.	**TopDutch** Presentatie [redacted] en [redacted] over voortgang TopDutch. De volgende zaken worden behandeld: • Voortgangsrapportage TopDutch (versie 26 november 2018); • Doorkijk naar 2019 door middel van de jaarplanning van volgend jaar; • Propositie voor de campagne Agrifood/Dairy	Bijlage 3x

buiten reikwijdte

5		Bijlage 2x
6.		Bijlage 2x
7.		Bijlage 3x

	buiten reikwijdte	
8.	**Rondvraag**	

Bijlagen:

Agendapunt	Bijlage
3.	buiten reikwijdte

Agenda Gedeputeerdenoverleg Economische Zaken NNL 6 november 2018

	Tijd: 18.00 – 19.30 uur **Locatie: Provinciehuis in Assen** **Aanwezig: Sander de Rouwe (voorzitter), Henk Brink, Patrick Brouns, Erik Bos, [redacted] (secretaris)**
1.	**Agenda en vaststellen agenda** Agenda vastgesteld.
2.	**Mededelingen** Geen mededelingen.
3.	**Verslag 21 september 2018** Sander de Rouwe loopt de acties uit het verslag van 21 september na. Alles is afgerond. [redacted] zorgt er voor dat [redacted] en [redacted] van TopDutch uitgenodigd worden bij het volgende EZ Gedeputeerdenoverleg op 3 december as.
4.	**TopDutch – stand van zaken** Patrick Brouns vat kort de stand van zaken met betrekking tot TopDutch samen, ook gerelateerd aan het gesprek tussen hem en de vier leden van de 'oorspronkelijke' TopDutch-formatie op 11 oktober jl. Hij geeft aan dat hij ze de eerste vijf kwartier elkaar verwijten heeft laten maken, zodat dat eruit was. Einde van het gesprek was er voor alle vier partijen een basis om verder met elkaar samen te werken. Hier zou binnen een aantal weken uitsluitsel over komen. Patrick Brouns geeft aan dat wij als provincies opdrachtgever zijn en dat verwacht wordt dat kwaliteit geleverd wordt naar rato de kosten. De vier hebben besloten [redacted] (VNO NCW) te vragen als onafhankelijk adviseur. Dit is gebeurd en er zijn gesprekken met [redacted] gevoerd. Patrick Brouns heeft er bewust niet voor gekozen terugkoppeling van [redacted] te willen ontvangen, omdat Patrick opdrachtgever is. Wel is een terugkoppeling van de vier partijen (opdrachtnemers) gekomen. Het advies van [redacted] luidde: • Stel een onafhankelijk voorzitter aan voor 4 uur per week; • [redacted] (projectleider TopDutch) wordt onafhankelijk aangestuurd; • Met de onafhankelijke voorzitter wordt een herstart gemaakt, waarbij rollen, taken en verantwoordelijkheden worden benoemd; • Initio is de penvoerder van de 'gouden driehoek' (Initio, projectleider en onafhankelijk voorzitter); • Er komt een overleg met het kernteam, de drie provincies en de NOM; • Er wordt een 'creatief team' opgesteld dat eens per twee weken vergadert. Dit team bestaat uit [redacted] en wisselende gasten/sprekers). Dit wordt voorbereid door de projectleider, onder voorzitterschap van de onafhankelijk voorzitter.

	Patrick Brouns geeft aan dat alle vier partijen zich kunnen vinden in deze adviezen en werken hun rollen en taken nader uit. Tot slot geeft hij aan dat geadviseerd is dat er geen onkostenvergoeding plaatsvindt, maar dat betaling op basis van offertes plaatsvindt. Henk Brink waardeert het werk van Patrick Brouns en geeft aan data hij afgelopen zomer zijn twijfels over de samenwerking had. Hij heeft twee vragen: 1. Heb je er nog vertrouwen in? 2. Hoe is de brief aan TopDutch ontvangen? Henk Brink maakt zich zorgen en wil zien wat er geleverd wordt. Patrick Brouns geeft aan dat er contact is geweest met [redacted]. Die heeft verzekerd dat de campagne gelanceerd wordt in december bij de wedstrijd Groningen-Emmen. De brief is in goede orde en herkenbaar ontvangen, is qua boodschap overgekomen. Dit betekent ook een lastige discussie met [redacted] wat betreft events. De hoeveelheid opdrachten van [redacted] is in potentie ingeperkt. In de opdracht zitten vier events, hier is [redacted] eerste supplier van. Als antwoord op de vraag of er vertrouwen is, geeft Patrick Brouns aan dat het gesprek pijnlijk verliep, maar dat er wel afspraken zijn gemaakt. Wel zakelijk geweest richting de vier partijen. Er is een advies gekomen waar niemand bezwaar op heeft gemaakt (dit moet nog bevestigd worden). Als dit zo is, dan moeten ze ook de verantwoordelijkheid nemen. Ze hebben de kans gehad hier op te reageren. Als ze er nu niet uit komen, dan is het aan hen te wijten. Het intellectueel eigendom van TopDutch ligt bij de provincie Groningen en daarmee bij de drie noordelijke provincies. Sander de Rouwe rondt af en geeft aan dat [redacted] en [redacted] 3 december uitgenodigd worden bij het volgende Gedeputeerdenoverleg EZ. Sander de Rouwe geeft nog aan dat het goed is een aandachtspunt aan [redacted] mee te geven dat gecommuniceerd wordt dat het nu opgelost is. Dan achtervolgt ons dat niet meer. Patrick Brouns zorgt dat dit gebeurt.
5	**NOM** **Jaarplan 2019 en Proposities** buiten reikwijdte [redacted]

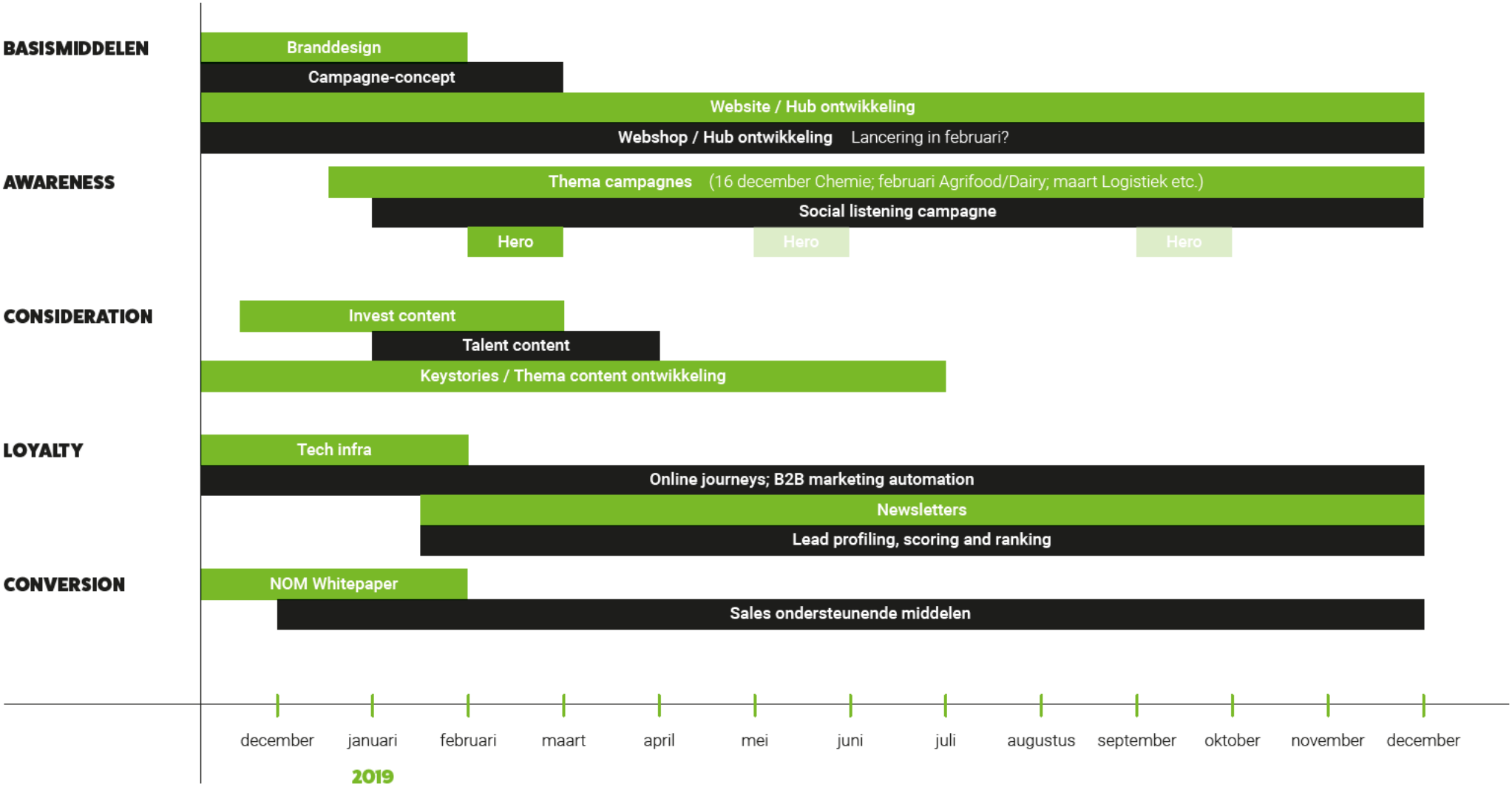
	buiten reikwijdte
6.	**EBNN** buiten reikwijdte

	buiten reikwijdte
7.	**Financiering MKB Innovatiestimulering Topsectoren (MIT) 2019** buiten reikwijdte
8.	**Rondvraag** buiten reikwijdte

Acties:

1.	Bericht naar over opgeloste problemen TopDutch, ook communiceren naar buiten toe	Patrick Brouns
2.	buiten reikwijdte	
5.	Uitnodigen TopDutch (en voor 3 dec. as.	

PLANNING


BASISMIDDELEN
Branddesign
Campagne-concept
Website / Hub ontwikkeling
Webshop / Hub ontwikkeling
Lancering in februari?
AWARENESS
Thema campagnes
(16 december Chemie; februari Agrifood/Dairy; maart Logistiek etc.)
Social listening campagne
Hero
Hero
Hero
CONSIDERATION
Invest content
Talent content
Keystories / Thema content ontwikkeling
LOYALTY
Tech infra
Online journeys; B2B marketing automation
Newsletters
Lead profiling, scoring and ranking
CONVERSION
NOM Whitepaper
Sales ondersteunende middelen
december
januari
februari
maart
april
mei
juni
juli
augustus
september
oktober
november
december
2019

TOPDUTCH. WAAR STAAN WE?

Activiteiten afgelopen kwartaal

In de afgelopen maanden heeft het team zich volledig toegelegd op het ontwikkelen van de basis van het TopDutch merk. Hieronder vallen de definitieve positionering, het overall communicatie-concept, de communicatie en campagnestrategie, de samenwerking met de NOM en TopDutchTalent en als laatste de technologische infrastructuur ondersteunend aan de campagnestrategie. Vanuit deze basis gaan we vanaf 16 december alle campagnes opbouwen en uitvoeren. Tevens is er gewerkt aan de groene chemie thema campagne met Chemport Europe en de webshop.

Het overall concept, de communicatie- en campagnestrategie en de ondersteunende technologische infrastructuur worden op 3 december tijdens het gedeputeerdenoverleg gepresenteerd. Daarnaast worden 3 december ook het webshop-concept en de chemie thema-campagne aan u gepresenteerd.

Financieel overzicht

	Vorige rapportage	*Huidige rapportage*
Datum:	1 september	26 november 2018
Totaal TopDutch budget:	1.200.000,00	1.200.000,00
Kosten uitgevoerde werkzaamheden:	412.009,87	542.161,48
Resterend budget:	787.990,13	657.838,52

Uitgevoerde werkzaamheden

In periode tussen vorige rapportage 1 september en huidige rapportage 3 december:

1. Samen met NOM en Provincies worden de proposities uitgewerkt
   - **Chemie**, propositie gereed, content in ontwikkeling, start campagne 16 december
   - **Agrifood/dairy**, propositie gereed (als bijlage), aanpak in ontwikkeling, acquisitielijst verdient aanscherping
   - **Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitie behoefte bekend (lijst nog te ontwikkelen)
   - **Digitaal**, gesprekken gevoerd, oplevering propositie naar verwachting februari
   - **Tech**, gesprekken gevoerd met NOM en Region of Smart Factories, acquisitielijst in ontwikkeling
2. Branddesign-concept gecompleteerd, *presentatie 3 december*
3. Conceptontwikkeling gecompleteerd, *presentatie 3 december*
4. Campagnestrategie gecompleteerd, *presentatie 3 december*
5. Webshop, concept gereed, *presentatie 3 december*
6. Met NOM afgesproken de sales-ondersteunende middelen in TopDutch-stijl te produceren. Eerste stap is het uitwerken van de algemene NOM white paper en één deelpropositie in TopDutch-stijl, als voorbeeld voor alle NOM white papers, presentaties en bid books.
7. Samenwerking TopDutch Talent:
   - TopDutch Talent bouwt momenteel aan een talentplatform, met o.a. een vacaturebank, een digitale kaart met internationale bedrijven, handel en talent, Engelstalige cultuur-agenda, agenda voor career-events en Engelstalige nieuwsvoorziening (The Northern Times).
   - TopDutch Talent optimaliseert de toeleiding van het in het Noorden aanwezige internationaal georiënteerde talent naar de innovatieve noordelijke MKB-bedrijven. Met 53,000 internationale migranten *(waaronder 10,000 studenten)* in het Noorden en een toenemende vraag naar hoogopgeleide arbeidskrachten, kan Top Dutch Talent het internationale talent in de drie Noordelijke provincies Drenthe, Friesland en

Groningen effectiever laten aansluiten bij de internationaal georiënteerde MKB-bedrijven.
- TopDutch is volledig aangesloten voor het deel dat relevant is voor internationale doelgroepen (t.b.v. FDI). TopDutch is vertegenwoordigd in de projectgroep en het communicatie-team.

8. Er is een accountantscontrole uitgevoerd op de toepassing van uurtarieven en marge-afspraken. Een afschrift hiervan vindt u als bijlage.

Key campagnes

De campagnestrategie is uitgewerkt en 26 november gepresenteerd aan het kernteam en communicatieadviseurs. Deze wordt 3 december aan u gepresenteerd.

De campagnestrategie omvat social media druppel-campagnes o.b.v. key stories (long-read kwalitatieve artikelen), 'social listening' (inspelen op bestaande conversaties op social media) en hero-momenten (om het TopDutch merk breed in de markt te zetten). De komende weken werken we deze campagne-strategie uit in de planning en budgetverdeling.

10.2g



*Campagnestrategie in hoofdlijnen, inclusief ondersteunende technologische infrastructuur

1. Groene chemie campagne

De campagne voor groene chemie is opgebouwd volgens de strategie van de thema campagnes:

<u>Contentstrategie:</u>

Stap 1: Key stories

- **<u>Story 1 The future of Plastics:</u>** De Nederlandse Boyan Slat zoekt een oplossing voor 'The Plastic Soup', maar hoe ziet de toekomst van plastics eruit? Hoe voorkomen we soep. Wat doen we in de regio met het verzamelen, recyclen, vernieuwen en vergroenen van plastic? Plastic deskundigen en bedrijven leggen uit aan welke concrete innovaties zij werken.
- **<u>Story 2 Industry CO_2 reduction:</u>** De wereldwijde CO_2-uitstoot moet omlaag, zo ook de uitstoot van de chemische industrie. Hoe pakken bedrijven in het Chemport Europe ecosysteem dit aan?

- **Story 3 Green building blocks:** Het Chemport Europe motto is 'changing the nature of chemistry'. Wat zijn groene bouwstenen voor de vergroening van de chemie en hoe komen we hieraan? Wetenschappers leggen de laatste ontwikkelingen uit op het gebied van 1) elektrolyse & waterstof, 2) CO_2 als grondstof 3) biobased grondstoffen (uit de agrarische regio).
- **Story 4 Collaboration and chain integration:** Voor een circulaire economie moet de gehele product lifecycle en supply chain vergroenen. Wat levert samenwerking en ketenintegratie hierin op? Chemport ketenpartners leggen uit hoe ze samenwerken en de keten integreren binnen de Chemport Europe clusters. Een artikel dat duidelijk maakt hoe de korte lijntjes werken in de regio, met als voorbeeld één bijzondere 'case study'.
- **Story 5 Investment and business climate:**
    - **Part 1 Investment climate & process:**
      Wat is het vestigingsbeleid van de regio? In het artikel wordt duidelijk gemaakt hoe het vestigen in de regio werkt en waarom partijen kiezen voor Chemport Europe.
    - **Part 2 Human capital & lifestyle:**
      Hoe staat het met de arbeidsmarkt in het noorden? En waarom is de regio ook voor werknemers – en dus voor ondernemingen – interessant om zich te vestigen? Over de aantrekkingskracht van omgeving, culturele voorzieningen, kennisinstellingen en woningmarkt.
    - **Part 3 Industry development & history:**
      Hoe is de economische bedrijvigheid in de regio historisch gegroeid? Delfzijl is gericht op basischemie, en Emmen meer op de verwerking en de maakindustrie – hoe zijn beide clusters aan elkaar verbonden geraakt?

Stap 2: Supporting hub content, o.a:

- NOM Whitepaper
- Chemport Europe verdiepende artikelen
- The Green Hydrogen Economy

Online strategie:

3: Social en online content snippets, incl. SEO/SEA

- Key visuals
- Story triggers (dripping strategie)
- Social videos

4: Online journey and lead generation

- Social retargeting
- Opt-in mogelijkheden
- Nieuwsbrieven
- Set-up en optimalisatie online journey
- Set-up lead profiling, scoring en ranking

2. Agrifood(/Dairy)

Voor de campagne van agrifood is de propositie gereed. De verhalen worden momenteel ontwikkeld en het keuzeproces rondom targetbedrijven en regio's is gestart. Ook hier bouwen wij de campagne op volgens de strategie van de thema campagnes:

Contentstrategie:

Stap 1: 5 Key stories

Stap 2: Supporting hub content, o.a:

- NOM Whitepaper on Agrifood

Online strategie:

3: Social en online content snippets, incl. SEO/SEA
- Key visuals
- Story triggers (dripping strategie)
- Social videos

4: Online journey and lead generation
- Social retargeting
- Opt-in mogelijkheden
- Nieuwsbrieven
- Set-up en optimalisatie online journey
- Set-up lead profiling, scoring en ranking

3. Logistics

De propositie is op de volgende punten na gereed.

1. TopDutch Logistics komt op korte termijn met een aanvulling rondom infrastructuur.
2. ING Economisch Bureau is gevraagd voor additionele cijfermatige onderbouwing. Zodra dit beschikbaar is wordt de propositie gecompleteerd.

Ondertussen kunnen wij al gaan werken aan de contentstrategie (5 key-stories) en online strategie daar de acquisitiebehoefte reeds bekend is:

De campagne concentreert zich voornamelijk op voornamelijk op het aantrekken van nieuwe ladingstromen waar de logistieke sector in Noord-Nederland wat aan gaat hebben. De campagne kan zich hiermee richten op 4 pijlers:

1. Het aantrekken van grotere (inter)nationale e-commerce bedrijven. Hiermee wordt het ladingaanbod vanuit N-NL groter, verschuiven de cut-off tijden voor alle e-commerce ondernemers in N-NL en/of waardoor PostNL/DHL een volwassen hub in de TopDutch regio wil vestigen;
2. Het aantrekken van ladingstromen en ondernemingen die over het spoor van en naar China gaan. Bredere exploitatie van de 'Milkroad';
3. Het interesseren van logistieke vastgoedontwikkelaars *(Prologis, Heylen, WDP etc.)* en logistieke consultants *(Buck, Groenewout, Stec, etc. en internationale partijen)*;
4. TopDutch regio breed *(Eco-systeem, 3 O's, vergroening, digitalisering en talent)* positioneren als ideale locatie voor de logistieke sector.

4. Tech

Er is een kick-off geweest omtrent de propositie van de HTSM (technologie) met de NOM de Region of Smart Factories en de provincie Drenthe. Volgende stap is een werksessie voor ophalen key stories.

5. WaterTech

Volgens informatie Provincie Fryslân zijn proposities gereed. Er wordt een kick-off gepland in het eerste kwartaal.

6. Digital

Propositie in ontwikkeling, Provincie Groningen coördineert.

7. Life Sciences and Health

Provincie Drenthe coördineert propositie-ontwikkeling, in samenwerking met de Health Hub. Campus Groningen heeft aangegeven gezamenlijk op te willen trekken in acquisitie met TopDutch/NOM. Eerste afspraken worden gepland.

8. Energy

Provincie Groningen en NOM gezamenlijk verantwoordelijk voor propositie.

Vooruitblik en planning 2019

De planning vindt u in de bijlage.

Opmerkingen:

- **Website:** Release platform structuur februari 2019
- **Webshop:** Release februari 2019
- **Start thema campagnes:** thema chemie start op 16 december, hierna volgt per februari maandelijks de start van een nieuw thema.
- **Start social listerning campagne:** Januari 2019
- **Hero campagnes:** Nader te bepalen, eerste Hero campagne gepland voor februari
- **Technologische (basis)infrastructuur:** is aangeschaft, implementatie: in ontwikkeling, samen met Harvest Digital en NOM
- **Online journeys en B2B marketing automation:** start vanaf chemie thema campagne, ongoing
- **Lead profiling, ranking en scoring:** start in 2019, ongoing
- **Partner content:** Invest content (NOM) en Talent content (TopDutch Talent) worden ontwikkeld en toegevoegd aan website-platform
- **Content-ontwikkeling:** ontwikkeling content voor alle thema campagnes; ongoing t/m juni
- **Sales-ondersteunende middelen:** Ontwikkeling algmene white paper, uniforme presentatie/bidbook formats per deelpropositie samen met NOM / Provincies; ongoing

Date : 15-1-2019 19:03:28
From : "[redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : FW: Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx
Attachment : Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx;image001.jpg;

Hallo [redacted]

De onderstaande GS-nota heb ik via [redacted] gekregen.

Helaas kan ik hier zelf weinig zeggen ☺.

Gr. [redacted]

Van: [redacted] f
Verzonden: dinsdag 15 januari 2019 15:52
Aan: [redacted]
Onderwerp: FW: Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx

Volgens mij hoort dit bij jou.

Mvg
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 15 januari 2019 14:07
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@drenthe.nl>; [redacted]@drenthe.nl>
Onderwerp: Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx

Hoi collega's,

Hierbij een GS stuk met de beantwoording van statenvragen van GroenLinks over TopDutch.
Zouden jullie deze kunnen screenen? De beantwoording van de vragen ligt in lijn met de beantwoording van FNP statenvragen over TopDutch van de provincie Fryslân.
Volgende week dinsdag gaat het op de routing, dus ik hoor graag uiterlijk deze week jullie reactie.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted]drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Voor beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde

Algemene gegevens	
Opsteller	tst.
Team	Economie
Datum	donderdag 10 januari 2019
Uiterste behandeldatum in GS: 29 januari 2019 *Toelichting: Antwoord moet* uiterlijk op vrijdag 1 februari 2019 worden verzonden.	

Teammanager
Erik Bos
Paraaf *Bespreken:*

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie

Akkoord portefeuillehouder
Henk Brink

Intern voorbereid met
1. BC
2. S&I
3. FIN
4. BC

Akkoord provinciesecretaris
Wim Brenkman

Archivering	
Datum:	*Registratienummer:*
	nr.
	nr.
	nr.

Communicatie
Openbaar: Ja, later. Openbaar vanaf ontvangst brief door vragensteller.
Persbericht: Nee
Bekendmaking: Niet van toepassing

Met opmerkingen [PD1]: Vermeld de naam van het team/programma en de medewerker(s) met wie je het stuk hebt voorbereid. Wees compleet in het vermelden van de teams/programma's, maar probeer verder de lijst te beperken tot de voor dit GS-stuk meest relevante medewerkers uit die teams/programma's.

Met opmerkingen [pd2]: Geef aan of er een afzonderlijk persbericht noodzakelijk is. Dit is het geval voor belangrijke of actuele onderwerpen. Neem in zo'n geval tijdig contact op met het team COM. Een conceptpersbericht voeg je niet bij het GS-stuk.

Onderwerp

Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde van de GroenLinks-fractie over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Advies

In te stemmen met de brief aan de GroenLinks-fractie, in afschrift aan de overige Statenleden.

Beslissing GS

Risico's

Politieke gevoeligheid rondom TopDutch. Met de brief wordt open en transparant aangegeven hoe hier vanuit Drenthe mee wordt omgaan. Beantwoording is afgestemd met de provincies Groningen en Fryslân.

Met opmerkingen [PD3]: Verwerk hierin ook eventuele afwijkende meningen en op welke argumenten en risico's deze zijn gebaseerd. NB. De insteek is dat in eerste instantie wordt uitgegaan van een eensluidend advies aan GS.

Kanttekeningen vanuit de organisatie

Niet van toepassing.

Aanvullende informatie voor GS

Van de drie provincies heeft alleen Drenthe de middelen via Provinciale Staten beschikbaar gekregen voor TopDutch. Op 27 december 2017 is met het Statenstuk 2016-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' door PS besloten om € 400.000,-- beschikbaar te stellen voor de uitvoering van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder de penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân. In september 2017 en februari 2018 zijn de Drentse statenleden over TopDutch.

Tekst openbare besluitenlijst

Dubbelklik ***hier*** om het onderdeel Tekst openbare besluitenlijst in te vullen.

Met opmerkingen [PD4]: Als op het kopblad bij Openbaar "Ja" of "Ja, later" is ingevuld, vul hier dan altijd een tekst in.

Verzenden

Met opmerkingen [PD5]: Let op dat je, voordat je op de knop Verzenden klikt, Outlook OPEN hebt staan!
Druk op de knop Verzenden om de 'tekst openbare besluitenlijst' te verzenden aan het team COM. Wacht met verzenden tot je er zeker van bent, dat de 'tekst openbare besluitenlijst' volledig is ingevuld. En verstuur deze tekst pas als het gaat om de definitieve versie zoals die naar GS gaat.

Aan:
De heer H. Nijmeijer

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, @
Ons kenmerk @
Behandeld door de heer [redacted] (0592) 36[redacted]
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Met opmerkingen [PD6]: Vermeld hier de naam van de vragensteller (het fractielid). Begin de naam met de heer of mevrouw, vermeld de initialen en de achternaam.

Fictief voorbeeld bij één vragensteller:
Aan:
mevrouw A.B. Jansen

Fictief voorbeeld bij meerdere vragenstellers (zet de namen onder elkaar):
Aan:
mevrouw A.B. Jansen en
de heer E.F. Smit

Met opmerkingen [PD7]: Datum wordt ingevuld door het team BC.

Met opmerkingen [PD8]: Kenmerk wordt ingevuld door het team BC.

Geachte ,

In uw brief van 2 januari 2019 stelde u een aantal vragen over de recente ontwikkelingen rondom TopDutch. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1
Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?

Antwoord 1
Net voor de zomer in 2018 is er melding gemaakt van de wrijving tussen de opdrachtnemer en de door de opdrachtgever ingeschakelde bedrijven. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als penvoerder (en aanbestedende dienst) handelt uit naam van de drie Noordelijke provincies.

Medio juli zijn wij door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming. Destijds is een eerste signaal ontvangen, dat de samenwerking op de huidige wijze niet langer houdbaar was. Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen en ruimte voor het maken van betere afspraken en te komen tot een constructieve samenwerking voor het vervolg.

De Groninger gedeputeerde Brouns heeft daarop (in overleg), als penvoerder, het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Aan de opdrachtnemer (Initio) is aangegeven, dat wij als opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd dienen te worden. Het is niet eerder dan 17 oktober 2018 gelukt om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit heeft gedeputeerde Brouns ook aan de partijen medegedeeld in het overleg op 17 oktober 2018.

Vervolgens is door de opdrachtnemer zelf, een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (dhr Alfred Welink, voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, om nogmaals duidelijk te maken welke resultaten worden verwacht. Deze brief is naar de opdrachtnemer ook een signaal van zorg geweest en het is nu aan de opdrachtnemer om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door de opdrachtnemer zijn ingeschakeld geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met de opdrachtnemer te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dit moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst. Dit doet echter niets af aan de opdracht en het samenhangende contract.

Als opdrachtgever sturen wij de opdrachtnemer (met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben) aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Drentse partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.

Vraag 2
Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?

Antwoord 2
Ja, er is inzicht in gegeneerde leads en prospects. In overleg met de NOM worden er vanuit TopDutch in verband met vertrouwelijkheid geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

Vraag 3
Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?

Antwoord 3

De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch campagne, kunnen we zeker beschouwen als opbrengst en positief resultaat. Noord Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. Daarbij moet in acht worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan zijn over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties, wordt echter ook steeds meer via internet en social media gedaan. Door de frisse vernieuwende "online" aanpak, is Noord Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen. Dit zien we ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes, de endorsement en de brandingprojecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basis-concept voor de TopDutch branding campagne.

De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de media-waarde is in de bijlage opgenomen.

De internationale acquisitie van bedrijven zijn langdurige processen. In sommige gevallen wordt pas na 10 jaar een definitief eindbesluit genomen. Deze marketing inspanning (TopDutch) met budget, geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en "landingen" kan dan ook moeilijk worden gemaakt. De uitdrukking "onbekend maakt onbemind" gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketing-inspanning. De economische omstandigheden kunnen dan anders zijn dan nu.

Vraag 4
Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutchcampagne?

Antwoord 4
Als opdrachtgever sturen wij de opdrachtnemer Initio (met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben) aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet aanhaken, zullen wij met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de opdracht. Met de brief van 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, duidelijk aangegeven welke resultaten worden verwacht.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris , voorzitter

Bijlage(n) :
- @

Met opmerkingen [PD9]: Bijlage(n) alleen vermelden als deze van toepassing is/zijn, anders deze aanduiding verwijderen uit de tekst. Geef per bijlage puntsgewijs de naam/het onderwerp van de bijlage weer.

Als je het hele sjabloon hebt ingevuld en je alle opmerkingenballonnen in de kantlijn in één keer wilt verwijderen, dubbelklik dan hieronder. Alle opmerkingenballonnen in de kantlijn worden zo uit het document verwijderd.

Dubbelklik ***hier*** om de opmerkingenballonnen te verwijderen.

provincie Drenthe

Date : 7-9-2017 15:22:36
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : FW: Bijeenkomst Rode Loper; alternatief
Attachment : image001.png;image002.png;image003.png;image004.jpg;

Hoi [redacted]

Bijgaande ter info.

Verder wil ik je laten weten dat morgen de kick off is met Initio inzake economische profilering en marketing. De opmerkingen die jij en Marjon gemaild hebben neem ik mee.

Wanneer zullen we weer even bijpraten? Ook over traject TopDutch en acquisitie? Wat is handig voor jou?

Groet [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 7 september 2017 15:16
Aan: Willemien Meeuwissen-Dekker; Jurr van Dalen; Aimee van der Ham
CC: Henk Brink; Jelly Stapert; [redacted]
Onderwerp: Bijeenkomst Rode Loper; alternatief

Beste mevrouw Van der Ham, Meeuwissen en meneer Van Dalen,

Via de griffie hebben wij vernomen dat u zich heeft aangemeld voor de informatieve bijeenkomst van as. woensdag over Rode Loper, acquisitie en profilering.
Deze bijeenkomst is geannuleerd wegens te weinig aanmeldingen.

Langs deze weg bieden wij u de gelegenheid aan om onder het genot van een kop koffie door ons bijgepraat te worden.
Dit zou kunnen op hetzelfde tijdstip; woensdag 13 september om 10.30 uur.

Wanneer u voorkeur heeft om dit op een ander moment, in een andere samenstelling te doen, is dat natuurlijk in overleg mogelijk.

Wij vernemen graag uw reactie.

Met vriendelijke groet,

mede namens [redacted]

[redacted]
provincie Drenthe

Postbus 122, 9400 AC | Assen | T (0592) 36[redacted] | M [redacted]
@[redacted]
[redacted]

IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe






IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 28-11-2018 13:31:01
From : " **provinciegroningen.nl**
To : "Erik Bos" **drenthe.nl, "** **fryslan.frl"** **fryslan.frl, "** **drenthe.nl**
Subject : FW: Branding campagne noord
Attachment : image001.jpg;

Heren onze noordelijke fiscalisten hebben overleg gehad over de btw kwestie rondom Topdutch. Lees hieronder in de mailwisseling de uitkomst. Wij gaan jullie een rekening sturen van netto 84k die jullie als btw compensatie terug kunnen vragen.
Vr gr

Van:
Verzonden: woensdag 28 november 2018 10:57
Aan:
Onderwerp: RE: Branding campagne noord

We zitten om 11.00 uur in de pantry FC (B3).

Van:
Verzonden: woensdag 28 november 2018 10:39
Aan: < provinciegroningen.nl>
Onderwerp: FW: Branding campagne noord

Zie onderstaande mailwisseling. Ik heb hierover zodadelijk om 11.00 uur een overleg met FC. Wil je daar bij zijn? We zitten op mijn kamer.

Van:
Verzonden: woensdag 28 november 2018 10:33
Aan: Korpershoek M @provinciegroningen.nl>; @provinciegroningen.nl>
Onderwerp: FW: Branding campagne noord

Goedemorgen,

Zoals zojuist besproken heb ik de opdrachtverstrekking aan Initio, KiWi zaak K6914 voorgelegd aan , voor wat betreft de BTW.
Zie onderstaand zijn voorstel aan de fiscalisten van Fryslan en Drenthe. Beide zijn inmiddels akkoord met dit voorstel.
Graag straks even mee nemen in het overleg hoe e.e.a uitgewerkt wordt.

Groet,

Van:
Verzonden: woensdag 21 november 2018 16:27
Aan: Kuijpens, @fryslan.frl>; @drenthe.nl
CC: Schuten J. @provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Branding campagne noord

Hallo

Zoals afgesproken met heb ik telefonisch contact met van de Belastingdienst gehad over opdrachtverstrekking met betrekking tot de branding campagne Noord Nederland.

Casus
De provincie Groningen heeft namens de drie noordelijke provincies opdracht verstrekt aan Initio om in 2018 en 2019 invulling te geven aan de branding campagne Noord Nederland. De totale kosten bedragen € 1,2 miljoen exclusief BTW.
De provincie Groningen heeft/zal de op de campagne betrekking hebbende facturen van Initio namens de drie noordelijke provincies betalen. De campagne wordt gefinancierd uit de zogenoemde NOM terugploegkorting. Deze terugploegkorting vloeit voort uit de verkoop in 2016 van de aandelen NOM door het Rijk aan de drie noordelijke provincies. Van de opbrengst heeft het Rijk een deel terug gestort ten behoeve van structuurversterking van de drie noordelijke provincies. Het geld is door het Rijk gestort op de bankrekening van de provincie Drenthe. Een deel van het geld (1,2 miljoen euro) wordt door de Provincie Drenthe overgemaakt aan de provincie Groningen om de door Initio gefactureerde bedragen te betalen.

BTW gevolgen
Vraag is of de provincie Groningen de btw op de facturen van Initio wel kan compenseren, omdat de provincie Groningen de opdracht heeft verstrekt en de facturen betaalt namens de drie Noordelijke provincies. In dat geval is de provincie Groningen voor de BTW slechts voor een derde afnemer en is strikt genomen een derde van de btw compensabel. De resterende btw is ook niet compensabel bij de provincies Drenthe en Friesland, omdat voor deze provincies niet wordt voldaan aan de factuurvereisten.
Oplossing is dan dat de provincie Groningen facturen verstuurt aan de provincies Drenthe en Friesland die er als volgt uit zien.

Aandeel kosten Initio 400.000

BTW 84.000
Te betalen 484.000
Af: Reeds voldaan uit terugploeggeld NOM 400.000
Te betalen 84.000

Het te betalen bedrag van 84.000 kunnen beide provincies terugvragen uit via het btw compensatiefonds. De provincie Groningen kan 84.000 terugvragen via het btw compensatiefonds en 168.000 aftrekken als ondernemers btw.

Reactie Belastingdienst
Aan de Belastingdienst is voorgelegd of het zij er mee akkoord kunnen gaan dat de hiervoor beschreven facturen niet worden verstuurd, doch dat de provincie Groningen het gehele bedrag compenseert.
Dit is telefonisch afgewezen door de Belastingdienst. Wel zou de belastinginspecteur nog intern overleggen over de mogelijkheden, maar hij schat de kans erg laag in dat er mogelijkheden tot een praktische oplossing zijn.

Het lijkt er derhalve op dat we niet ontkomen aan de hiervoor genoemde facturen te versturen om te voorkomen dat twee derde van de btw kostprijsverhogend wordt.

Met vriendelijke groet,

provincie groningen

Afdeling Financiën & Control,
Cluster Beleid & Advies
Fiscalist a.i.
E-mail: @provinciegroningen.nl
Tel: 050 -

Aanwezig op maandag en woensdag

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/



provincie
groningen

Date : 18-10-2018 15:12:25
From : "Henk Brink" [redacted] **drenthe.nl**
To : "[redacted] **drenthe.nl, "**[redacted] **drenthe.nl**
Subject : FW: Brief namens gedeputeerden Brouns, De Rouwe en Brink
Attachment : brief top dutch initio.docx;image001.jpg;

Ter informatie.

Hartelijke groet,
[redacted]
Telefoonnummer: 0592[redacted]
E-mail: [redacted] drenthe.nl
Provincie Drenthe
Westerbrink 1
Postbus 122
9400 AC Assen
provincie Drenthe

Van: [redacted] **Namens** Brouns P.H.R.
Verzonden: donderdag 18 oktober 2018 12:53
Aan: [redacted] initio.nl'
CC: [redacted] @fryslan.nl' ; Henk Brink ; Hermse J.
Onderwerp: Brief namens gedeputeerden Brouns, De Rouwe en Brink

Geachte heer [redacted]
Mede namens gedeputeerden De Rouwe en Brink doe ik u bijgaande brief toekomen.
Met vriendelijke groet,
Patrick Brouns
Gedeputeerde Provincie Groningen
Ondernemerschap & Innovatie, Recreatie & Toerisme, Evenementenbeleid, Financiën, Bestuurlijke organisatie en Sport

---

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

INITIO
t.a.v. de heer
Helperpark 278
9723 ZA Groningen

Geachte heer

Zoals wij in het overleg van vrijdag 21 september 2018 met u als opdrachtnemer van de Top Dutch Campagne al aan hebben gegeven reageren wij hierbij ook nog per brief op de besproken stand van zaken uitvoering Top Dutch. Daarnaast zullen wij ingaan op de gewenste toekomstige uitvoering, waarbij ook de besluitpunten uit het door u opgestelde voortgangsdocument worden meegenomen.

Allereerst willen wij u nogmaals aangeven dat wij de nodige bezorgdheid hebben over de voortgang in het project en de campagnes. De planning wordt tot nu toe niet gehaald, er is onvoldoende geleverd en de bereikte resultaten zijn te beperkt. De activiteiten zouden uiteindelijk moeten uitmonden in leads voor acquisitie en extra opdrachten voor bestaande ondernemingen. Daar is op dit moment geen inzicht in. Wij verwachten van u als opdrachtnemer daarom een inhaalslag het komende halfjaar.

In ons overleg van 21 september is de volgende taakafbakening besproken:

- De provincies zorgen samen met het ecosysteem (NOM, clusters etc.) voor de (input voor de) proposities. Het signaal vanuit Initio dat er door provincies en ecosysteem niet altijd adequaat geleverd is, wordt door de provincies ter harte genomen.
- De NOM draagt zorg voor adequate proposities, voedt de NFIA hiermee, verzorgt de acquisitie strategie en voert deze uit
- Initio vertaalt dit naar branding, marketing en awareness en verzorgt de campagnes, met het accent op online/ internet.

Wij verwachten dus dat u zich scherp houdt aan de opdracht, nl. het opzetten en uitvoeren van brandingcampagnes op de aangegeven thema's. Betreffende campagnes moeten leiden tot bekendheid, aandacht in (social) media en bij doelgroepen als bedrijven, bedrijfssectoren en intermediairs. Uiteindelijk doel is dat er acquisitieleads ontstaan en daarnaast dat reeds gevestigde ondernemers tevreden zijn met de campagnes en extra opdrachten binnenhalen. Wij willen u er op wijzen dat u de neiging hebt te breed bezig te zijn en steeds nieuwe zaken op te willen pakken (lobby in Den Haag en Brussel, acquisitie van congressen etc.), waardoor het hoofddoel (de brand-identity en campagnes) tot nu toe onvoldoende en te laat uit de verf komt.

Hiermee geven wij al voor een groot deel antwoord op de besluitpunten uit uw notitie 'Top dutch voortgangsdocument'. Voor de helderheid geven wij toch een korte reactie op de 6 besluitpunten:

1. Wij verwachten geen aanjagende rol van Initio mbt de ontwikkeling van de proposities. De proposities moeten door het ecosysteem opgesteld worden. Indien dit niet of onvoldoende gebeurt, wordt u wel geacht dit door te geven aan de coördinerende provincie. Die zal dan het ecosysteem hierop aanspreken en sturen op de ontwikkeling van goede proposities.
2. Er hoeven vooralsnog geen online communities georganiseerd te worden inclusief aanschaf tools
3. Initio beperkt zich puur tot branding en (online) promotie (de opdracht). Voor lead generatie inclusief het monitoringsproces ligt het voortouw bij de NOM.
4. Initio wordt niet geacht onder de vlag van Top Dutch events te organiseren
5. Wij willen bij het volgende overleg een accountantscontrole aangeleverd krijgen
6. In de kwartaalrapportages verwachten wij naast financiële overzichten (inclusief prognose richting einde project) antwoord op de volgende vragen:
    - Waar en hoe zien we TopDutch terug (geconcretiseerde effecten van de marketing en awareness)?
    - Welke leads heeft dit opgeleverd (concreet overzicht)?
    - Hoe hebben ondernemers daarop gereageerd (tevredenheid ondernemers)?

Wij willen het project Top Dutch en de uitvoering hiervan door u als opdrachtnemer nog een kans geven en zien nog steeds goede mogelijkheden om hier een gezamenlijk succes van te maken in de komende inhaalslag.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Patrick Brouns,
mede namens de gedeputeerden Henk Brink en Sander de Rouwe

provincie Drenthe

Date : 10-10-2018 17:12:28
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : FW: brief top dutch initio.docx
Attachment : brief top dutch initio.docx;ATT00001.htm;

Ter info

Van: [redacted]
Verzonden: vrijdag 28 september 2018 16:15
Aan: [redacted] ; [redacted]
Onderwerp: Fwd: brief top dutch initio.docx

Ti

Met vriendelijke groet,
[redacted] Ferwerda
Provincie Fryslân
06-[redacted]

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** Erik Bos <[redacted] drenthe.nl>
> **Datum:** 28 september 2018 om 16:08:52 CEST
> **Aan:** "Hermse J. ([redacted] provinciegroningen.nl)" <[redacted] provinciegroningen.nl>, '[redacted]
> ([redacted] fryslan.frl)" <[redacted] fryslan.frl>
> **Onderwerp: brief top dutch initio.docx**
>
> Hoi [redacted] en [redacted]
> De brief laat aan duidelijkheid niets te wensen over.
> Mijn advies is om ook met de bestuursadviseur van Patrick af te stemmen voordat we dit op route doen.
> Inhoudelijk: eens met de strekking van de brief.
> Op het punt van de accountant: voor mij hoeft dat niet. Rechtmatigheid geloof ik wel dat dat klopt. Doelmatigheid krijg je van een accountant geen antwoord (zitten we toch ook niet op te wachten vanuit een derde).
> Ook zou ik positief afsluiten; zien nog steeds goede mogelijkheden om hier een gezamenlijk succes van te maken in de komende inhaalslag.
> Fijn weekend,
> Erik

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Aan Initio

Zoals wij in het overleg van vrijdag 21 september 2018 met u als opdrachtnemer van de Top Dutch ~~programma~~ campagne al aan hebben gegeven reageren wij hierbij ook nog per brief op de besproken stand van zaken uitvoering Top Dutch. Daarnaast zullen wij ingaan op de gewenste toekomstige uitvoering, waarbij ook de besluitpunten uit het door u opgestelde voortgangsdocument worden meegenomen.

Allereerst willen wij u nogmaals aangeven dat wij de nodige bezorgdheid hebben over de voortgang in het project en de campagnes. De planning wordt tot nu toe niet gehaald, er is onvoldoende geleverd en de bereikte resultaten zijn te beperkt. De activiteiten zouden uiteindelijk moeten uitmonden in leads voor acquisitie en extra opdrachten voor bestaande ondernemingen. Daar is op dit moment geen inzicht in. Wij verwachten van u als opdrachtnemer daarom een inhaalslag het komende halfjaar.

In ons overleg van 21 september is de volgende taakafbakening besproken:

- De provincies zorgen samen met het ecosysteem (NOM, clusters etc.) voor de (input voor de) proposities
- De NOM draagt zorg voor adequate proposities, voedt de NFIA hiermee, verzorgt de acquisitie strategie en voert deze uit
- Initio vertaalt dit naar branding, marketing en awareness en verzorgt de campagnes.

Wij verwachten dus dat u zich scherp houdt aan de opdracht, nl het opzetten en uitvoeren van brandingcampagnes op de aangegeven thema's. Betreffende campagnes moeten leiden tot bekendheid, aandacht in (social) media en bij doelgroepen als bedrijven, bedrijfssectoren en intermediairs. Uiteindelijk doel is dat er acquisitieleads ontstaan en daarnaast dat reeds gevestigde ondernemers tevreden zijn met de campagnes en extra opdrachten binnenhalen. Wij willen u er op wijzen dat u de neiging hebt te breed bezig te zijn en steeds nieuwe zaken op te willen pakken (lobby in Den Haag en Brussel, acquisitie van congressen etc.), waardoor het hoofddoel (de campagnes) tot nu toe onvoldoende en te laat uit de verf komen.

Hiermee geven wij al voor een groot deel antwoord op de besluitpunten uit uw notitie 'Top dutch voortgangsdocument'. Voor de helderheid geven wij toch een korte reactie op de 6 besluitpunten:

1. Wij verwachten geen aanjagende rol van Initio mbt proposities
2. Er hoeven vooralsnog geen online communities georganiseerd te worden inclusief aanschaf tools
3. Initio beperkt zich puur tot branding (de opdracht). Voor lead generatie inclusief proces ligt het voortouw bij de NOM.
4. Initio wordt niet geacht onder de vlag van Top Dutch events te organiseren
5. Wij willen bij het volgende overleg een accountantscontrole aangeleverd krijgen
6. In de kwartaalrapportages verwachten wij naast financiële overzichten (inclusief prognose richting einde project) antwoord op de volgende vragen:
    - Waar en hoe zien we TopDutch terug (geconcretiseerde effecten van de marketing en awareness)?
    - Welke leads heeft dit opgeleverd (concreet overzicht)?
    - Hoe hebben ondernemers daarop gereageerd (tevredenheid ondernemers)?

Wij willen het project Top Dutch en de uitvoering hiervan door u als opdrachtnemer nog een kans geven, maar verwachten een inhaalslag en een strakke uitvoering en rapportage.

Hoogachtend,

Ged EZ

Date : 12-1-2017 14:59:09
From : " [redacted]
To : [redacted] **@drenthe.nl**
Cc : " [redacted] **drenthe.nl, "Erik Bos"** [redacted] **drenthe.nl**
Subject : FW: Briefing en conceptdesign
Attachment : HA-LWE_GRQ_18-07-16kj—2 (2).jpg;image001.jpg;image002.jpg;

Hoi [redacted]

Volgens ons kan uit onderstaande links nog wel het nodige beeldmateriaal voor Drenthe gehaald worden, zoals voor Astron, Dryport en North4bio.

Verder is nogmaals het verzoek het gehele filmpje van topdutch zoals op de website staat op youtube te zetten.

En voor het vervolg;

1) de campagne gericht op studenten om hen te vragen of ze voor Tesla willen werken ook richten op Drentse studenten
2) appgroep uitbreiden met ondernemers en bestuurders Drenthe
3) filmpjes met bekenden die de Tesla-smile krijgen ook met bekende Drenten

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]
Verzonden: vrijdag 23 december 2016 14:50
Aan: [redacted]
CC: [redacted] Erik Bos
Onderwerp: RE: Briefing en conceptdesign

Dag [redacted] en [redacted]

Hierbij nog wat aanvullingen en beeldmateriaal:

Aanvullingen
-Logistiek: Dryport Emmen-Coevorden
-Expertise: chemie: DSM, Teijin Aramid, bedrijven netwerk groene chemie
RoSF: Fokker, Centraal Staal
Electric mobility: Assen
-Duurzaamheid: CoCi-Status (Center for open chemical innovation)
Centre of Expertise for Smart Polymeric Materials (GreenPac)
Full membership EU Biobased Industries Consortium
-Incentives: Regional Investment Scheme Drenthe (RID), SME Fund Drenthe
-Overige sterktes: Drenthe gelukkigste provincie (https://www.nrc.nl/nieuws/2016/05/27/drenten-gelukkigste-nederlanders-in-mei-1624386-a62688)

Filmpjes:
https://vimeo.com/137340091 (Drenthe, fiets)
https://vimeo.com/134284215 (Drenthe, Engels)

Astron: http://www.astron.nl/about-astron/press-public/pictures/pictures
Dome: http://www.dome-exascale.nl/node/44

Greenpac: http://www.greenpac.eu/nl/green-pac-special-agro-en-chemie-van-rtl-z-duurzaam-ondernemen/
Dryport: https://www.youtube.com/watch?v=ij4bnTG6Nr8
North4Bio: https://www.youtube.com/watch?v=NDPol-JaF6o

We zien uit naar de eerste resultaten!

Fijne feestdagen toegewenst!

Met vriendelijke groet,

[redacted] en [redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted] [mailto: [redacted] initio.nl]
Verzonden: donderdag 22 december 2016 11:21
Aan: [redacted]
CC: [redacted]
Onderwerp: Briefing en conceptdesign

Beste [redacted] en [redacted]

hierbij de documenten die gisteren (heul laat:) naar het kernteam zijn verzonden. Het zijn de roughs die - gezien de snelheid van het proces - permanent worden aangevuld.

Hebben jullie aanvullingen of opmerkingen? Welkom! Onze projectmanager [redacted] coördineert dit.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Founder

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t [redacted]
m [redacted]
[redacted] nitio.nl
www.initio.nl
www.facebook.com/initio

provincie Drenthe


INITIO

Date : 24-9-2018 15:44:39
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] nom.nl, "[redacted] eeuwarden.nl, "[redacted] @fryslan.frl, "[redacted] heerenveen.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : FW: Creatieve sessie Agri/Dairy

Beste allen,

Ik probeer het komen tot een creatieve campagne agri/dairy Top Dutch wat te versnellen en te kijken of we deze week nog wat kunnen regelen.
Ik heb eigenlijk maar 1 optie en dat is vrijdag a.s. in de ochtend.
Anders gaan we 3 tot 4 weken verder ivm de afwezigheid van [redacted]
Laat maar horen of je vrijdagochtend in Groningen kan zijn.
Drie tot vier personen maar wel met agri/dairy kennis moet voldoende zijn.
Graag reactie.

Groet,

[redacted]

Van: [redacted] [mailto[redacted]topdutch.com]
Verzonden: maandag 24 september 2018 12:00
Aan: [redacted]
Onderwerp: Re: Creatieve sessie Agri/Dairy

Friesland gaat niet lukken binnen deze tijden, dit zijn al de laatste gaatjes.
Vrijdag zou eventueel wel in Friesland kunnen.

Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: "[redacted] <[redacted] fryslan.frl>
Date: Monday, 24 September 2018 at 10:51
To: [redacted] <[redacted] topdutch.com>
Cc: [redacted] <[redacted] initio.nl>
Subject: RE: Creatieve sessie Agri/Dairy

Kan dit in Friesland plaatsvinden ?
Gr [redacted]

Van: [redacted] [mailto[redacted] topdutch.com]
Verzonden: maandag 24 september 2018 10:02
Aan: [redacted] <[redacted] fryslan.frl>
CC: [redacted] <[redacted] initio.nl>
Onderwerp: Re: Creatieve sessie Agri/Dairy
Hi [redacted]
Heel graag! Deze week wordt krap, hoop dat het lukt.
Hierbij onze opties:

- Dinsdag 25/9: 10.30-11.30 of 13.45 -14.45
- Woensdag 26/9 11.30 – 12.30 (aansluitend aan kerngroep-overleg)

Mochten deze momenten niet lukken, zouden we eventueel naar de vrijdag kunnen kijken.
Zou jij deze opties voor kunnen leggen aan team agri-dairy?
Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: "[redacted] <[redacted] fryslan.frl>
Date: Friday, 21 September 2018 at 16:14
To: [redacted] <[redacted] topdutch.com>, [redacted] <[redacted] gmail.com>
Cc: [redacted] <[redacted] initio.nl>
Subject: Creatieve sessie Agri/Dairy
Hoi [redacted]
Zou je nog willen proberen om volgende week een creatieve sessie te beleggen om de propositie-informatie van Agri-Dairy naar marketingteksten en campagneinhoud voor TopDutch-Agri-Dairy te krijgen ?
[redacted] is na volgende week nl 3 weken weg.
Aanwezigen Agri-Dairy:

[redacted]

Zou mooi zijn wanneer dat lukt want dan houden we de vaart erin.
Prettig weekend !
Groet,
[redacted]

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.








You
Tube

TOPDUTCH LOGISTICS

WE ARE EUROPE'S LOGISTICS TOPSPOT

TOPDUTCH LOGISTICS

WE ARE EUROPE'S LOGISTICS TOPSPOT

Date : 28-6-2017 10:10:26
From : "
To : " **provinciegroningen.nl"** **provinciegroningen.nl, "** **@provinciegroningen.nl"'**
@provinciegroningen.nl, " **drenthe.nl**
Cc : " **(fryslan.frl)"** **fryslan.frl, "** **drenthe.nl, "Henk Brink"**
drenthe.nl, "Erik Bos" **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "**
drenthe.nl
Subject : FW: Documenten aanbesteding TopDutch
Attachment : Gunnings- en beoordelingssystematiek-2(1).docx;Opdracht(1).docx;Opdracht (1) Noordelijke acquisitie uitvrag profilering opm JSL.docx;image001.jpg;

Dag Carel,

Hierbij nog een paar kleine opmerkingen in de bijlage. Zijn de opmerkingen van nog meegenomen (zie bijlage 3).

Daarnaast nog de volgende punten:

- Bij Negometrix vroeg ik mij af of bij referenties opdrachten niet langer dan 2 jaar niet wat kort is?
- Verder mag een combinatie uit maximaal 3 combinanten bestaan zag ik.
- Er mist nog een planning.
- Tot slot kom ik de term topdutch nog bij diverse documenten tegen. Is dat de bedoeling, gelet op het feit dat het in de uitvraag bewust niet wordt genoemd?

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Verzonden vanaf Samsung-tablet.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: " < provinciegroningen.nl>
Datum: 27-06-2017 16:38 (GMT+01:00)
Aan: < fryslan.frl>, < drenthe.nl>, "Brouns P.H.R." < provinciegroningen.nl>
Cc: Erik Bos < drenthe.nl>, "Putten M.M. van" < @provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Fwd: Documenten aanbesteding TopDutch

en Erik hierbij alle stukken voor de aanbesteding die we graag donderdag open willen stellen. De aanbesteding is begeleid door inkoop Groningen en Drenthe. Willen jullie de bijlagen met de opdrachtbeschrijving en de gunningscriteria voorleggen aan jullie gedeputeerden?
Procedure van deze openbare Europese aanbesteding is als volgt:
De ontvangen inschrijvingen worden beoordeeld op de eerste drie gunningscriteria door
Drie medewerkers van de drie provincies en Sigrid Sengers van het SNN onder begeleiding van medewerker inkoop groningen die het proces in de gaten houdt. Na de scorebord ezel drie criteria worden er maximaal 5 bureaus geselecteerd die hun aanbieding mogen toelichten in een pitch aan de drie noordelijke EZ gedeputeerden en drie medewerkers acquisitie van de drie provincies weer onder begeleiding van inkoop groningen. Alle zes beoordelaars mogen die pitches scoren. De totaal score van pitches en voortraject bepalen welk bureau de hoogste totaalscore krijgt. Deze overall winnaar gaat vervolgens in overleg met de drie provincies haar voorstel nader uitwerken waarbij opdrachtgever en opdrachtnemer het proces zo inrichten als de opdrachtgever wil. Daarna volgt de definitieve aanbieding met een bijbehorende prijs. Zo kunnen we goed sturen op aansturing, werkwijze en prijsvoering in de te volgen tweejaarlijkse campagne. Na de bestuurlijke beoordeling/goedkeuring van de aanbieding kan dan definitieve gunning plaatsvinden dit is naar verwachting eind september.
Volgens mij hebben we de aanbesteding nu afgestemd op de wensen van alledrie bestuurders. Ik hoor graag morgen en anders uiterlijk donderdag om 12 uur of deze uitvraag wat jullie betreft zo de deur uit kan.
Vriendelijke groet

Verstuurd vanaf mijn iPad

Begin doorgestuurd bericht:

Van: " < drenthe.nl>
Aan: " < provinciegroningen.nl>, "Erik Bos" < drenthe.nl>, "
< drenthe.nl>, " @provinciegroningen.nl>

Onderwerp: Documenten aanbesteding TopDutch

Bijgaand de laatste versies van de documenten, alsmede de vragenlijsten uit (Negometrix Top Dutch.pdf).
Met vriendelijke groet,

Aanbestedingsdeskundige

Team Subsidies en Inkoop | Postbus 122, 9400 AC | Assen
T (0592) 36 5830 | drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag t/m vrijdag

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

provincie Drenthe


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 18-2-2019 15:43:50
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] ([redacted] initio.nl)" [redacted] initio.nl, "[redacted] topdutch.com'" [redacted] topdutch.com, "[redacted] [redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] [redacted] @leeuwarden.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl'" [redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] [redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] [redacted] fryslan.frl, "[redacted] nom.nl'" [redacted] nom.nl
Cc : "[redacted] [redacted] drenthe.nl
Subject : FW: Inspiratie: "Technologie en innovatie als sleutel voor maatschappelijke uitdagingen"
Attachment : KPMG rapport Export Opportunities of the Dutch ICT sector to Germany.pdf;image001.png;image002.png;image003.jpg;

Ter inspiratie voor TopDutch Digtal:

Technologie & Innovatie als sleutel voor wereldwijde maatschappelijke uitdagingen
Jaarlijks organiseert VNO-NCW de Bilderbergconferentie. Dit jaar was het thema 'Technologie & Innovatie als sleutel voor wereldwijde maatschappelijke uitdagingen'. Voor de conferentie werd een boek samengesteld dat de deelnemers wilde inspireren om mee te denken over het thema en de gevolgen ervan voor politiek en bedrijfsleven. De bundel draagt ook bouwstenen aan "voor de Nederlandse economie die in eigen land en wereldwijd waarde(n)volle oplossingen inzet".
Publicatie VNO-NCW (pdf)

"Naar een CO_2-neutrale economie, groene waterstof, e-health in de gezondheidszorg, zelfsturende auto's, 3D geprinte gebruiksvoorwerpen en blockchain. Het zijn slechts enkele van de talrijke voorbeelden van innovaties door technologie en digitalisering. De continue en exponentiële groei van de kracht van computers, data, kunstmatige intelligentie, internet of things en nieuwe veelomvattende platforms lijkt zich zonder eerder precedent te voltrekken.
De voorspellingen lopen uiteen maar schetsen wel allemaal het beeld van radicale veranderingen: over hoe we met elkaar omgaan, wat voor werk en ondersteuning nodig is, waar groei in de toekomst vandaan komt en door wie, waar en hoe wordt bepaald.
Nederland heeft een goede basis in technologische ontwikkeling en innovatie. Hoe kan deze basis worden versterkt en welke kansen biedt de technologie de samenleving?
Het verder benutten van die inzichten geeft ons goede mogelijkheden om onze mondiale positie te versterken en onderscheidend te zijn, maar vraagt een gedegen aanpak. Eén waarin we zelf verantwoordelijkheid en een leidende positie nemen. Op welke manier kunnen we dit een waarde(n)volle richting geven en zitten we mede aan het stuur?
Verschillende schrijvers gaan vanuit diverse invalshoeken in op bovenstaande vragen. Dit ter inspiratie en voorbereiding op de Bilderbergconferentie 2019 met als thema 'Technologie & Innovatie als sleutel voor wereldwijde maatschappelijke Uitdagingen".

En in de bijlage het rapport over ICT exportmogelijkheden in Duitsland.
Op dit moment werkt RVO aan internationaliseringsagenda ICT (voortbouwend op dit rapport).

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
[redacted]
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 11-4-2017 8:46:58
From : "[redacted]"
To : [redacted]@fryslan.frl" [redacted]@fryslan.frl, [redacted]@provinciegroningen.nl"
[redacted]s@provinciegroningen.nl
Subject : FW: Jobdutch

Heren,

Hebben jullie deze vraag ook gehad?

Groeten
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 10 april 2017 16:03
Aan: Tanja Kleine Sextro; Anneke Bosch
CC: [redacted] Erik Bos
Onderwerp: Jobdutch

Hi [redacted]

Via de groepsapp Tesla/Topdutch kwam dit voorstel van [redacted]

Beste allen. Op de achtergrond wordt er momenteel hard gewerkt aan het vervolg van de Tesla campagne. Eén van de grootste vraagstukken, wanneer je een nieuwe vestiging van een grote fabriek wilt openen, is het vinden van je nieuwe medewerkers. Dat zal voor Tesla (maar ook andere bedrijven zich aangesproken voelen door de TopDutch propositie) ook spelen. We willen aan alle TopDutch studenten, werkzoekenden en potentieel talent de volgende vraag stellen: 'Stel Tesla (of andere wereldveranderaar) komt naar Noord Nederland, zou je bij dat bedrijf willen werken?' De site krijgt een live-teller waarmee we weer aan Elon kunnen laten weten dat wij alvast één van zijn vragen getackled hebben. We gaan een aparte project-appgroep openen waarbij we alle Noordelijke onderwijsinstellingen aangesloten willen te krijgen. [redacted], zouden jullie het voortouw willen nemen om iedereen in het groepje te krijgen. Meer liefhebbers? Meer dan welkom! Het idee is om JobDutch op 1 mei te lanceren. Dag van de arbeid! Groet, [redacted]

Wie vanuit onderwijs Drenthe kunnen we hierbij betrekken?

Gr
[redacted]

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

Date : 31-10-2017 10:40:22
From : "Erik Bos" drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Subject : FW: Opdrachtverlening.pdf
Attachment : Opdrachtverlening.pdf;

Dit is de opdrachtverlening zoals besproken met gedeputeerden in Fr. en Gr.

Van: [mailto: fryslan.frl]
Verzonden: maandag 30 oktober 2017 14:05
Aan: Erik Bos; Hermse J.
Onderwerp: Opdrachtverlening.pdf

<< Disclaimer >>

Aan dit bericht kunnen geen rechten worden ontleend.
Provincie Fryslân

Oan dit berjocht kinne gjin rjochten ûntliend wurde.
Provinsje Fryslân

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het bedrijf INITIO heeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit bureau worden gegund. Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing

Aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Dit kernteam belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (NOM), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Huneman (Groningen). Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Organisatie

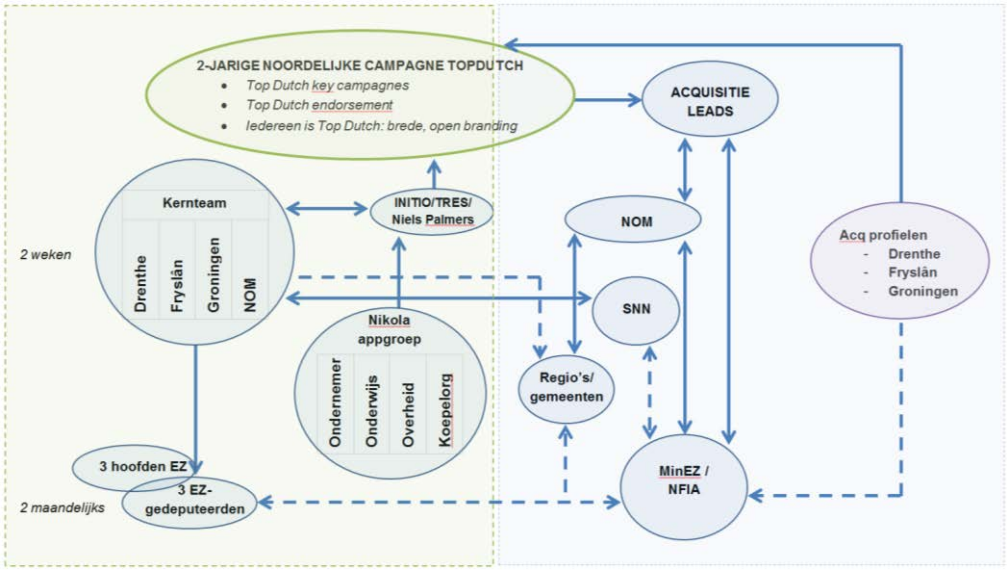
In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland. Als mogelijke campagne onderwerpen zijn genoemd:

- Vergroening chemie / Circulaire economie
- Water
- Medtech / Life science
- Agri / Dairy

- ICT
- Vrijetijds economie

Het kernteam zal hiervoor voorstellen doen richting de EZ gedeputeerden, campagnes worden pas gestart na goedkeuring van deze bestuurders.

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden



De deelnemers van het kernteam zijn voor hun eigen organisatie de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd. Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whats app groepen.

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies (Als een andere provincie deze rol graag wil overnemen is dat natuurlijk mogelijk).Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor Topdutch.
- Besluit om Initio een voorschot van € 300.000,- te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Verdere bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

Date : 6-6-2017 11:25:06
From : "
To : " **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl, "Erik Bos"** **drenthe.nl**
Subject : FW: opmerkingen aanvraag offerte topdutch 2 juni.docx
Attachment : Inschrijver A Beoordelingsformulier Haalbaarheidsonderzoek..xls;aanvraag offerte topdutch 6 juni.docx;image001.jpg;

Hoi

en ik hebben wat opmerkingen op de uitvraag topdutch naar gestuurd (zie bijlage).

Ter info stuur ik je alvast deze stukken. Ga ervan uit dat de provincie Groningen dit verwerkt en weer terugkoppelt met jou.

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van:
Verzonden: dinsdag 6 juni 2017 9:11
Aan: (fryslan.frl); provinciegroningen.nl;
Onderwerp: opmerkingen aanvraag offerte topdutch 2 juni.docx

Ha en

Goede suggesties. Ik heb nog een paar suggesties in de tekst i.v.m. weging. Zie daarvoor bijgaand Excel bestand.

Groet

Hierbij nodigen wij u uit offerte uit te brengen voor fase 1, een plan van aanpak de ontwikkeling van een 2-jarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland. Een nadere beschrijving van de opdracht is als bijlage bij deze brief gevoegd. Indien u ingaat op ons verzoek, dient uw offerte uiterlijk op 29 juni 2017, 18.00 uur per mail te zijn ingediend.

Uw offerte wordt beoordeeld in overeenstemming met de criteria zoals vermeld in de bijlage. Op 6 juli 2017 wordt u geïnformeerd over de gunning.

Aan drie organisaties is gevraagd om een offerte voor deze opdracht uit te brengen. In de bijgevoegde opdrachtbeschrijving is een programma van eisen opgenomen.

Op deze opdracht zullen van toepassing zijn de Algemene inkoopvoorwaarden van de provincie Groningen??, gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel Noord-Nederland onder nummer xxx(zie bijlage 1). In uw offerte dient u duidelijk aan te geven dat u met deze voorwaarden akkoord gaat. De algemene voorwaarden van de leverancier worden uitgesloten.

Wij wensen u veel succes bij het voorbereiden van uw offerte.

Hoogachtend,

.

Bijlage: 1. Inkoopvoorwaarden

Offerte aanvraag voor fase 1, een plan van aanpak voor de ~~Ontwikkeling~~ ontwikkeling van een ~~2~~ tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord ~~-~~Nederland

~~De provincie Groningen verzoekt u mede namens de provincies Fryslân en Drenthe een offerte uit te brengen voor:~~
~~*Een Campagne ter ondersteuning van het Noord Nederlands acquisitiebeleid.*~~

1. Projectomschrijving

1.1 Aanleiding en achtergrond

De drie noordelijke provincies Fryslân, Drenthe en Groningen hebben zich tot doel gesteld om zich sterker te profileren voor internationale ~~Aequisities~~ acquisities op het terrein van onderwerpen als vergroening van de chemische sector, circulaire economie, HTSM, healthy ageing, energie-transitie, agri/dairy, water, digitalisering, recreatie & toerisme en mobiliteit.
Om deze ambitie te realiseren hebben de provincies besloten om vanaf september 2017 twee jaar lang een campagne te gaan voeren die de bekendheid van het Noordelijke vestigingsklimaat bij buitenlandse ondernemingen wereldwijd sterk vergroot. Gedacht wordt aan twee campagneonderwerpen per jaar. Het doel is om binnen ~~2~~ twee jaar een aantal grote ondernemingen naar ~~NNL~~ Noord-Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren. We streven hierbij naar minimaal 2.000 nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.

De provincie Groningen verzoekt u mede namens de provincies Fryslân en Drenthe een offerte uit te brengen voor:
Fase 1, een plan van aanpak voor de ontwikkeling van een tweejarige campagne ter ondersteuning van het Noord-Nederlands acquisitiebeleid.

1.2 Fasering en resultaatbeschrijving

We hebben de selectieprocedure voor deze uitvraag als volgt vorm gegeven:

Fase 1: Plan van aanpak
In deze fase~~,~~ vragen we ~~drie bureaus~~u om een voorstel te bedenken voor een tweejaarlijkse campagne om Noord ~~-~~Nederland als vestigingsplaats wereldwijd op de kaart te zetten.
We verzoeken u een voorstel te ontwikkelen voor een dergelijke campagne en in uw voorstel in ieder geval in te gaan op de volgende aspecten:

- Strategie om te komen tot een campagne;
- Procesvoorstel o~~O~~p welke wijze ~~worden~~ Noordelijke bedrijven, Overheden en Kennisinstellingen worden betrokken bij de uitvoering van de campagne~~s~~;
- Omschrijving en wijze van de aanpak (houd hierbij ook rekening met de bestaande nationale en internationale acquisitiestrategie vanuit de NOM en NFIA – Invest in Holland~~-~~);
- Welke middelen worden met welke intensiteit ingezet.

Voor de uitvoering van deze campagne is er maximaal € 750.000,- beschikbaar. Dit bedrag ~~-~~is exclusief de benodigde mediainkoop, hiervoor zullen separate opdrachten worden verstrekt aan andere gespecialiseerde ondernemingen door de opdrachtgever na afstemming over de noodzaak hiervan. Uw offerte mag bestaan uit maximaal 4 A4 bladzijden.

Voorafgaand aan deze uitvraag is er in opdracht van het SNN vanaf mei 2016 een onderzoek gedaan naar de mogelijkheden voor de branding van Noord Nederland. De uitkomsten van dit onderzoek en de online enquête die in dit kader is uitgevoerd zenden we als bijlage mee. De uitkomsten van dit onderzoek kunt u meenemen in uw voorstel.

Met opmerkingen [ ]: Hier ook nog een max bedrag noemen?

Met opmerkingen [ ]: Moeten de 3 bureaus hier ook al op ingaan? Zoniet, dan is het de vraag of we dat hier al moeten vermelden

Na ontvangst van uw aanbieding vragen wij u om uw plan van aanpak in een pitch van maximaal een kwartier te presenteren. Op basis van de onderstaande selectiecriteria en wegingsfactoren zullen wij vervolgens een keuze maken voor het bureau dat de daadwerkelijke campagne mag gaan uitvoeren (fase 2).

Met opmerkingen [ ]: Niet wat kort? Incl vragenronde?

Fase 2: opzetten en uitvoeren tweejaarlijkse campagne

Met opmerkingen [ ]: Hier hoeven de 3 bureaus nog niks over op papier te zetten?

Met het geselecteerde bureau gaan we nader in overleg over de door ons gewenste uitvoering en kwaliteitsniveau, waarna het betreffende bureau hiervoor een aanbieding mag doen. Deze aanbieding zal voor wat betreft de definitieve gunning voorgelegd worden aan de besturen van de drie noordelijke provincies. Hierna wordt pas overgegaan tot het al dan niet gunnen van de opdracht.

~~Voorafgaand aan deze uitvraag is er in opdracht van het SNN vanaf mei 2016 een onderzoek gedaan naar de mogelijkheden voor de branding van Noord Nederland. De uitkomsten van dit onderzoek en de online enquête die in dit kader is uitgevoerd zenden we als bijlage mee. De uitkomsten van dit onderzoek kunt u meenemen in uw voorstel.~~

2.1 Selectieprocedure, criteria en weging:

Wij verwachten van u een schriftelijke aanbieding binnen twee weken na verzending van deze uitvraag. Naast uw schriftelijke aanbieding verzoeken wij u uw voorstel in een korte pitch te presenteren aan een commissie bestaande uit de drie gedeputeerden EZ van de provincies Drenthe, Friesland en Groningen en drie werknemers belast met acquisitie vanuit deze drie noordelijke provincies. De pitch dient te worden uitgevoerd door werknemers van uw bureau die daarna ook worden belast met de woordvoering en aansturing van de campagne.

In dit gesprek krijgt u de mogelijkheid uw aanpak toe te lichten en vragen te beantwoorden. Het is niet de bedoeling dat u een bedrijfspresentatie geeft. In dit gesprek kan dieper worden ingegaan op de ingediende offerte met bijbehorend plan van aanpak, de referenties en de aangeboden CV's. Onderhandelingen met inschrijvers over fundamentele punten van de opdracht, waarvan de wijziging de mededinging kan vervalsen, en met name over prijzen, zijn uitgesloten. Het gesprek zal maximaal een uur duren.

Gunningcriteria

De opdracht wordt gegund op basis van de volgende criteria:

G1 Strategie en plan van aanpak

Vraag	Punten verdeling
Hoe denkt u de internationale zichtbaarheid van Noord Nederland binnen twee jaar drastisch te verbeteren. Punten worden hier toegekend op: • Mate van originaliteit idee • Merkstrategie • Doelgroepenbenadering	max. 30
	30 (30% van het totaal)

Uitwerking: per bullit zijn maximaal 10 punten te verdienen.

G2 Inzet middelen en werkwijze

Vraag	Punten verdeling
Welke middelen gaat u inzetten voor de campagne en met welke intensiteit. Puntentoekenning op: • Intensiteit campagne • Effectiviteit campagne	max. 20
	20(20%van het totaal)

Uitwerking: per bullit zijn maximaal 10 punten te verdienen.

G3 Organisatie en afstemming (maximaal 20 punten)

Aanbesteder hecht grote waarde aan een effectieve afstemming met de diverse stakeholders in Noord Nederland en met de NFIA

Vraag	Punten verdeling
Hoe gaat u de afstemming met de opdrachtgevers (drie Noordelijke provincies) en de afstemming met overheid bedrijven en kennisinstellingen organiseren. Puntentoekenning op: • Effectiviteit en intensiteit communicatie opdrachtgevers • Effectiviteit en intensiteit communicatie bedrijfsleven overheid en kennisinstellingen	max. 20
	20 (20% van het totaal)

Uitwerking: per bullit zijn maximaal 10 punten te verdienen.

G4 15 min. Pitch voor gedeputeerden en contactpersonen belast met acquisitie

Pitch:	Punten verdeling
U wordt verzocht uw aanbieding in een korte pitch te presenteren, de beoordeling zal geschieden op basis van de kwaliteit van de pitch. Iedere beoordelaar kan een score van 0-30 punten geven voor uw presentatie. De eindscore wordt bepaald door de totaalscore te delen door het aantal beoordelaars (3 Gedeputeerden en drie acquisitiemedewerkers van de drie Noordelijke Provincies	max. 30
	30 (30%)

Wegingsfactoren

In onderstaande tabel zijn de wegingsfactoren voor de onderscheiden criteria voor gunning van de opdracht opgenomen.

De kwalitatieve vragen worden beoordeeld door een team van drie personen werkzaam bij de provincies Drenthe Friesland en Groningen.

De antwoorden worden beoordeeld ten opzichte van elkaar. Elke vraag zal worden beoordeeld op een schaal van 1 t/m 10. De toe te kennen scores zullen als volgt worden toebedeeld:

1	Geen antwoord / zeer slecht
3	Slecht
6	Voldoende
8	Goed
10	Zeer goed

Met opmerkingen Mogelijke weging:

0-10 punten: inschrijver laat zien over de gewenste kennis en ervaring te beschikken, licht pva toe maar is niet aanvullend t.o.v. pva of blijft op de vlakte, overtuigt niet, laat niet blijken zich goed ingelezen te hebben in de opdracht, biedt geen meerwaarde.

10-20 punten: zie hiervoor, en weet hoofd- en bijzaken goed van elkaar te scheiden, is helder en volledig in beantwoording, heeft overtuigingskracht.

20-25 punten: Zoals hiervoor, beantwoording van de vragen heel specifiek/gericht op de opdracht, inschrijver laat duidelijk zien kennis van zaken te hebben/te weten waar het om gaat, is aanvullend/gaat meer de diepte in t.o.v pva, presentatie overall erg verduidelijkend, is overtuigend, heeft inlevingsvermogen, en schept duidelijke meerwaarde.

Met opmaak: Lettertype: 12 pt, Vet

Met opmaak: Links

Met opmerkingen [ ]: En inkoop

2.2 Beoordeling

Uw inschrijving wordt beoordeeld overeenkomstig de onder 2.3 beschreven criteria. Bij de beoordeling wordt een consensusmodel gehanteerd, waarbij na individuele beoordeling, in gezamenlijke afstemming een eensluidend oordeel wordt gegeven.

Na beoordeling worden de scores van de 3 beoordelaars per antwoord opgeteld en gedeeld door het aantal beoordelaars, waarbij er zodoende een gemiddelde score per antwoord ontstaat. Deze gemiddelde score wordt vermenigvuldigd met de weegfactor van elk antwoord. Voor elk Gunningscriterium geldt dat er minimaal gemiddeld voldoende moet worden gescoord. Dit betekent voor de onderdelen G1 en G4 een minimale totaalscore van 18 punten en voor de onderdelen G2en G3 een minimale totaalscore van 12 punten.
Voor onderdeel G4, de pitch, geldt dat de beoordeling niet door 3 personen zal worden gegeven maar door 6. Drie Gedeputeerden en drie acquisitiemedewerkers.

De omschrijving van een criterium en de puntenverdeling per Gunningcriterium is opgenomen bij de uitwerking van de onderdelen.

Nr.	Gunningcriterium	Omschrijving	Max.punten	Weging van het totaal
G1.	Strategie/Plan van aanpak	hoe denkt u vorm te geven aan de gevraagde ambitie	30	30%
G2.	Middeleninzet	inzet middelen en uitleg kwaliteit	20	20%
G3.	organisatie en afstemming	hoe worden ondernemers, overheden en kennisinstellingen betrokken	20	20%
G4.	kwaliteit van de 10 min. pitch	Beoordeling van 3 medewerkers van de provincie belast met acquisitie	30	30%
	Totaal		100	100%

Aanbestedingsplanning:

- Offerte uitvraag 8 juni 2017
- Indienen offerte voor 29 juni 2017
- Pitch op dinsdag 4 juli 2017 tussen 17.00 en 18.30 uur
- Selectie en informeren ~~bureau's~~bureaus 6 juli 2017
- Nadere uitwerking proces met het geselecteerde bureau van 6 juli tot 14 augustus 2017
- Indienen offerte voor fase 2 31 augustus 2017
- Opdrachtverlening na besluitvorming in provinciale besturen verwacht half oktober 2017

provincie Drenthe

Date : 10-5-2017 20:30:03
From : "
To : " **@drenthe.nl**
Cc : "Erik Bos" **drenthe.nl**
Subject : FW: overleg straks
Attachment : Kick-off Provincie Drenthe acquisitiestrategie 9 mei 2017.pdf;image 2 .jpg;

Hoi

Kan je dit stuk voor het poho van a.s. maandag agenderen?

Valt onder onderwerp Topdutch/acquisitieprofielen.

Gr

Van: [mailto: @arcusplus.com]
Verzonden: dinsdag 9 mei 2017 10:28
Aan:
CC:
Onderwerp: overleg straks

Hoi

Bijgaand een agenda/aantal slides voor vanmiddag als rode draad.

Met vriendelijke groeten,

ARCUS*plus*

International Business Development
The Hague - The Netherlands | Austin, TX - USA

Web : www.arcusplus.com

Date : 3-8-2017 10:30:54
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : FW: Persbericht: Prijswinnaar TopDutch
Attachment : Persbericht 01-08-2017 Prijswinnaar TopDutch.pdf;1.jpg;2.jpg;3.jpg;4.jpg;5.jpg;6.jpg;image001.png;

Ter info.

Van: [@provinciegroningen.nl]
Verzonden: dinsdag 1 augustus 2017 10:35
Onderwerp: Persbericht: Prijswinnaar TopDutch

Beste persrelatie,

Hierbij stuur ik u namens de provincies Fryslân, Groningen en Drenthe bijgesloten persbericht met foto's. Op https://youtu.be/SmdC8ywFsnY vindt u de bijbehorende video (30 seconden). Wij stellen het uiteraard op prijs als u het wilt publiceren in uw media.

Met vriendelijke groet,

Provincie Groningen

Aanwezig op maandag, dinsdag en donderdag. Vrijdagochtend werk ik thuis.

provincie groningen

Alles over het economie- en arbeidsmarktprogramma van de provincie Groningen vindt u op www.groningenatwork.com

---

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Noord-Nederland, 1 augustus 2017

Marc Nieboer wint Top Dutch reis naar San Francisco

Totaal overrompeld werd hij. Marc Nieboer kreeg bij zijn studentenhuis in Groningen de cheque voor een reis naar Silicon Valley uitgereikt. En dat zag hij niet aankomen.

‘Ik had het totaal niet verwacht. Ik win anders nooit prijzen’

“Ik had het totaal niet verwacht. Ik win anders nooit prijzen”, vertelt Marc enthousiast. “Ik had nu wel een mailtje gekregen, maar dít had ik nooit verwacht. Het is echt ongelofelijk!” De 21-jarige student wint een 8-daagse reis naar San Francisco en Silicon Valley voor twee personen. Met wie hij op reis gaat, is al bekend: “M’n vriendin! Die ga ik zeker meenemen. Daar twijfel ik niet over!”

De prijswinnaar studeerde tot deze zomer aan de Rijksuniversiteit Groningen. “Ik ga nu een half jaar in Newcastle studeren. Daarna kom ik weer terug in Groningen voor de master.”

Gigafactory

Marc had zich aangemeld bij de Top Dutch campagne, die Tesla probeert te verleiden hun Gigafactory in Noord-Nederland te vestigen door alvast personeel te werven. Bij zijn aanmelding om Top Dutch te worden, heeft Marc aangegeven dat hij zich voor Tesla wil buigen over de logistiek. “Het lijkt me heel mooi om in de Gigafactory te werken. Ik doe nu Supply Chain Management, dat hebben ze wel nodig bij grote bedrijven. Tesla is een mooi, innovatief bedrijf en daar zou ik graag voor willen werken. Dus wie weet, over een tijdje, als-ie hier komt!”



Top Dutch

De actie Are You Top Dutch? is een initiatief van de mensen uit Noord-Nederland. Zij nodigen Tesla uit om naar de Top Dutch regio te komen en hun Europese Gigafactory hier te bouwen. "Noord-Nederland is Europa's energietransitieregio. Tesla is een energiebedrijf dat de toekomst van schone en groene energie vormgeeft. Hun Gigafactory past hier daarom perfect", zegt Sander de Rouwe, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Fryslân.



'In de actieperiode zijn meer dan 3.000 aanmeldingen binnengekomen'

3100+ aanmeldingen

De publiekscampagne, die met de prijsuitreiking tot een einde is gekomen, was een personeelswerving waarbij deelnemers zich konden aanmelden als Top Dutch. "Hiermee gaven ze aan dat ze bij Tesla zouden willen werken als die hier een fabriek neerzet", legt Henk Brink, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Drenthe uit. "In de actieperiode zijn meer dan 3.000 aanmeldingen binnengekomen op TopDutch.com. Daar zijn we heel tevreden mee."

Na de zomer krijgt de campagne een vervolg. Er komt onder meer een nieuw spoor bij. "We hebben de verkoop voor Tesla in beeld", verklapt Patrick Brouns, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Groningen. De campagne wordt veel groter dan nu. Dat is niet alleen voor Tesla interessant. We worden door de campagne herkend. Er hebben zich bedrijven gemeld voor een oriëntatie in Noord-Nederland, terwijl ze in eerste instantie aan andere Europese regio's dachten."

De cheque werd maandagavond uitgereikt door Wubbo Everts van investerings- en ontwikkelingsmaatschappij NOM. Samen met de drie noordelijke provincies werkt de NOM achter de schermen verder aan het aantrekken van Tesla naar Noord-Nederland.

'Na de zomer krijgt de campagne een vervolg'

Noot voor de pers, niet voor publicatie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:
Patrick Brouns, gedeputeerde Economische Zaken Provincie Groningen, 06 53112104

provincie Drenthe

provinsje fryslân
provincie fryslân

provincie groningen


San Fra

Winnaar
8-daagse reis
voor 2 personen
naar:
San Francisco
& Silicon Valley


Winnaar
8-daagse reis
voor 2 personen
naar:
San Francisco
& Silicon Valley
I Am Top Dutch!

Winnaar
8-daagse reis
voor 2 personen
naar:
San Francisco
& Silicon Valley
I Am Top Dutch!


Winnaar
8-daagse reis
voor 2 personen
naar:
San Francisco
& Silicon Valley
I Am Top Dutch!

Winnaar

8-daagse reis
voor 2 personen
naar:

San Francisco

& Silicon Valley

I Am Top Dutch!



provincie
groningen

Date : 7-6-2017 11:45:19
From : "
To : " **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl**
Subject : FW: presentatie TopDutch
Attachment : TopDutch 66.pdf;image001.jpg;image002.jpg;

Hoi

Hier wat meer info over de lancering van Jobdutch op 19 juni in het kader van Topdutch.
Nog onder embargo, dus niet verspreidbaar.

We hebben de 16e een afspraak staan, maar als je eerder aan tafel wilt ook prima.

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [mailto: initio.nl]
Verzonden: woensdag 7 juni 2017 10:40
Aan:
Onderwerp: presentatie TopDutch

Dag

Met vriendelijke groet,

Founder

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t

m
nitio.nl
www.initio.nl

Secretariaat
nitio.nl
m

Are You Top Dutch?

Pre-launch versie 06-06-2017

Are You Top Dutch? / idee

If Tesla builds a Gigafactory here, would you like to work there?

In navolging van de succesvolle lancering van Top Dutch, verzamelt Top Dutch nu al workforce voor Elon Musk.

De voortgang en resultaten van de personeelswerving worden - net als bij de eerste Top Dutch campagne - via Twitter naar Musk en Tesla gecommuniceerd.

Are You Top Dutch? / doelgroep

De campagne personeelswerving is gericht op **16 tot 36-jarigen** in de drie noordelijke provincies. We enthousiasmeren hen om Top Dutch te worden.

Top Dutch worden is laten zien dat je in een Gigafactory wilt werken, als Tesla ervoor kiest om die in de regio te bouwen. We laten hiermee een teller lopen, die Elon Musk moet laten zien hoe **committed Noord-Nederland** is.

Noord-Nederland heeft **talenten en young professionals** die staan te trappelen om aan de slag te gaan bij een bedrijf als Tesla.

Campagneconcept



I Am Top Dutch!

De studenten en young professionals staan centraal in het campagnebeeld. Zij worden geportretteerd op (voor jongeren) herkenbare locaties in **Friesland**, **Groningen** en **Drenthe.** Ze hebben er zin in en stralen dat uit.

Naast de foto's zal het moment ook vastgelegd worden op video, om in te kunnen zetten op social media.

Groene bril



In de Top Dutch regio bekijken wij alles door een groene bril!

De groene bril is de **eyecatcher** van de campagne. Hij wordt gebruikt in het campagnebeeld, op de website, door de promotieteams en bij guerrilla-acties in de 3 provincies.

Hiernaast is het ook een handzaam, betaalbaar en ideaal attribuut dat ook daadwerkelijk door de doelgroep gebruikt gaat worden en daardoor goed voor de herkenbaarheid.

Website



Online werving onder de doelgroep

Een website met als doel om aanmeldingen binnen te krijgen.

Op de pagina staat ook de teller die bijhoudt hoeveel mensen al Top Dutch zijn geworden.

FAQ

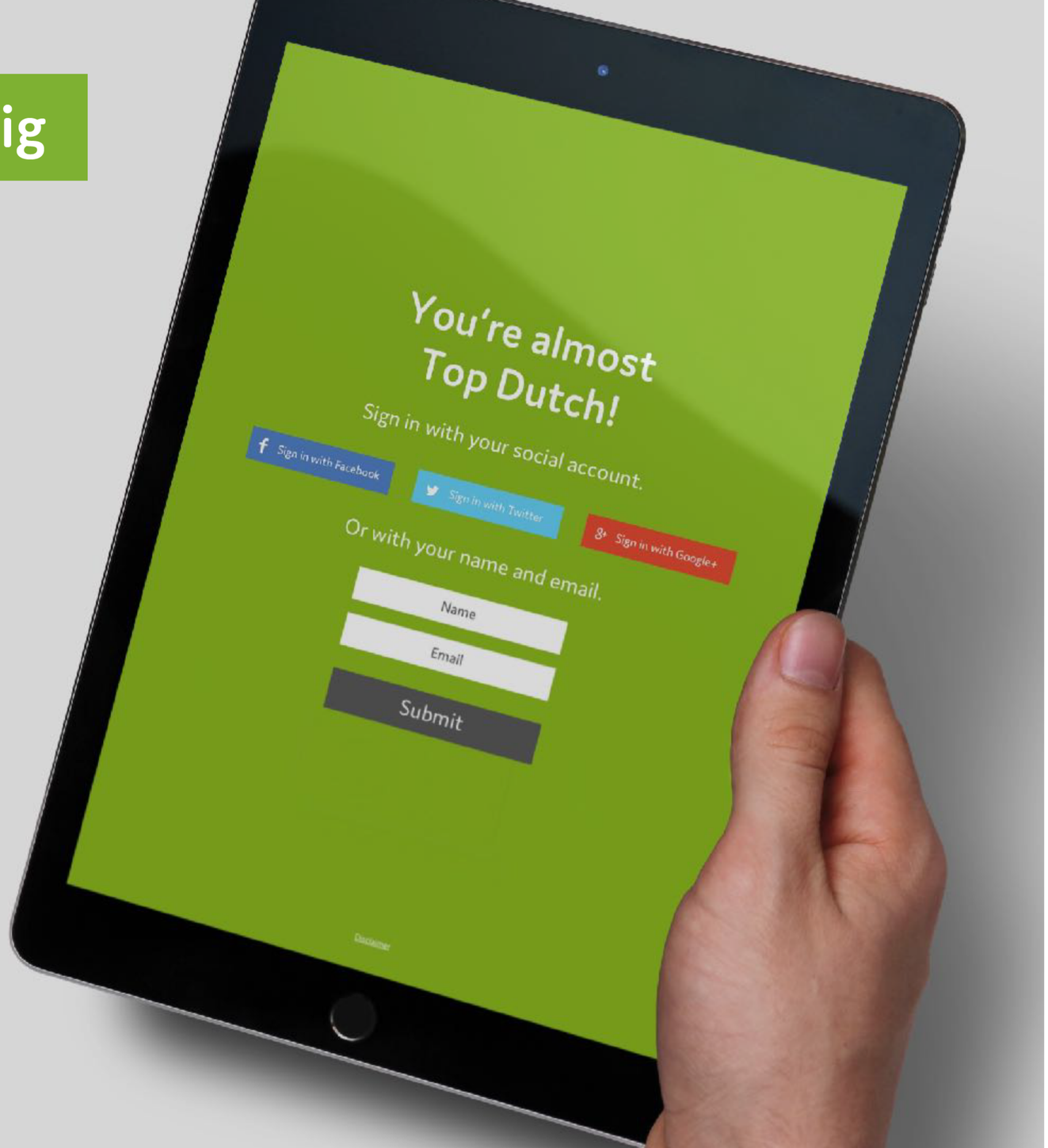


Online werving onder de doelgroep

Er is een handige uitlegpagina, waarin alle informatie op een rijtje staat.

Hier is ook plek voor de nodige terms & conditions en actievoorwaarden.

Laagdrempelig



Social sign-in

De doelgroep kan zich aanmelden als Top Dutch door een naam en e-mailadres in te vullen, of gebruik te maken van een handige social sign-in.

Deze mogelijkheid maakt het gemakkelijk voor de doelgroep om mee te doen. Een social sign-in is laagdrempelig.

Als de deelnemer meer informatie invult (zoals opleiding en baankeus) dan maakt hij of zij kans op leuke prijzen. Op een aparte prijzenpagina is te zien wat er wordt verloot onder de deelnemers.

Promotieteams



Persoonlijk benaderen

Promotieteams gaan op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn. Zij zullen herkenbaar zijn aan **groene polo's** en een groene tas. In de tas nemen zij zonnebrillen mee om uit te delen.

Elk promoteam heeft een iPad bij zich, waarmee de doelgroep zich ter plekke kan aanmelden om Top Dutch te worden. De teams nemen op geschikte plekken ook een crowdball mee voor nog meer zichtbaarheid.

Promotieteams



Persoonlijk benaderen

Promotieteams gaan op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn. Zij zullen herkenbaar zijn aan groene polo's en een **groene tas**. In de tas nemen zij zonnebrillen mee om uit te delen.

Elk promoteam heeft een iPad bij zich, waarmee de doelgroep zich ter plekke kan aanmelden om Top Dutch te worden.
De teams nemen op geschikte plekken ook een crowdball mee voor nog meer zichtbaarheid.

Crowdballs



Stand out in the crowd

Een crowdball is een grote opblaasbare bal van 1.50 meter doorsnee. Hij wordt ingezet bij evenementen en zorgt voor veel zichtbaarheid.

Op geschikte locaties **(denk aan de Baggelhuizerplas in Assen, het Stadsstrand in Groningen etc)** wordt de bal in het water gelegd waar de aanwezigen ermee kunnen spelen. Ondertussen loopt het promotieteam rond om mensen te werven om Top Dutch te worden.

Hoofdprijs



Silicon Valley

Om de doelgroep nog meer aan te moedigen Top Dutch te worden, is een incentive aan de campagne gehangen.

Deelnemers kunnen een reis voor 2 personen winnen naar Silicon Valley en San Francisco.

Ook zullen er nog kleinere prijzen zijn, zodat deelnemers het gevoel krijgen dat er een grote kans is dat zij ook echt wat zullen winnen.

(Bier)viltjes



Biertje?

(Bier)viltjes zijn bij uitstek op elke studentenroeivereniging, hockeyclub of sociëteit een middel om de boodschap over te brengen op de gewenste doelgroep.

We laten een stapel viltjes achter met uiteraard wat Top Dutch brillen.

Online campagne



Taggen, liken, sharen

Op social media zal de doelgroep worden aangesproken om Top Dutch te worden. Dit zal onder meer zijn op Facebook, YouTube en Instagram. Ook worden advertenties geplaatst op door de doelgroep veel bezochte websites.

Via Twitter zullen Elon Musk en Tesla net als bij de eerste campagne aangesproken worden.

Er zal gebruikt worden gemaakt van owned en paid kanalen.

Officiële aftrap







Lancering

De campagne wordt officieel afgetrapt door de 3 gedeputeerden.

Datum

19 juni

Tijd

08:30 uur

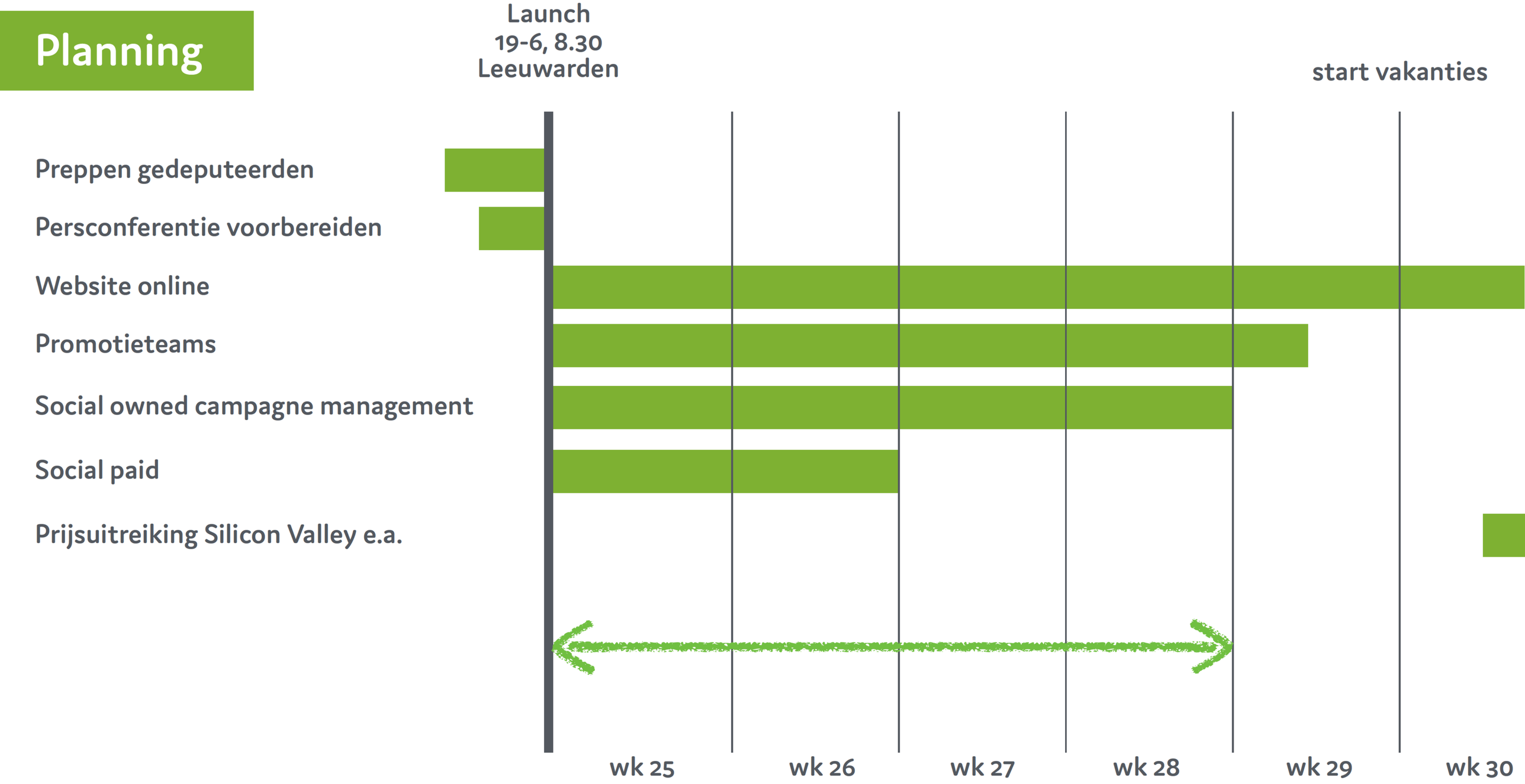
Locatie

MG Electronics
Foeke Sjoerdswei 3
Leeuwarden

CEO

Gerard van der Schaaf

Planning


Launch
19-6, 8.30
Leeuwarden
start vakanties
Preppen gedeputeerden
Persconferentie voorbereiden
Website online
Promotieteams
Social owned campagne management
Social paid
Prijsuitreiking Silicon Valley e.a.
wk 25
wk 26
wk 27
wk 28
wk 29
wk 30

Te bespreken

Woordvoerderschap en bijpraten?

- [redacted] voor Patrick Brouns
- voor Sander de Rouwe?
- voor Henk Brink?

Woordvoerderschap bij ondernemers?

FAQ en persberichten afgestemd?

Persinteresse kanaliseren via aparte appgroep?


INITIO

provincie Drenthe

Date : 6-7-2017 13:31:58
From : "provinciegroningen.nl
To : "drenthe.nl
Subject : FW: promotiemateriaal topdutch voor eigen gebruik provincie groningen
Attachment : 27689 Orderbevestiging Initio, T-shirts (tesla)[3].pdf;27699 Prov Groningen[1].pdf;27701 Orderbevestiging Initio, Polo's.pdf;27753B Orderbevestiging Initio Koeriers Tassen1.pdf;image001.jpg;image002.png;

Met vriendelijke groet,

provincie groningen

Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Postbus 610
9700 AP GRONINGEN
M: +31
email: provinciegroningen.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Ons programma Economie en Arbeidsmarkt biedt ondernemers kansen en helpt Groningers aan het werk.
Kijk op www.groningenatwork.com en volg ons op Twitter @Groningenatwork.

groningen @work

Van:
Verzonden: donderdag 6 juli 2017 1:28
Aan: fryslan.frl
Onderwerp: FW: promotiemateriaal topdutch voor eigen gebruik provincie groningen

Hoi en

Het budget voor de tesla campagne is ondertussen zo goed als uitgeput, en de teller staat nog maar op 2650. Patrick heeft initio gevraagd in beeld te brengen hoe de campagne nog wat te intensiveren. Met meer en andere boodschap in social media (meer accent op prijs winnen dan bij tesla werken) een aantal guerilla acties waarbij we op meer plekken brillen neerleggen. Zou het voor jullie een probleem worden als de uiteindelijke prijs € 10.000,- hoger uitvalt (3300 per provincie)? Ik zal jullie het voorstel van initio hierover mailen. Kreeg ik gisteren en ik heb naar hen gereageerd dat ik het bedrag te hoog vond en dat ik een grotere overschrijding dan 10000 niet kan en wil verkopen. Aan de andere kant krijg ik van Patrick te horen niet zeuren gewoon doen. Kortom er komt nog een kleine kop bovenop de vraag is alleen neem ik dit mee in de afrekening die ik straks naar jullie stuur na de zomer, of hou ik dat deel erbuiten? Daarnaast heeft Patrick mij gevraagd om meer spiegeltjes en kraaltjes te regelen die hij her en der uit wil delen. De dingen die ik daarvoor besteld heb vallen buiten de noordelijke topdutchcampagne, ik laat deze artikelen rechtstreeks bij de provincie groningen bezorgen en de rekening daarvan betalen wij uit onze afdelingsbudgetten. Mochten jullie ook nog behoefte aan een dergelijke eigen bestelling behoefte hebben laat het me dan even weten dan breng ik jullie even in contact met degene die die dingen bestelt.

Met vriendelijke groet,

provincie groningen

Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Postbus 610
9700 AP GRONINGEN
M: +31
email: provinciegroningen.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Ons programma Economie en Arbeidsmarkt biedt ondernemers kansen en helpt Groningers aan het werk.
Kijk op www.groningenatwork.com en volg ons op Twitter @Groningenatwork.

Van:
Verzonden: donderdag 6 juli 2017 10:49
Aan: .
CC: provinciegroningen.nl
Onderwerp: promotiemateriaal topdutch voor eigen gebruik provincie groningen

Hallo
Hierbij een overzicht van alle promotieartikelen die we op verzoek van hebben aangeschaft/besteld voor alleen de provincie Groningen. Deze bestelling staat los van de opdracht die we aan initio hebben gegeven voor de tesla campagne en moet dan ook onder een andere post worden ingeboekt.
Ik denk dat ik op vakantie ben als de rekeningen betaald moeten worden, kun jij in overleg met Irma even kijken waaruit dit betaald kan worden en vervolgens dit laten betalen?

Met vriendelijke groet,

provincie groningen

Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Postbus 610
9700 AP GRONINGEN
M: +31
email: provinciegroningen.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Ons programma Economie en Arbeidsmarkt biedt ondernemers kansen en helpt Groningers aan het werk.
Kijk op www.groningenatwork.com en volg ons op Twitter @Groningenatwork.

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/



PROJECTS BV

Orderbevestiging

Initio
T.a.v.
Helperpark 278
9723 ZA Groningen

Ordernummer : 27689
Klantnummer : 094100

Leverdatum : 13-07-17
Orderdatum : 26-06-17

Artikel	*Kleur*	*Maat*	*Aantal*	*Prijs*	*Totaal*
T-shirt Crewneck for him	*Lime*	*10S/25M/25L/25XL*	*85*	*12,35*	*1.049,75*
T-shirt Crewneck for him	*Lime*	*15XXXL*	*15*	*12,35*	*185,25*
T-shirt Crewneck for her	*Lime*	*10S/15M/10L/10XL*	*45*	*9,70*	*436,50*
Zeef-/instelkosten			*1*	*25,00*	*25,00*

Goederenwaarde	*1.696,50*
Vracht/administratie	*0,00*
Grondslag BTW	*1.696,50*
21% btw	*356,27*
Te betalen EUR	*2.052,77*

Betalingsconditie: 14 dagen Netto
onder vermelding van factuur- en klantnummer

Datum:
Voor akkoord:

Naam:
Functie:

P&P Projects BV is een onderdeel van de P&P-groep. Reclamaties binnen 10 dagen. Op al onze transacties zijn van toepassing onze algemene voorwaarden zoals deze op 6 januari 2005 zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel te Groningen onder nummer 02053225. Een exemplaar van deze voorwaarden ligt bij ons ter inzage en zal op verzoek kostenloos aan u worden verstrekt.

Orderbevestiging

Provincie Groningen
T.a.v. [redacted]
St. Jansstraat 4, Kamer C214
9712 JN Groningen

Ordernummer : 27699
Klantnummer : 094100
Leverdatum : 07-07-17
Orderdatum : 27-06-17

Artikel	Kleur	Maat	Aantal	Prijs	Totaal
zonnebril	groen pms 376		2.000	1,43	2.860,00
				Goederenwaarde	2.860,00
				Vracht/administratie	0,00
				Grondslag BTW	2.860,00
				21% btw	600,60
				Te betalen EUR	3.460,60

Betalingsconditie: 14 dagen Netto
onder vermelding van factuur- en klantnummer

Datum:
Voor akkoord:

Naam:
Functie:

P&P Projects BV is een onderdeel van de P&P-groep. Reclamaties binnen 10 dagen. Op al onze transacties zijn van toepassing onze algemene voorwaarden zoals deze op 6 januari 2005 zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel te Groningen onder nummer 02053225. Een exemplaar van deze voorwaarden ligt bij ons ter inzage en zal op verzoek kostenloos aan u worden verstrekt.

[redacted]

P&P PROJECTS BV

Orderbevestiging

Provincie Groningen
T.a.v. [redacted]
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinancieri
9700 AP Groningen

Ordernummer : 27701
Klantnummer : 094100

Leverdatum : 13-07-17
Orderdatum : 27-06-17

Artikel	Kleur	Maat	Aantal	Prijs	Totaal
Dames polo basic mix	Lime	S-XXL	75	14,65	1.098,75
Heren polo basic mix	Lime	S-3XL	100	16,65	1.665,00
				Goederenwaarde	2.763,75
				Vracht/administratie	0,00
				Grondslag BTW	2.763,75
				21% btw	580,39
				Te betalen EUR	3.344,14

Betalingsconditie: 14 dagen Netto
onder vermelding van factuur- en klantnummer

Datum:
Voor akkoord:

Naam:
Functie:

P&P Projects BV is een onderdeel van de P&P-groep. Reclamaties binnen 10 dagen. Op al onze transacties zijn van toepassing onze algemene voorwaarden zoals deze op 6 januari 2005 zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel te Groningen onder nummer 02053225. Een exemplaar van deze voorwaarden ligt bij ons ter inzage en zal op verzoek kostenloos aan u worden verstrekt.

[redacted]

P&P PROJECTS BV

Orderbevestiging

Provincie Groningen
T.a.v. [redacted]
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinancieri
9700 AP Groningen

Ordernummer : 27753
Klantnummer : 094100

Leverdatum : 24-07-17
Orderdatum : 05-07-17

Artikel	Kleur	Maat	Aantal	Prijs	Totaal
Koerierstas Retro	Groen	38x29x10cm	50	18,75	937,50
Zeef-/instelkosten			1	65,00	65,00
				Goederenwaarde	1.002,50
				Vracht/administratie	0,00
				Grondslag BTW	1.002,50
				21% btw	210,53
				Te betalen EUR	1.213,03

Betalingsconditie: 14 dagen Netto
onder vermelding van factuur- en klantnummer

Datum:
Voor akkoord:

Naam:
Functie:

P&P Projects BV is een onderdeel van de P&P-groep. Reclamaties binnen 10 dagen. Op al onze transacties zijn van toepassing onze algemene voorwaarden zoals deze op 6 januari 2005 zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel te Groningen onder nummer 02053225. Een exemplaar van deze voorwaarden ligt bij ons ter inzage en zal op verzoek kostenloos aan u worden verstrekt.



provincie
groningen


groningen
@work

Date : 23-11-2018 8:37:02
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : FW: Propositie Agri-Dairy TopDutch
Attachment : Agri-dairy.pdf;image002.jpg;

Hey [redacted]

Dit is de laatste versie, de acquisitiestrategie moet nog worden verscherpt.

Gr [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 10 juli 2018 18:15
Aan: [redacted] ; [redacted] ; [redacted] ; [redacted] nom.nl; [redacted] ; [redacted] ; [redacted] ; [redacted] ; Soraya Ludema
CC: [redacted] ; [redacted] ; [redacted] ; [redacted] ; Jacques van den Bosch ; [redacted] ; 'Slooten, Ico van' ; Sybesma, Michiel ; 'Barend Spliethoff' ; Veen, Johan van der ; Swart Ranshuysen, [redacted] ; [redacted] ; [redacted] ; Tirion, Berend
Onderwerp: Propositie Agri-Dairy TopDutch

Hallo allen,

In overleg met en met dank aan Dairy Valley, Provincie Drenthe, Groningen en NOM, ontvangen jullie in de bijlage de propositie-teksten voor TopDutch; sector Agri-Dairy.

De propositie is bewust opgezet vanuit het landelijke niveau; van food naar Dairy en uiteindelijk naar het Noord Nederlands ecosysteem Dairy Valley Holland – en de sleutelspelers in Noord Nederland.

De inhoud is breed opgezet, zodat er veel informatie voorhanden is, waar de juiste content voor de website en de campagne uit kan worden gekozen.

De teksten bieden feitelijke informatie en bieden input voor de Top dutch website en agri-dairy campagne.

De teksten moeten promotioneel nog geschikt worden gemaakt, worden vertaald en voor zoekmachines/SEO worden geoptimaliseerd.

Tenslotte rest ons nog de acquisitiestrategie, landenkeuze en mogelijke targetbedrijven. Hiervoor heeft een 1e werksessie plaatsgevonden, maar dit heeft nog een vervolg nodig wat voor de zomervakantie helaas niet meer is te organiseren.

Om vaart in ons proces te houden lever ik de propositie nu aan, zodat Initio alvast met de definitieve website-, propositieteksten en de campagne-ontwikkeling aan de slag kan gaan, waarna deze teruggekoppeld kunnen worden naar het gedeputeerdenoverleg NNL en de HEZ. Tot die tijd is er zeker nog ruimte om kleine aanvullingen en aanpassingen in de teksten op te nemen.

Tenslotte, als we voor TopDutch agri nog willen verbreden naar (poot)aardappelen en zetmeel dan moet daar nog wel een proces op richting de akkerbouw en bijvoorbeeld potatoe valley en innovatie veenkolonieen.

Hartelijke groet,

[redacted]
provinsje fryslân
provincie fryslân
058 [redacted] Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
06 [redacted] Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
[redacted] fryslan.frl www.fryslan.nl

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

provinsje fryslân
provincie fryslân

Date : 20-11-2018 15:47:42
From : " **drenthe.nl**
To : "Erik Bos" **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : FW: proposities
Attachment :
Attachments.txt;2018_NOM_Proposities_Overzicht.pptx;image001.png;image002.png;image003.png;image004.png;image005.png;image006.png;

Hoi collega's,

Hierbij de proposities van de NOM. Dit is het algemene verhaal dat bij NFIA ligt, bedoeld om te prikkelen.
Bij specifieke evenementen of leads passen ze de inhoud aan en wordt content toegevoegd (maatwerk).
stelde voor om een afspraak met Henk Brink te maken en in korte presentaties te laten zien wat de NOM op acquisitie-gebied doet in Drenthe. Zowel (Dairy) als (IT/datacenters) kan dan bijvoorbeeld vertellen hoe ze in Drenthe bezig zijn. Lijkt mij wel een goed plan. Alleen de timing moet goed zijn.

Groeten,

Van:
Verzonden: dinsdag 20 november 2018 14:12
Aan:
Onderwerp: proposities

Download de bijlagen

Powered by AttachingIT

Kijk eens Ik hoor graag als je nog vragen hebt. Onder de bullets ligt natuurlijk nog aanvullende informatie.
Met vriendelijke groet,

N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland

E nom.nl

Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
Lees ons NOMMER magazine!

ONDERNEMINGEN DOEN GROEIEN

www.nom.nl

De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.

AttachingIT voor Outlook
2018_NOM_Proposities_Overzicht.pptx

Deze e-mail bevat bijlagen die verzonden zijn middels AttachingIT voor Outlook
De bijlagen zijn toegankelijk via de download link in deze e-mail of via de volgende url:
https://app.attachingit.com/e28cc459-ee6f-42b2-9bfb-e8b7ca2114ec
---

1. 2018_NOM_Propositions_Overzicht.pptx

AttachingIT v3.7.6.16014

Date : 7-12-2017 9:58:55
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl**
Subject : FW: ps bijeenkomst 24-1 -> aanhaken?

Van:
Verzonden: woensdag 6 december 2017 12:43
Aan:
Onderwerp: Re: ps bijeenkomst 24-1 -> aanhaken?

Hoi

Ik denk niet dat er veel ruimte over is omdat wij onze tijd al delen met Breedband en een ander inhoudelijk oploop.

Gr

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: < drenthe.nl>
Datum: 06-12-2017 11:54 (GMT+01:00)
Aan: @drenthe.nl>
Onderwerp: ps bijeenkomst 24-1 -> aanhaken?

Ha we zijn met aan het zoeken naar een moment om PS mee te nemen in de economische profilering/TopDutch/acquisitie.
Zij noemde dat er voor arbeidsmarkt 24-1 gereserveerd is. Hoe ga je dat invullen? Is er ruimte qua tijd over?
Hoor graag ff.
Groet

Date : 3-1-2019 14:26:32
From : "Erik Bos" drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Subject : FW: Schriftelijke vragen TopDutch
Attachment : Memo vragen GL-fractie inzake ontwikkelingen TopDutch.docx;Vragen GL-fractie ontwikkelingen TopDutch.pdf;Voorbeeld uitstelbrief schriftelijke vragen staten 2019.docx;

Hi

Ik heb gevraagd om even bij elkaar te zitten om de beantwoording even samen op te pakken.
Zou jij alvst een voorzet kunnen maken.

Gr

Erik

Van: Erik Bos
Verzonden: donderdag 3 januari 2019 14:13
Aan: ;
CC: Erik Bos
Onderwerp: FW: Schriftelijke vragen TopDutch

Dag

Zou je de vragen op naam van willen zetten?

Groeten,

Erik

Van:
Verzonden: donderdag 3 januari 2019 14:00
Aan: Erik Bos < drenthe.nl>
Onderwerp: Schriftelijke vragen TopDutch

Hallo Erik,

Wil je bijgevoegde schriftelijke vragen TopDutch uitzetten binnen je team?
Ik hoor graag van je aan wie je het hebt uitgezet.
Indien dit niet binnen je team valt, wil je mij dat dat ook laten weten?

Hartelijke groet,

Op 3 januari 2019 uitgezet bij Erik Bos

Vragen ex artikel 41 van het Reglement van orde voor de vergaderingen en andere werkzaamheden van Provinciale Staten

Volgens het Reglement van orde moet het antwoord op de hierbij gevoegde vragen van de GroenLinks-fractie van 2 januari 2019 over:

ontwikkelingen TopDutch

uiterlijk op **vrijdag 1 februari 2019** worden verzonden. De uiterste GS-behandeldatum is **dinsdag 29 januari 2019**.
Mocht beantwoording binnen deze termijn niet lukken, dan moet er een uitstelbriefje worden verzonden (een voorbeeld is bijgevoegd). Dit briefje moet uiterlijk **donderdag 31 januari 2019 vóór 12.00 uur** in concept bij [redacted] worden aangeleverd.
Van het uitstel van beantwoording dient de portefeuillehouder op de hoogte te worden gesteld, zodat hij hiervan melding kan maken in GS.
Voor de beantwoording van de vragen dien je het Word-sjabloon “GS-stuk statenvragen” te gebruiken.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Reglement van orde voor de vergaderingen en andere werkzaamheden van provinciale staten

Hoofdstuk 4, Rechten van leden

Artikel 41, Schriftelijke vragen

1. De schriftelijke vragen worden kort en duidelijk geformuleerd. De vragen kunnen van een toelichting worden voorzien. Bij de vragen wordt aangegeven of schriftelijke of mondelinge beantwoording wordt verlangd.

2. De vragen worden bij de voorzitter van provinciale staten ingediend. Deze draagt er zorg voor dat de vragen zo spoedig mogelijk ter kennis van de overige leden van provinciale staten en het college worden gebracht. Hierna worden de vragen op de internetpagina van provinciale staten gepubliceerd.

3. Schriftelijke beantwoording vindt zo spoedig mogelijk plaats, in ieder geval binnen 30 dagen, nadat de vragen zijn binnengekomen. Mondelinge beantwoording vindt plaats in de eerstvolgende vergadering van provinciale staten. Indien beantwoording niet binnen deze termijnen kan plaatsvinden, stelt het verantwoordelijk lid van het college de vragensteller hiervan gemotiveerd in kennis, waarbij de termijn aangegeven wordt, waarbinnen beantwoording zal plaatsvinden. Dit bericht wordt behandeld als een antwoord.

4. De antwoorden worden door het verantwoordelijk lid van het college aan de leden van provinciale staten medegedeeld.

5. De vragen en de antwoorden worden gelijktijdig met de stukken, als bedoeld in artikel 20, aan de leden van provinciale staten toegezonden.

6. De vragensteller kan, bij schriftelijke beantwoording in de eerstvolgende statenvergadering en bij mondelinge beantwoording in dezelfde vergadering van provinciale staten, na de behandeling van de op de agenda voorkomende onderwerpen nadere inlichtingen vragen omtrent het door de Commissaris van de Koning of door het college gegeven antwoord, tenzij provinciale staten anders beslissen.

GROENLINKS

Aan de voorzitter van Provinciale Staten van Drenthe,

Mevrouw J. Klijnsma
Postbus 122
9400 AC Assen

Onderwerp: Schriftelijke vragen ex artikel 41 RvO, inzake ontwikkelingen TopDutch

Assen, 2 januari 2018,

Geachte mevrouw Klijnsma,

Diverse media (o.a. DvhN, Leeuwarder Courant, Volkskrant, RTVNoord en RTVDrenthe) berichtten over de grote problemen, stagnerende ontwikkelingen en interne strubbelingen binnen het team van TopDutch.
Op 27 september 2017 besloten Provinciale Staten een bedrag ad €400.000 ter beschikking te stellen voor een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland met als doel om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren. In het besluit geeft GS tevens aan dat tijdens de campagne effectmetingen zullen worden uitgevoerd en dat de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. PS zal via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte worden gehouden. Uit de berichtgevingen valt ook te lezen dat zich nog geen bedrijf heeft gevestigd in het Noorden op basis van deze campagne.

<u>Naar aanleiding hiervan heeft GroenLinks de volgende vragen aan het college van Gedeputeerde Staten:</u>

1. Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?
2. Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?
3. Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?
4. Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Wij verzoeken u deze vragen schriftelijk te beantwoorden.

Namens de fractie van GroenLinks,

Henk Nijmeijer

Aan:
de heer/mevrouw @

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, @
Ons kenmerk @
Behandeld door @ (0592) 36 @
Onderwerp: Uitstel beantwoording vragen ex artikel 41 Reglement van orde inzake @

Geachte heer/mevrouw @,

In uw brief van @ 2019 hebt u vragen gesteld over @.
Hierbij informeren wij u dat de normale termijn van beantwoording zal worden overschreden, omdat @

De brief met de beantwoording van uw vragen kunt u vóór @ 2018 tegemoet zien.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris , voorzitter

Date : 23-1-2017 9:32:38
From : drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Subject : Fw: Spoed - Graag zsm reactie: BC EZ 24 januari 2017
Attachment : 1 b Herziene Agenda BC EZ 2017-01-24.docx;07 Top dutch campagne def.docx;image001.jpg;image002.jpg;image003.jpg;

Hoi

het gelezen. Dit stuk is puur een update met procesinfo. Oftewel, volgende keer volgt er een stuk met aanpak en financien waarbij advies voor nodig is.

Groetjes

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van:
Datum: 23-01-17 08:56 (GMT+01:00)
Aan: ,
Onderwerp: Spoed - Graag zsm reactie: BC EZ 24 januari 2017

He

Hierbij het stuk zoals dat geagendeerd wordt in de BC EZ. Graag ontvang ik van jullie een korte annotatie. Hoe kijken wij vanuit Drenthe hier tegen aan, wat willen jullie meegeven? Moet er een beslispunt komen mbt de financiële middelen…

Het stuk moet als nazending naar GS morgenochtend… Dus graag een reactie voor 14 uur vanmiddag.

Gr.

Van:
Verzonden: zondag 22 januari 2017 13:04
Onderwerp: RE: Herziene agenda BC EZ 24 januari 2017

Beste mensen,

Zoals ik afgelopen vrijdag al aankondigde, is vanwege de actualiteit een extra agendapunt toegevoegd aan de agenda voor de vergadering van 24 januari aanstaande: de TopDutch-campagne. Bureau Initio zal ter vergadering een korte presentatie geven. Bijgevoegd treft u nu de juiste bijlage aan.

Vriendelijke groeten,

Secretaris Bestuurscommissie
Economische Zaken

T +31(0)

E m.leijn@drenthe.nl
www.snn.eu @hetsnn

Bezoekadres
Westerbrink 1, Assen

Postadres
Postbus 112, 9400 AC Assen

SNN
SAMENWERKINGSVERBAND NOORD-NEDERLAND
• Stimuleert • Faciliteert • Verbindt

Spaar het milieu door deze e-mail niet te printen

Herzien Agenda bestuurscommissie Economische Zaken op 24 januari 2017		
	Tijd: 16.00 – 17.15 uur **Locatie:** Provinciehuis te Assen (let op: gewijzigde locatie) Kamer: A.0.06	
1.	**Opening en vaststellen agenda** **Voorstel**: Agenda vaststellen buiten reikwijdte	
2.	**Mededelingen**	
	Bespreekpunten	
3.	buiten reikwijdte	Bijlage: 1

	• buiten reikwijdte	
4.	buiten reikwijdte	Bijlage: 2
	Hamerstukken	
5.	buiten reikwijdte	Bijlage: 1

	buiten reikwijdte	
6.	buiten reikwijdte	Bijlage: 4

	• buiten reikwijdte	
7.	**Top Dutch campagne** Presentatie in aanwezigheid van bureau Initio. **Voorstel:** • Bespreken	Bijlage: 1
8.	buiten reikwijdte	
9.	**Sluiting vergadering BC EZ**	

TopDutch campagne

***Een snaar geraakt die niet eerder was bespeeld*.**

Terugblik
Aanleiding kwam voort uit de wens van ondernemers om actief grote gerenommeerde bedrijven op het gebied van verduurzaming aan te trekken. Bedrijven die aansluiten bij de grote wereldthema's. De Tweet van Elon Musk die in de wereld kwam was aanleiding om op 21 nov 2016 een appgroep te starten. Nadat bekend werd dat Minister Kamp met een delegatie naar Silicon Valley zou vertrekken om Tesla te interesseren voor Nederland heeft Gedeputeerde Patrick Brouns Initio gevraagd om na te denken over hoe we de Noordelijke propositie over de bühne zouden kunnen krijgen ten tijde van zijn bezoek. Daarop is een online campagne bedacht met bijbehorende website. De content is primair geschreven op de wetenschap van wat internationale ondernemingen zoeken en wat Noord Nederland te bieden heeft in dat kader.

Respons
Het succes van de campagne is bekend. Tijdens de presentatie geven wij een overzicht van de laatste stand van zaken. Ons hostingbedrijf geeft aan nog nooit eerder zoveel verkeer te hebben uitgeserveerd. Tevens enkel positieve reacties van zowel bewoners, als ondernemers, politiek, Noordelijke kamerleden, VNO NCW enz. De plooien met Den Haag zijn gladgestreken en is uit betrouwbare bron vernomen dat de ministeries zeer enthousiast over de samenwerking in Noord-Nederland. Schijnbaar is er een snaar geraakt die niet eerder was bespeeld.

Waarom een succes?
Momentum. In principe kwam alles samen. Bezoek van Kamp, behoefte om aan te sluiten. De app-groep die barste van ideeën vanuit de sterke betrokkenheid en open samenwerking tussen ondernemers, bestuur en politiek. Tevens heeft de grootsheid om niet vanuit de eigen agenda te opereren maar vanuit een gezamenlijk hoger doel - Tesla naar Noord-Nederland - het van de gehele regio gemaakt.

Hoe houd je dit vast?
In Q3 zal Tesla een officiële uitvraag doen (RFI). Tot deze tijd blijven wij campagne voeren voor TopDutch voor Tesla. Dat doen we met onze wereldwijd bekende sterren. Hoe gaaf zou het zijn dat inderdaad hot shots zoals Doutzen en Enzo Knol en andere bekende artiesten en sporters actief gaan twitteren en filmpjes maken dat ze #TopDutch zijn. En actief retweeten als wij tweets uitzetten. Inmiddels hebben verschillende bekende sportmensen zich bereid verklaard mee te willen werken aan deze campagne. Spontaan bieden Tesla rijders zich aan om met de naam van hun organisatie op de zijkant van de auto te rijden afgetiteld met #TopDutch. Spontaan bellen bedrijven die #TopDutch willen opnemen in hun eigen websites en briefpapier. Er is grote behoefte aan een 'endorsement toolkit'.

Verbreding
Acquisities: TopDutch moet breder worden dan alleen Tesla. Er zijn nu al acquisities gaande die zich er aan op willen hangen. Andere acquisities wil je met de 3 provincies gezamenlijk in beeld brengen (NOM) en kunnen onder TD worden gelanceerd. Ook de steden kunnen er gebruik maken en TD-stad zijn. Er zijn zoveel ideeën rond TD: TopDutch Airport, TopDutch Chemport, TopDutch Seaports, TopDutch energy, TopDutch water, TopDutch etc. We moeten dat kanaliseren en servicen.

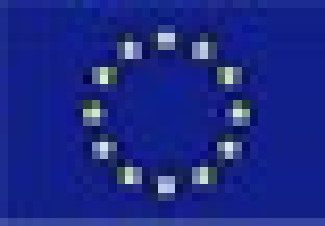
Naast acquisities zijn er ook andere successen onder TD te delen: nieuwe bedrijven, projecten, initiatieven. Niet met elk initiatief wil je actief geassocieerd worden, maar passief is ook mogelijk. De naam TD wordt spontaan omarmd, en dat willen we alleen maar stimuleren. Gave projecten wil je juist als TD lanceren, soms met een eigen campagne, met verwijzing naar TD, of zelfs helemaal in TD stijl.

TD moet van iedereen worden, en we denken dat het al een beetje zo is. Mensen voelen de trots, en herwonnen zelfverzekerdheid. Kracht, zelfstandigheid, onafhankelijkheid i.p.v. Calimero. Mensen snakken daarnaar. Hoe andere organisaties worden aangehaakt is een kwestie van de wortel en de knuppel. Verleiden en hier en daar dirigeren om mee te surfen op deze golf. Dit is een politiek/bestuurlijk/ambtelijke call.

Om te verbreden moet de website uitgebouwd worden waardoor Tesla niet de enige is die we acquireren. Maar ook een etalage is van allerlei TD-initiatieven.

Borging
We denken dat TopDutch iets van ondernemers, noorderlingen en overheden moet blijven. De coördinatie kan bijvoorbeeld belegd worden bij de drie provincies/BC EZ in samenwerking met de NOM. De kracht van de campagne is echter dat het van ‘ons allemaal’ is. De denkkracht van een ieder heeft geleid tot het succes. De kwaliteit van de governance is hierin key. Maar zeker ook wie het vertrouwen geniet en het mandaat verkrijgt. Volgens ons is het belangrijk dat er voor een vorm wordt gekozen die niet zwaar geïnstitutionaliseerd, maar werkbaar en creatief is.

Voorstel:
- In de volgende BC EZ komt een voorstel voor het vervolg; incl. voorstel voor financiering.





SNN

SAMENWERKINGSVERBAND
NOORD-NEDERLAND

• Stimuleert • Faciliteert • Verbindt

Date : 30-11-2018 10:14:47
From : ' gmail.com
To : ' drenthe.nl
Subject : FW: Startdocument

Ter info

onderstaande besluit (met motivatie) is door en gisteren genomen. Ik zie dat en beide in de cc staan. Vind het daarin wel zo netjes om jou hier ook over te informeren. Tussen en ondergetekende heeft tot op heden nog geen gesprek plaatsgevonden.

Met vriendelijke groet,

Van:
Datum: donderdag 29 november 2018 om 23:00
Aan
CC: ' fryslan.frl" , , ' , '
Onderwerp: Re: Startdocument

Ik sluit me aan bij zijn besluit. Toelichting hier. Zoals je merkt gaat het me nog steeds enorm aan het hart.

Wat was TopDutch een succes! Gaaf om met een grote groep mensen zoiets van de grond te tillen.

Consortium
Op basis van gezamenlijkheid en gelijkwaardigheid is ingeschreven in de tender, met duidelijke rolverdeling in een consortium met vier partijen en expliciet Initio alleen als penvoerder, met buiten Initio, gelijk met mij op strategie en creativiteit, en een onafhankelijke project owner plus uitvoerende partijen Initio, en mij.

Afspraken geschonden
Deze samenwerking werd door Initio zonder overleg of instemming drastisch aangepast. Ondanks vele pogingen en initiatieven om alsnog de samenwerking te formaliseren liep men structureel weg voor verantwoordelijkheden. Dit leidde tot onduidelijkheden en ergernissen op strategisch, creatief en operationeel vlak.

Transparantie
Tegen afspraken in werkte Initio niet transparant over uren, tarieven, facturatie en inkoop en verhulde naar mij hoge marges over lage afgesproken tarieven te draaien. Dit handelen door Initio heeft het vertrouwen in de samenwerking geschaad.

Derden
Veel partijen hebben me aangesproken op beloften die naar hen zijn gedaan. De rode draad is dat er beloften werden gedaan aan derden, of dat ze met ideeën komen, maar Initio vervolgens zelf tot uitvoering overgaat, of derden inschakelt, notabene concurrenten van partijen zoals Ik moest via appgroep berichten naar derden toe vernemen dat Initio mensen op mijn rol inzette. De manier waarop Initio en heeft behandeld vind ik ronduit schandalig en beschadigend.

Gesloten modus operandi
De gesloten en controlerende stijl van Initio staat haaks op de speelse, open community die van TopDutch een succes maakte en er zelfs als appgroep (terecht niet de personen) de Langmanprijs mee won.

Operationele chaos
Op de vele creatieve campagne-plannen die zijn opgehaald, voorgesteld en geaccodeerd werd ondanks toezeggingen geen opvolging gegeven, terwijl veel aandacht ging naar niet relevante projecten. was regelmatig zonder overleg afwezig. Spinoff projecten uit TopDutch kregen bij Initio voorrang op TopDutch projecten. De diverse rollen werden binnen het bureau niet duidelijk gecommuniceerd wat tot onduidelijkheden leidde. Initio leverde beloofde content niet, haalde eigen deadlines niet, stelde deze eenzijdig uit, leverde zonder overleg geen nieuwe maar de oude website met nieuwe teksten op als haastklus, en er kwam -zonder overleg- geen beloofde groene chemie campagne. De mini-campagne rond Philadelphia mislukte doordat Initio beloofde social-lijsten niet aanleverde en geen toezicht had op de ad-campagne. Er werd niet geleverd.

Boegbeeld
Als geestelijk vader hangt mijn naam aan TopDutch en ben een van de boegbeelden. Begrijpelijk dat ik door derden werd aangesproken op niet nagekomen afspraken, de vertragingen, lage kwaliteit, hoge facturen. Maar ik werd hier buiten gehouden. Ik pas er dan voor om mijn naam aan te verbinden.

Van fun naar hel
Deze opeenstapeling van ellende maakte TopDutch van een supergaaf non-profit project tot een hel. In plaats van kunnen focussen op mijn kracht en rol in strategie, creativiteit, content, socials en community, ging mijn tijd en energie primair naar het ophalen van informatie, bijsturen, herschrijven, discussie en pogingen tot afspraken te komen. In een ultieme poging om afspraken alsnog te formaliseren werd een voorstel gedaan dat haaks stond op de gezamenlijke en gelijkwaardige rolverdeling.

Vertrouwen weg
Dat -en dat berichtte dat er geen consortium is of komt- was voor mij de druppel om het vertrouwen op te zeggen en de afgevaardigden van het kernteam hiervan te informeren. Sindsdien heb ik aangedrongen op gesprekken, mij onthouden van facturatie en elke activiteit, in afwachting van een gesprek en een oplossing.

Attitude
Als je als verantwoordelijke penvoerder zoveel fouten maakt, waardoor personeelsleden weggaan en al je partners het vertrouwen opzeggen, en al je opdrachtgevers je sommeren te gaan leveren, dan verwacht je dat men wel tot inkeer komt, zich redelijker, neutraler en bescheidener opstelt en zelf snel ingrijpt: eindelijk verantwoordelijkheid neemt en afspraken maakt en nakomt. Helaas kwam een tegenovergestelde reactie. Ik ben geconfronteerd met ontwijkend gedrag, hautain gedrag, ongefundeerde verwijten, achterdocht, zwartmakerij, frustratie en vertraging van het proces en verdraaiingen naar gelang het maar uitkomt. Ook derden zijn hierin meegenomen en dat is schadelijk.

Afscheid
Na het gesprek met gisteren heb ik er geen vertrouwen in dat deze houding zal veranderen. Met zo iemand wil ik niet werken. Op basis van het biased voorstel dat afwijkt van de afspraken heb ik geen vertrouwen in een goede samenwerking. Op basis van wat is verteld waar men mee bezig is heb ik er ook geen vertrouwen in gekregen dat Initio in staat is van TopDutch weer die enthousiaste community te maken. Ik zie Initio niet die TopDutch kwaliteit leveren, deadlines niet halen maar er wel publiek geld doorheen jagen. Daar wil ik niet aan verbonden zijn. Dus ik blijf bij mijn keuze van juli om het vertrouwen op te zeggen en afstand te nemen.

Eerlijk gezegd: ik voel me genaaid. Ik heb een gave trein uitgevonden en op stoom gebracht, Initio heeft het stuur overgenomen, laat de boel ontsporen en ik krijg een valse schop na. Ik verwijt mezelf dat ik te goed van vertrouwen ben geweest. Daar is misbruik van gemaakt.

Afhandeling
Dit betekent dat de samenwerking met Initio definitief eindigt. En dat vergt een professionele en nette afhandeling. Ik zie van de penvoerder graag een serieus en chique voorstel tegemoet hoe om te gaan met de situatie dat er samen is ingeschreven en gewonnen en er nu een afscheid ontstaat.

Schenking
Om een aantijging van financiële drijfveren op voorhand te weerleggen: TopDutch is nooit en zal nooit een financiële overweging voor mij zijn. De vergoeding die ik voor mijn TopDutch inzet heb verkregen is ingezet en gereserveerd voor activiteiten voor de regio en stille schenkingen zoals bvb de Tesla autootjes aan ziekenhuizen. Een suggestie: het zou de penvoerder sieren het dubbele bedrag hiervan te schenken aan een goed doel in overleg.

Rectificatie
Ik verwacht van Initio dat ze foutieve claims en publicaties over hun rol bij de totstandkoming van TopDutch zsm in overleg expliciet rectificeert, en alle ongefundeerde aantijgingen intrekt.

Intellectueel eigendom
Met de provincie Groningen zal ik een afspraak maken over de overdracht van mijn intellectuele eigendommen van TopDutch. Ben helemaal voor een herenakkoord, en ben er positief over dat iedereen zich als een heer zal gedragen.

Nieuwe community
Richting de provincies zal ik ook een suggestie meegeven: evalueer dit project grondig met alle betrokkenen en vraag het publiek met gave nieuwe plannen te komen. Misschien kunnen zij van TopDutch weer een feestje maken, ik zou dat fantastisch vinden. Laat het vooral opener zijn en door creatieve enthousiaste ondernemers gestuurd.

Communicatie
Het lijkt me wenselijk af te stemmen wat naar buiten wordt gecommuniceerd, ik zit er niet op te wachten weer te worden verrast met publicaties, en onjuistheden.

[redacted] ik wil jou en [redacted] bedanken voor jullie poging tot hulp en ga er van uit dat je dit integraal aan [redacted] terugkoppelt.

Ben uiteraard altijd bereikbaar voor toelichting en overleg en wens iedereen wijsheid.

Ontzettend jammer dat het zo loopt. Ik blijf me inzetten voor de regio. Gave campagnes zullen blijven komen :)

groet, [redacted]

Op 29 nov. 2018, om 16:07 heeft [redacted] van der Voorn [redacted] < [redacted] nl> het volgende geschreven:

Hoi [redacted]
Dank voor je inzet gisteren en vandaag voor het bij elkaar brengen van partijen.
Inhoudelijk mijn overwegingen:
Situatie [redacted]
[redacted] is onderdeel van de aanbesteding voor TopDutch die vorig jaar door penvoerder Initio is gedaan. Ondanks dat er geen intentieverklaring was (zoals in de aanbieding staat beschreven) met [redacted] was ik wel positief verrast met de gunning aan het consortium Initio / [redacted] / [redacted] / [redacted]
In januari 2018 heeft [redacted] de eerste campagne uitgevoerd voor TopDutch die onder deze aanbesteding viel. Het is goed om aan het werk te zijn, maar het werd ook duidelijk dat deze manier van organiseren niet goed past. Op basis en aandringen van [redacted] hebben er hierdoor afspraken plaats gevonden. Er is gesproken over de rol van [redacted] hoe kunnen we de kwaliteit van de campagnes verbeteren en hoe kunnen we TopDutch verder brengen.
Hierover zijn verschillende afspraken geweest, met [redacted] en [redacted] Allen afgevaardigd namens TopDutch. Hier zijn verschillende afspraken gemaakt over de rol van [redacted] hoe we samen werken en wie waar verantwoordelijk is.
Aangezien mij berichten bereikte dat er buiten [redacted] om partijen ingeschakeld werden voor online campagnes, heb ik geëscaleerd naar [redacted] in juni. Daarbij aangegeven dat indien er op korte termijn geen afspraken worden gemaakt, [redacted] afhaakt. [redacted] schrok hiervan en op 10/7 overleg gehad met [redacted] Direct na afloop zijn de besproken punten samengevat en als voorstel op de mail gezet richting [redacted] heeft het voorstel getoetst bij KS en op basis daarvan zijn er 16/7 enkele aanpassingen gedaan/toevoegingen geweest. Daarna toezegging gekregen van [redacted] dat het voorstel van [redacted] ingebracht zou worden in kernteamoverleg. Na afloop van kernteamoverleg heb ik van [redacted] te horen gekregen dat het behandeld is in het kernteamoverleg en dat het is afgeschoten.
Na afloop van het KTO kreeg ik echter vanuit verschillende bronnen de mededeling dat mijn voorstel echter niet besproken was, dat onderdelen van de rol van [redacted] die besproken was op 10/7 met [redacted] nu opeens (notabene door [redacted] voorgesteld) door een concurrent uitgevoerd moet gaan worden. Op basis van deze informatie die door vier onafhankelijke bronnen werd bevestigd heb ik in een uiterste poging [redacted] in gelegenheid gesteld om voor het eind van de week tot een schriftelijke afspraak te komen. Hierbij is ook aangegeven dat er en duidelijke deadline ligt van 20/7.
[redacted] heeft aangegeven bezig te zijn met de voorbereidingen van vakantie en pas met een reactie komt na zijn vakantie.
Al met al was de stand van zaken op dat moment als volgt:

- [redacted] was geen partij bij TopDutch
- mondelinge afspraken werden consequent door Initio niet nagekomen
- ondanks verwoede pogingen [redacted] waren er nog steeds geen schriftelijke afspraken
- concurrenten van [redacted] werden ingezet voor werkzaamheden (zowel inscope als outscope)
- van de – tot dan toe – uitgegeven +/- 400.000 euro heeft [redacted] 7.500 euro in rekening gebracht (+2.500 euro adwords budget)
- er was geen zicht of beweging tot het maken van concrete afspraken of het betrekken van [redacted] bij TopDutch

Dit heeft ervoor gezorgd dat [redacted] op 20/7 het vertrouwen in Initio heeft opgezegd als penvoerder van het consortium.
Nu het vertrouwen ontbreekt, is er gekeken of het vertrouwen terug kan komen. Dit hebben we de afgelopen maanden verkend. Er zijn gesprekken geweest met opdrachtgever, [redacted] SZ/NP/Initio, [redacted]
Na afloop van de verkenning en de voorliggende documenten / voorstel constateer ik het volgende:

- er ligt een organisatiemodel wat als vertrekpunt wantrouwen heeft en daarmee ontzettend veel potentiele problemen kan opleveren
- het vertrouwen is nog ver te zoeken. Er worden herhaaldelijk beschuldigingen geuit zonder deze te funderen.
- Er is geen transparantie over de financiën, tarieven, kosten, etc.
- Er wordt geredeneerd, geïnterpreteerd naar belang Initio, niet naar consortium / TopDutch
- Er grote vraagtekens zijn bij het resultaat en de kwaliteit

Al met al voor [redacted] reden om ook hierbij het vertrek uit het consortium te herbevestigen.

Ik wil uitdrukkelijk benadrukken dat ik zowel [redacted] als jou wil bedanken voor jullie onafhankelijke opstelling en constructieve bijdrage. Ik heb dit zeer gewaardeerd.

Voor de goede meld ik je ook dat ik de Provincie Fryslan op de hoogte zal stellen, alsmede [redacted] en [redacted] Zoals afgesproken koppel jij het terug aan Patrick Brouns.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Directeur

M. +31 [redacted]
T. +31 [redacted]
[redacted]
[redacted]

Van: [redacted] <[redacted]
Verzonden: donderdag 29 november 2018 13:05
Aan: [redacted] van der Voorn [redacted] initio.nl
[redacted] dganext.nl
Onderwerp: Startdocument
Allen,
Bijgaand Het startdocument. Met inachtneming van de huidige stand van zaken van het project, de projectorganisatie alsmede de opdrachtnemer. Dit document is de hoofdlijn tot stand gekomen na overleg met gedeputeerde P. Brouns op 11 oktober jl., geïnitieerd na het besluit van [redacted] en [redacted] om "niet verder te gaan met [redacted] wat betekende dat voornoemde personen "zich terug hebben getrokken" uit het consortium.
Aan dit document/deze voorgestelde werkwijze kan getuned worden, echter op hoofdlijnen is dit de werkwijze. [redacted] is nu bezig om te kijken wel budget hij op de creatieve team kan plakken, dit weten we uiterlijk volgende week.
Ik verzoek jullie op/aanmerkingen zo snel mogelijk schriftelijk aan te leveren. Indien jullie niet met dit startdocument uit de voeten kunnen, ergo niet op deze wijze willen/kunnen werken dan hoor ik dat graag.
Bij voorbaat dank.
Met vriendelijke groet/Kind regards/Mit freundlichen grüßen,

[redacted]

DISCLAIMER / ATTENTION:
The information in this electronic mail message is private and confidential, and only intended for the addressee. Should you receive this message by mistake, you are hereby notified that any disclosure, reproduction, distribution or use of this message is strictly prohibited. Please inform the sender by reply transmission and delete the message without copying or opening it. Messages and attachments are scanned for all viruses known. If this message contains password-protected attachments, the files have NOT been scanned for viruses by the ERCEBE mail domain. Always scan attachments before opening.

Date : 26-11-2018 15:03:24
From : "topdutch.com
To : "fryslan.frl, "drenthe.nl, "Erik Bos" drenthe.nl
Cc : "@initio.nl, "initio.nl
Subject : FW: Stukken TopDutch - Gedeputeerden EZ
Attachment : TopDutch - Jaarplanning 2019.pdf;Voortgangsrapportage TopDutch_26 november 2018.pdf;Agri-dairy propositie.pdf;image001.png;image002.png;image003.png;image004.png;image005.png;

Heren,

Hierbij de laatste versie van het document, verstuurd naar
Bij opmerkingen/aanvullingen kunnen deze wellicht later nog worden toegevoegd (?).

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From:
Date: Monday, 26 November 2018 at 15:00
To: '
Cc: , '
Subject: Re: Stukken TopDutch - Gedeputeerden EZ

Beste
Bijgaand het voortgangsdocument van TopDutch voor het aanstaande gedeputeerdenoverleg.
Als bijlage van dit document ook de propositie van agridairy en de planning.
Bij vragen of opmerkingen hoor ik het graag!
Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From: "
Date: Monday, 26 November 2018 at 09:50
To:
Subject: RE: Stukken TopDutch - Gedeputeerden EZ
Dag
Dank voor je snelle reactie. Fijn!
Zie het graag tegemoet.
Groet,

Van:
Verzonden: maandag 26 november 2018 09:50
Aan:
Onderwerp: Re: Stukken TopDutch - Gedeputeerden EZ
Hi
Dit wordt wel in de middag. Denk iets voor de deadline, 15.00.
Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From: "@fryslan.frl>
Date: Monday, 26 November 2018 at 09:37
To: 'topdutch.com" < topdutch.com>
Subject: Stukken TopDutch - Gedeputeerden EZ
Hoi
In verband met een trainingsdag in Zwolle en mijn eigen planning vandaag vroeg ik me af of je ongeveer weet hoe laat je ongeveer de stukken voor TopDutch voor het gedeputeerdenoverleg kunt sturen.
Hoor graag van je, dan hou ik er rekening mee!
Hartelijke groet,

provinsje fryslân
provincie fryslân
Tweebaksmarkt 52 (bezoekeradres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
(058) 292 5925 / provincie@fryslan.frl
www.fryslan.frl

Volg ons op social media!

Tink oan it miljeu foar 't jo beslute dizze mail te printsjen / Denk aan het milieu voor u besluit deze mail te printen.

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

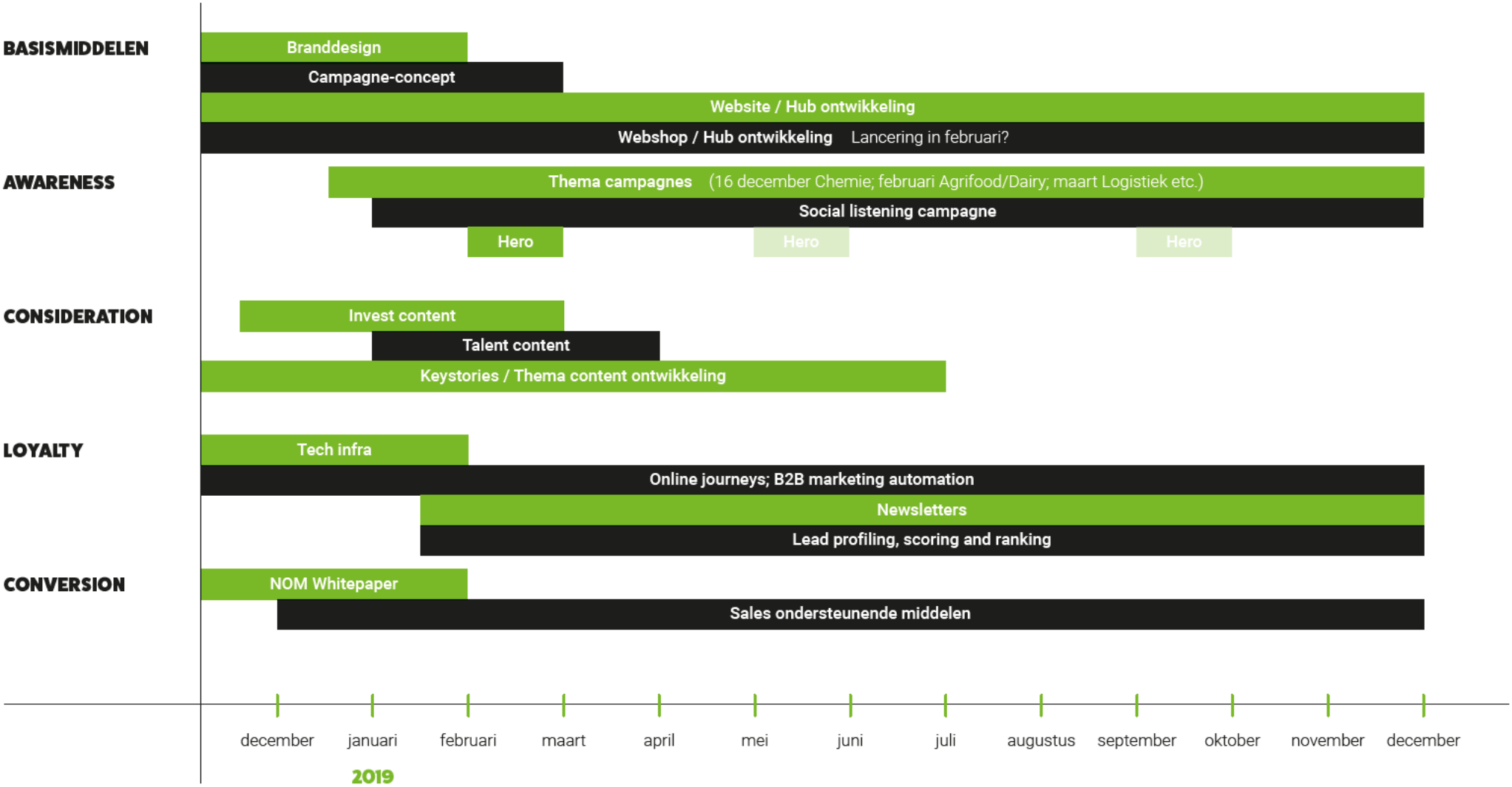
Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

PLANNING


BASISMIDDELEN
Branddesign
Campagne-concept
Website / Hub ontwikkeling
Webshop / Hub ontwikkeling
Lancering in februari?
AWARENESS
Thema campagnes
(16 december Chemie; februari Agrifood/Dairy; maart Logistiek etc.)
Social listening campagne
Hero
Hero
Hero
CONSIDERATION
Invest content
Talent content
Keystories / Thema content ontwikkeling
LOYALTY
Tech infra
Online journeys; B2B marketing automation
Newsletters
Lead profiling, scoring and ranking
CONVERSION
NOM Whitepaper
Sales ondersteunende middelen
december
januari
februari
maart
april
mei
juni
juli
augustus
september
oktober
november
december
2019

TOPDUTCH. WAAR STAAN WE?

Activiteiten afgelopen kwartaal

In de afgelopen maanden heeft het team zich volledig toegelegd op het ontwikkelen van de basis van het TopDutch merk. Hieronder vallen de definitieve positionering, het overall communicatie-concept, de communicatie en campagnestrategie, de samenwerking met de NOM en TopDutchTalent en als laatste de technologische infrastructuur ondersteunend aan de campagnestrategie. Vanuit deze basis gaan we vanaf 16 december alle campagnes opbouwen en uitvoeren. Tevens is er gewerkt aan de groene chemie thema campagne met Chemport Europe en de webshop.

Het overall concept, de communicatie- en campagnestrategie en de ondersteunende technologische infrastructuur worden op 3 december tijdens het gedeputeerdenoverleg gepresenteerd. Daarnaast worden 3 december ook het webshop-concept en de chemie thema-campagne aan u gepresenteerd.

Financieel overzicht

	Vorige rapportage	*Huidige rapportage*
Datum:	1 september	26 november 2018
Totaal TopDutch budget:	1.200.000,00	1.200.000,00
Kosten uitgevoerde werkzaamheden:	412.009,87	542.161,48
Resterend budget:	787.990,13	657.838,52

Uitgevoerde werkzaamheden

In periode tussen vorige rapportage 1 september en huidige rapportage 3 december:

1. Samen met NOM en Provincies worden de proposities uitgewerkt
   - **Chemie**, propositie gereed, content in ontwikkeling, start campagne 16 december
   - **Agrifood/dairy**, propositie gereed (als bijlage), aanpak in ontwikkeling, acquisitielijst verdient aanscherping
   - **Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitie behoefte bekend (lijst nog te ontwikkelen)
   - **Digitaal**, gesprekken gevoerd, oplevering propositie naar verwachting februari
   - **Tech**, gesprekken gevoerd met NOM en Region of Smart Factories, acquisitielijst in ontwikkeling
2. Branddesign-concept gecompleteerd, *presentatie 3 december*
3. Conceptontwikkeling gecompleteerd, *presentatie 3 december*
4. Campagnestrategie gecompleteerd, *presentatie 3 december*
5. Webshop, concept gereed, *presentatie 3 december*
6. Met NOM afgesproken de sales-ondersteunende middelen in TopDutch-stijl te produceren. Eerste stap is het uitwerken van de algemene NOM white paper en één deelpropositie in TopDutch-stijl, als voorbeeld voor alle NOM white papers, presentaties en bid books.
7. Samenwerking TopDutch Talent:
   - TopDutch Talent bouwt momenteel aan een talentplatform, met o.a. een vacaturebank, een digitale kaart met internationale bedrijven, handel en talent, Engelstalige cultuur-agenda, agenda voor career-events en Engelstalige nieuwsvoorziening (The Northern Times).
   - TopDutch Talent optimaliseert de toeleiding van het in het Noorden aanwezige internationaal georiënteerde talent naar de innovatieve noordelijke MKB-bedrijven. Met 53,000 internationale migranten *(waaronder 10,000 studenten)* in het Noorden en een toenemende vraag naar hoogopgeleide arbeidskrachten, kan Top Dutch Talent het internationale talent in de drie Noordelijke provincies Drenthe, Friesland en

Groningen effectiever laten aansluiten bij de internationaal georiënteerde MKB-bedrijven.
- TopDutch is volledig aangesloten voor het deel dat relevant is voor internationale doelgroepen (t.b.v. FDI). TopDutch is vertegenwoordigd in de projectgroep en het communicatie-team.

8. Er is een accountantscontrole uitgevoerd op de toepassing van uurtarieven en marge-afspraken. Een afschrift hiervan vindt u als bijlage.

Key campagnes

De campagnestrategie is uitgewerkt en 26 november gepresenteerd aan het kernteam en communicatieadviseurs. Deze wordt 3 december aan u gepresenteerd.

De campagnestrategie omvat social media druppel-campagnes o.b.v. key stories (long-read kwalitatieve artikelen), 'social listening' (inspelen op bestaande conversaties op social media) en hero-momenten (om het TopDutch merk breed in de markt te zetten). De komende weken werken we deze campagne-strategie uit in de planning en budgetverdeling.

10.2g



*Campagnestrategie in hoofdlijnen, inclusief ondersteunende technologische infrastructuur

1. Groene chemie campagne

De campagne voor groene chemie is opgebouwd volgens de strategie van de thema campagnes:

<u>Contentstrategie:</u>

Stap 1: Key stories

- **<u>Story 1 The future of Plastics:</u>** De Nederlandse Boyan Slat zoekt een oplossing voor 'The Plastic Soup', maar hoe ziet de toekomst van plastics eruit? Hoe voorkomen we soep. Wat doen we in de regio met het verzamelen, recyclen, vernieuwen en vergroenen van plastic? Plastic deskundigen en bedrijven leggen uit aan welke concrete innovaties zij werken.
- **<u>Story 2 Industry CO_2 reduction:</u>** De wereldwijde CO_2-uitstoot moet omlaag, zo ook de uitstoot van de chemische industrie. Hoe pakken bedrijven in het Chemport Europe ecosysteem dit aan?

- **Story 3 Green building blocks:** Het Chemport Europe motto is 'changing the nature of chemistry'. Wat zijn groene bouwstenen voor de vergroening van de chemie en hoe komen we hieraan? Wetenschappers leggen de laatste ontwikkelingen uit op het gebied van 1) elektrolyse & waterstof, 2) CO_2 als grondstof 3) biobased grondstoffen (uit de agrarische regio).
- **Story 4 Collaboration and chain integration:** Voor een circulaire economie moet de gehele product lifecycle en supply chain vergroenen. Wat levert samenwerking en ketenintegratie hierin op? Chemport ketenpartners leggen uit hoe ze samenwerken en de keten integreren binnen de Chemport Europe clusters. Een artikel dat duidelijk maakt hoe de korte lijntjes werken in de regio, met als voorbeeld één bijzondere 'case study'.
- **Story 5 Investment and business climate:**
    - **Part 1 Investment climate & process:**
      Wat is het vestigingsbeleid van de regio? In het artikel wordt duidelijk gemaakt hoe het vestigen in de regio werkt en waarom partijen kiezen voor Chemport Europe.
    - **Part 2 Human capital & lifestyle:**
      Hoe staat het met de arbeidsmarkt in het noorden? En waarom is de regio ook voor werknemers – en dus voor ondernemingen – interessant om zich te vestigen? Over de aantrekkingskracht van omgeving, culturele voorzieningen, kennisinstellingen en woningmarkt.
    - **Part 3 Industry development & history:**
      Hoe is de economische bedrijvigheid in de regio historisch gegroeid? Delfzijl is gericht op basischemie, en Emmen meer op de verwerking en de maakindustrie – hoe zijn beide clusters aan elkaar verbonden geraakt?

Stap 2: Supporting hub content, o.a:

- NOM Whitepaper
- Chemport Europe verdiepende artikelen
- The Green Hydrogen Economy

Online strategie:

3: Social en online content snippets, incl. SEO/SEA

- Key visuals
- Story triggers (dripping strategie)
- Social videos

4: Online journey and lead generation

- Social retargeting
- Opt-in mogelijkheden
- Nieuwsbrieven
- Set-up en optimalisatie online journey
- Set-up lead profiling, scoring en ranking

2. Agrifood(/Dairy)

Voor de campagne van agrifood is de propositie gereed. De verhalen worden momenteel ontwikkeld en het keuzeproces rondom targetbedrijven en regio's is gestart. Ook hier bouwen wij de campagne op volgens de strategie van de thema campagnes:

Contentstrategie:

Stap 1: 5 Key stories

Stap 2: Supporting hub content, o.a:

- NOM Whitepaper on Agrifood

Online strategie:

3: Social en online content snippets, incl. SEO/SEA
- Key visuals
- Story triggers (dripping strategie)
- Social videos

4: Online journey and lead generation
- Social retargeting
- Opt-in mogelijkheden
- Nieuwsbrieven
- Set-up en optimalisatie online journey
- Set-up lead profiling, scoring en ranking

3. Logistics

De propositie is op de volgende punten na gereed.

1. TopDutch Logistics komt op korte termijn met een aanvulling rondom infrastructuur.
2. ING Economisch Bureau is gevraagd voor additionele cijfermatige onderbouwing. Zodra dit beschikbaar is wordt de propositie gecompleteerd.

Ondertussen kunnen wij al gaan werken aan de contentstrategie (5 key-stories) en online strategie daar de acquisitiebehoefte reeds bekend is:

De campagne concentreert zich voornamelijk op voornamelijk op het aantrekken van nieuwe ladingstromen waar de logistieke sector in Noord-Nederland wat aan gaat hebben. De campagne kan zich hiermee richten op 4 pijlers:

1. Het aantrekken van grotere (inter)nationale e-commerce bedrijven. Hiermee wordt het ladingaanbod vanuit N-NL groter, verschuiven de cut-off tijden voor alle e-commerce ondernemers in N-NL en/of waardoor PostNL/DHL een volwassen hub in de TopDutch regio wil vestigen;
2. Het aantrekken van ladingstromen en ondernemingen die over het spoor van en naar China gaan. Bredere exploitatie van de 'Milkroad';
3. Het interesseren van logistieke vastgoedontwikkelaars *(Prologis, Heylen, WDP etc.)* en logistieke consultants *(Buck, Groenewout, Stec, etc. en internationale partijen)*;
4. TopDutch regio breed *(Eco-systeem, 3 O's, vergroening, digitalisering en talent)* positioneren als ideale locatie voor de logistieke sector.

4. Tech

Er is een kick-off geweest omtrent de propositie van de HTSM (technologie) met de NOM de Region of Smart Factories en de provincie Drenthe. Volgende stap is een werksessie voor ophalen key stories.

5. WaterTech

Volgens informatie Provincie Fryslân zijn proposities gereed. Er wordt een kick-off gepland in het eerste kwartaal.

6. Digital

Propositie in ontwikkeling, Provincie Groningen coördineert.

7. Life Sciences and Health

Provincie Drenthe coördineert propositie-ontwikkeling, in samenwerking met de Health Hub. Campus Groningen heeft aangegeven gezamenlijk op te willen trekken in acquisitie met TopDutch/NOM. Eerste afspraken worden gepland.

8. Energy

Provincie Groningen en NOM gezamenlijk verantwoordelijk voor propositie.

Vooruitblik en planning 2019

De planning vindt u in de bijlage.

Opmerkingen:

- **Website:** Release platform structuur februari 2019
- **Webshop:** Release februari 2019
- **Start thema campagnes:** thema chemie start op 16 december, hierna volgt per februari maandelijks de start van een nieuw thema.
- **Start social listerning campagne:** Januari 2019
- **Hero campagnes:** Nader te bepalen, eerste Hero campagne gepland voor februari
- **Technologische (basis)infrastructuur:** is aangeschaft, implementatie: in ontwikkeling, samen met Harvest Digital en NOM
- **Online journeys en B2B marketing automation:** start vanaf chemie thema campagne, ongoing
- **Lead profiling, ranking en scoring:** start in 2019, ongoing
- **Partner content:** Invest content (NOM) en Talent content (TopDutch Talent) worden ontwikkeld en toegevoegd aan website-platform
- **Content-ontwikkeling:** ontwikkeling content voor alle thema campagnes; ongoing t/m juni
- **Sales-ondersteunende middelen:** Ontwikkeling algmene white paper, uniforme presentatie/bidbook formats per deelpropositie samen met NOM / Provincies; ongoing

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 13-6-2017 8:31:25
From : "
To : "Erik Bos" **drenthe.nl**
Subject : Fw: Top Dutch
Attachment : TopDutch 9-6.pdf;Persbericht JobDutch.docx;FAQ JobDutch.docx;

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: Henk Brink
Datum: 13-06-17 08:25 (GMT+01:00)
Aan:
Cc: Erik Bos , ,
Onderwerp: FW: Top Dutch

Hallo
Zie onderstaande mail. Dit ter voorbereiding voor Henk.
Henk heeft morgen nog wel ruimte in zijn agenda om dit te bespreken.
Groet,

Van:
Verzonden: maandag 12 juni 2017 16:36
Aan: Henk Brink
CC:
Onderwerp: FW: Top Dutch
Hallo Henk,
Hierbij het voorstel voor lancering van de vervolgcampagne. Op zich een leuke campagne die vast gaat aanslaan. De organisatie ligt in handen van Groningen en de start is in Friesland. Vraag is wel wat en wanneer Drenthe bediend wordt. Ik neem aan dat dat met is kortgesloten maar zeker weten doe ik het niet. Ik ga er vanuit dat je dit in je agenda hebt staan en dat je erbij bent.
Heb jij verder nog opmerkingen?
Groet

Van: [@provinciegroningen.nl]
Verzonden: maandag 12 juni 2017 10:57
Aan: fryslan.nl';
Onderwerp: Top Dutch
Beste en
Cc ivm afwezigheid
Omdat jullie beiden afwezig zijn tot morgen en aanstaande maandag al de lancering is van de vervolgcampagne is van TopDutch, even een mail om jullie bij te praten.
Aanstaande maandag wordt de vervolgcampagne TopDutch gelanceerd. We doen dat bij MG in Leeuwarden (zie voor meer informatie Accufabriek klaar voor sprong). Omdat deze lancering plaatsvindt in Fryslan willen we vragen of Sander gastheer wil zijn.
De campagne- Are you Top Dutch?

- De vervolgcampgane is gericht op het verzamelen van workforce.
- De campagne richt zich op 16 tot 36 jarigen in de drie Noordelijke provincies en heeft tot doel de doelgroep enthousiast te maken om Top Dutch te worden. Top Dutch worden is laten zien dat je in een gigafactory van Tesla wilt werken, mocht Tesla ervoor kiezen in onze regio een fabriek te bouwen.
- We laten een teller lopen die Elon Musk moet laten zien hoe committed Noord-Nederland is en barst van de talenten en young professionals die staan te trappelen om aan de slag te gaan bij een bedrijf als Tesla.
- Voortgang en resultaten van de werving worden via twitter naar Elon Musk en Tesla gecommuniceerd.
- In het campagnebeeld staan studenten en young professionals centraal en wordt gekozen voor herkenbare locaties in Friesland, Drenthe en Groningen.
- We hebben een groene Top Dutch bril als eye-catcher van de campagne.
- Online werving via een site, waar geïnteresseerden zich kunnen aanmelden (ook via social sign-ins), de teller te vinden is, een uitlegpagina te vinden is, etc.
- Een promotieteam gaat op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn, om de campagne onder de aandacht te brengen en aanmeldingen te genereren.
- Deelnemers hebben kans een reis te winnen naar Sillicon Valley en San Fransisco voor twee personen.

Voor de lancering- tot 19 juni

- Initio is druk met de voorbereidingen van de 6-weekse campagne. Brillen, site, monitoring social media, organiseren van de activiteiten, etc. Meer info over de campagne vind je in de bijgevoegde presentatie.
- Aanstaande vrijdag organiseren we een moment om de pers voor te bereiden om op de 19e maximale media-aandacht te genereren. We willen NDC, RTV Noord, Omrop Fryslan en RTV Drenthe (directeur en redacteur) vrijdagochtend uitnodigen op het provinciehuis in Groningen en ze onder embargo alvast vertellen over de lancering van de campagne. Voorstel is om dit te laten doen door (Initio) en en de bestuursadviseurs van de drie gedeputeerden.
- Vrijdag willen we ook de gedeputeerden voorbereiden op de lancering. In de bijlage vind je een FAQ-lijst. Deze lijst is niet voor de pers of andere externen, maar puur een document voor ons allemaal zodat we allemaal ongeveer dezelfde boodschap vertellen.

- Programma van de lancering volgt later deze week.

De lancering- 19 juni

- Programma volgt
- Persbericht wordt verstuurd via de drie provincies om maandag 19 juni om 9 uur. Woordvoerders zijn de drie gedeputeerden, drie bestuursadviseurs en twee ondernemers [redacted]

Na de lancering- na 19 juni

- Via de app-groep monitoren we persvragen, ontwikkelingen die relevant zijn, monitoren we de teller en stemmen we af waar noodzakelijk.

Handige stukken:

- Draaiboek, volgt zsm.
- Persbericht, zie bijlage
- FAQ, zie bijlage
- Presentatie, volgt zsm.

Vragen:

- Graag jullie reactie op het persbericht en accoord van jullie gedeputeerde.
- Hoe kunnen we jullie gedeputeerde het beste voorbereiden op de lancering?
- Graag even aangeven wie we namens jullie als contactpersoon kunnen vermelden op het persbericht, plus telefoonnummer.
- @[redacted] hoeveel tijd heeft Sander voor de lancering?
- @[redacted] wat zijn de plannen voor 30 juni?

Dit is even heel kort in grote lijnen wat we komende week op de planning hebben. Heel graag jullie reactie op bovenstaande. Mocht je vragen hebben, aanvullende informatie of anderszins, trek dan vooral aan de bel.
Alvast heel erg bedankt.
Hartelijke groet,

[redacted]

(Economie, ondernemerschap en innovatie, financiën, bestuurlijke organisatie en toezicht gemeentefinanciën)

Provincie Groningen
Bestuur, Juridische zaken en Communicatie

Tel : 050-[redacted]
mobiel : 06 –[redacted]
e-mail : [redacted]@provinciegroningen.nl

Bezoekadres:
Martinikerkhof 12, Groningen

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Are You Top Dutch?

versie 09-06-2017

Are You Top Dutch? / idee

If Tesla were to build a Gigafactory here, would you like to work there?

In navolging van de succesvolle lancering van Top Dutch, verzamelt Top Dutch nu al workforce voor Elon Musk.

De voortgang en resultaten van de personeelswerving worden - net als bij de eerste Top Dutch campagne - via Twitter naar Musk en Tesla gecommuniceerd.

Are You Top Dutch? / doelgroep

De campagne personeelswerving is gericht op **16 tot 36-jarigen** in de drie noordelijke provincies. We enthousiasmeren hen om Top Dutch te worden.

Top Dutch worden is laten zien dat je in een Gigafactory wilt werken, als Tesla ervoor kiest om die in de regio te bouwen. We laten hiermee een teller lopen, die Elon Musk moet laten zien hoe **committed Noord-Nederland** is.

Noord-Nederland heeft **talenten en young professionals** die staan te trappelen om aan de slag te gaan bij een bedrijf als Tesla.

Campagneconcept



I Am Top Dutch!

De studenten en young professionals staan centraal in het campagnebeeld. Zij worden geportretteerd op (voor jongeren) herkenbare locaties in **Fryslân**, **Groningen** en **Drenthe.**
Ze hebben er zin in en stralen dat uit.

Naast de foto's zal het moment ook vastgelegd worden op video, om in te kunnen zetten op social media.

Groene bril



In de Top Dutch regio bekijken wij alles door een groene bril!

De groene bril is de **eyecatcher** van de campagne. Hij wordt gebruikt in het campagnebeeld, op de website, door de promotieteams en bij guerrilla-acties in de 3 provincies.

Hiernaast is het ook een handzaam, betaalbaar en ideaal attribuut dat ook daadwerkelijk door de doelgroep gebruikt gaat worden en daardoor goed voor de herkenbaarheid.

Website



Online werving onder de doelgroep

Een website met als doel om aanmeldingen binnen te krijgen.

Op de pagina staat ook de teller die bijhoudt hoeveel mensen al Top Dutch zijn geworden.

FAQ

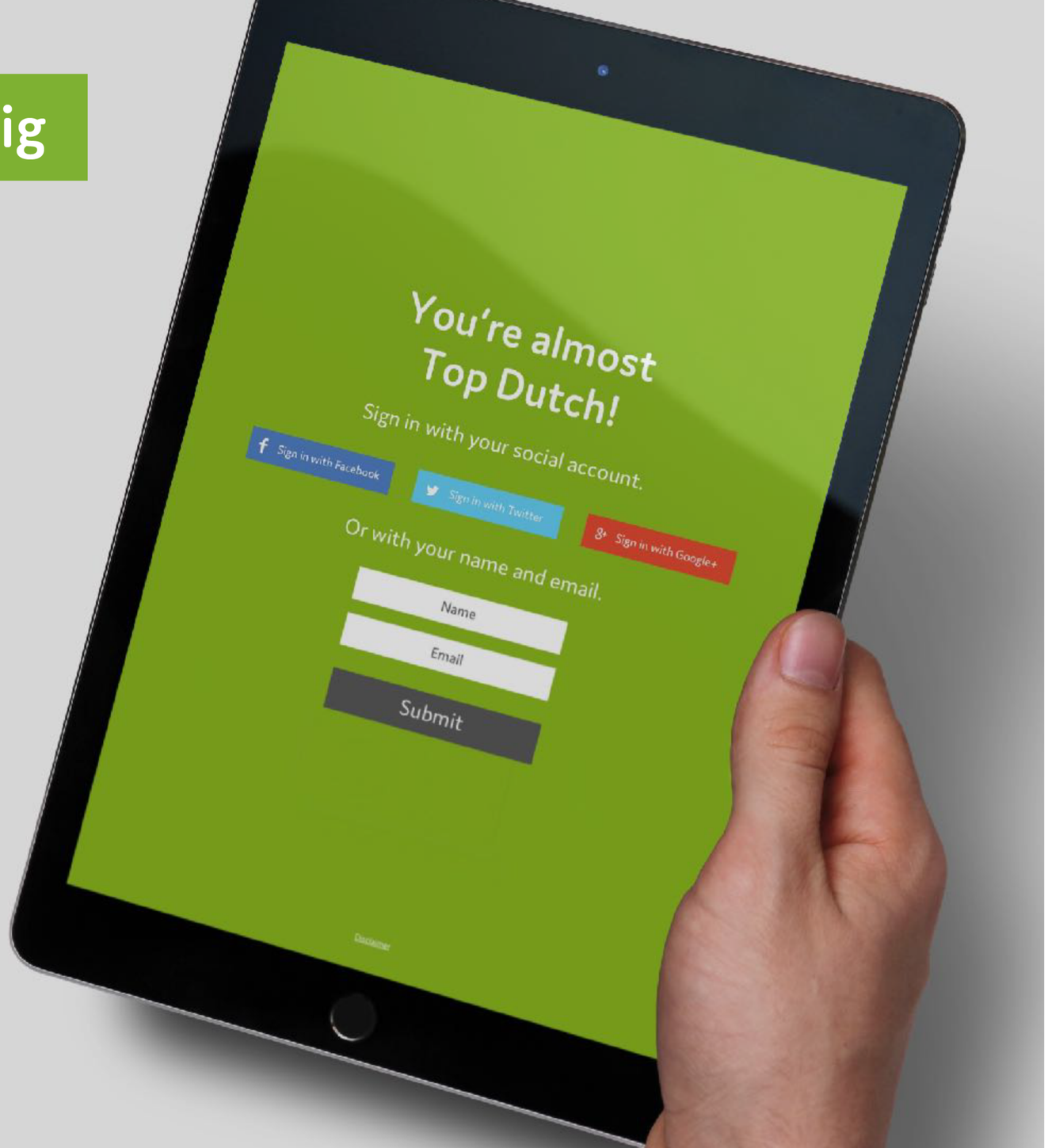


Online werving onder de doelgroep

Er is een handige uitlegpagina, waarin alle informatie op een rijtje staat.

Hier is ook plek voor de nodige terms & conditions en actievoorwaarden.

Laagdrempelig



Social sign-in

De doelgroep kan zich aanmelden als Top Dutch door een naam en e-mailadres in te vullen, of gebruik te maken van een handige social sign-in.

Deze mogelijkheid maakt het gemakkelijk voor de doelgroep om mee te doen. Een social sign-in is laagdrempelig.

Als de deelnemer meer informatie invult (zoals opleiding en baankeus) dan maakt hij of zij kans op leuke prijzen. Op een aparte prijzenpagina is te zien wat er wordt verloot onder de deelnemers.

Promotieteams



Persoonlijk benaderen

Promotieteams gaan op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn. Zij zullen herkenbaar zijn aan **groene polo's** en een groene tas. In de tas nemen zij zonnebrillen mee om uit te delen.

Elk promoteam heeft een iPad bij zich, waarmee de doelgroep zich ter plekke kan aanmelden om Top Dutch te worden. De teams nemen op geschikte plekken ook een crowdball mee voor nog meer zichtbaarheid.

Promotieteams



Persoonlijk benaderen

Promotieteams gaan op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn. Zij zullen herkenbaar zijn aan groene polo's en een **groene tas**. In de tas nemen zij zonnebrillen mee om uit te delen.

Elk promoteam heeft een iPad bij zich, waarmee de doelgroep zich ter plekke kan aanmelden om Top Dutch te worden.
De teams nemen op geschikte plekken ook een crowdball mee voor nog meer zichtbaarheid.

Crowdballs



Stand out in the crowd

Een **crowdball** is een grote opblaasbare bal van 1.50 meter doorsnee. Hij wordt ingezet bij evenementen en zorgt voor veel zichtbaarheid.

Op geschikte locaties **(denk aan het Sneekermeer, Baggelhuizerplas in Assen, het Stadsstrand in Groningen etc)** wordt de bal in het water gelegd waar de aanwezigen ermee kunnen spelen. Ondertussen loopt het promotieteam rond om mensen te werven om

Hoofdprijs



Silicon Valley

Om de doelgroep nog meer aan te moedigen Top Dutch te worden, is een incentive aan de campagne gehangen.

Deelnemers kunnen een reis voor 2 personen winnen naar Silicon Valley en San Francisco.

Ook zullen er nog kleinere prijzen zijn, zodat deelnemers het gevoel krijgen dat er een grote kans is dat zij ook echt wat zullen winnen.

(Bier)viltjes



Biertje?

(Bier)viltjes zijn bij uitstek op elke studentenroeivereniging, hockeyclub of sociëteit een middel om de boodschap over te brengen op de gewenste doelgroep.

We laten een stapel viltjes achter met uiteraard wat Top Dutch brillen.

Online campagne

Taggen, liken, sharen



De primaire doelgroep zijn de 16 tot 36-jarigen. Zij zullen op Facebook, YouTube en Instagram aangesproken worden. Op Facebook en Instagram worden bijvoorbeeld gesponsorde foto's, video's en carrousel advertenties geplaatst. Ook wordt een Facebook Pixel ingezet om de doelgroep opnieuw te bereiken. Op YouTube zal onder meer een bumper video worden ingezet.

Ook worden advertenties geplaatst op de door de doelgroep veel bezochte websites. Door gericht te targeten, zullen zij de eerste twee weken overal Top Dutch voorbij zien komen.

Via Twitter zullen Elon Musk en Tesla net als bij de eerste campagne aangesproken worden. Ook zal hier de secundaire doelgroep (politici, journalisten ea) - de doelgroep van de campagne afgelopen januari - weer bereikt worden. Hierbij zal voornamelijk gebruik worden gemaakt van het eigen netwerk en zullen posts - net als bij LinkedIn - ook ad hoc geboost worden.

Officiële aftrap







Lancering

De campagne wordt officieel afgetrapt door de 3 gedeputeerden.

Datum

19 juni

Tijd

08:30 uur

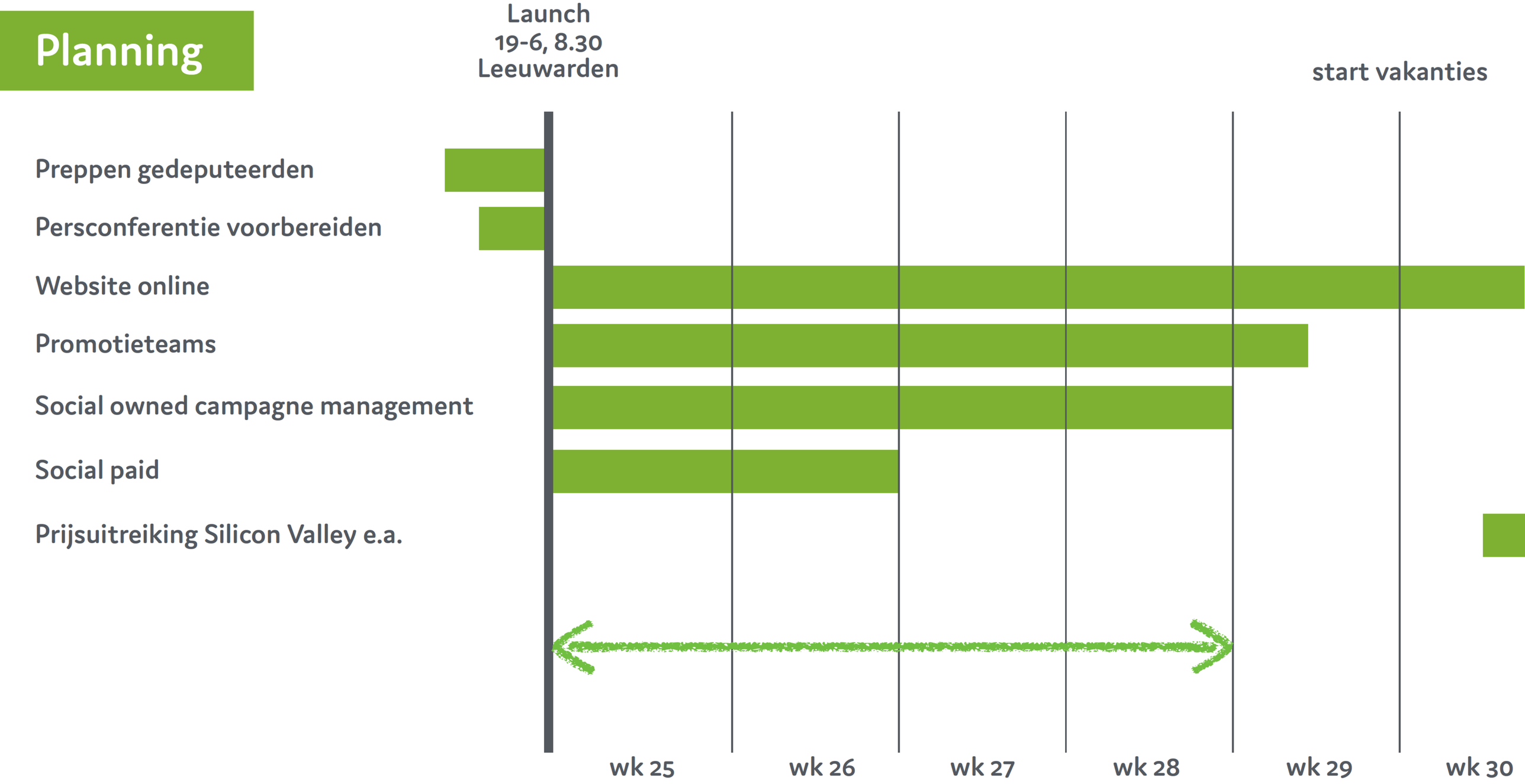
Locatie

MG Energy Systems
Foeke Sjoerdswei 3
Leeuwarden

CEO

[redacted] van der Schaaf

Planning


Launch
19-6, 8.30
Leeuwarden
start vakanties
Preppen gedeputeerden
Persconferentie voorbereiden
Website online
Promotieteams
Social owned campagne management
Social paid
Prijsuitreiking Silicon Valley e.a.
wk 25
wk 26
wk 27
wk 28
wk 29
wk 30

Noord-Nederland, 19 juni 2017

Top Dutch gaat personeel werven voor Tesla

“Stel dat de Gigafactory hier komt, zou je er dan willen werken?” Het team van bestuurders en ondernemers achter de Top Dutch-campagne gaat alvast personeel werven voor Tesla’s energiebedrijf. Vandaag begint een campagne. Met deze actie wil Noord-Nederland zich nogmaals actief bij Tesla aanmelden als enthousiaste regio, als eerste keuze voor hun Europese Gigafactory.

Op TopDutch.com kan iedereen zich vanaf vandaag aanmelden als potentieel medewerker voor Tesla. Onder de inschrijvers worden prijzen verloot zoals een reis naar Silicon Valley. Op de site komt een teller te staan met daarop het aantal inschrijvingen. Ook gaat er elke dag een tweet naar Elon Musk en Tesla met het aantal mensen dat voor Tesla wil werken.

Onlangs werd bekend dat Tesla met stip op nummer één staat als meest populaire werkgever in Nederland onder studenten, technici en bedrijfskundigen. Meerdere landen en regio’s dingen naar de gunsten van Tesla om haar Gigafactory accubedrijf er te vestigen. De fabriek is zo groot als honderd voetbalvelden. Er zijn miljardeninvesteringen mee gemoeid en de fabriek kan direct en indirect zo'n 10.000 banen opleveren.

“Een van de grootste uitdagingen voor bedrijven zoals Tesla is het vinden van gekwalificeerd personeel. Je kan heel veel argumenten hebben waarom een bedrijf zich in jouw regio moet vestigen, maar als je geen personeel kan leveren, houdt het op. Wij hebben hier veel talent. Dus hebben we bedacht om dat probleem alvast voor ze op te lossen”, aldus Patrick Brouns, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Groningen.

“Onze regio loopt voorop met nieuwe energie”, vult Henk Brink, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Drenthe aan. "Wij willen niet alleen aan verduurzaming werken, maar we willen ook in verduurzaming werken. Tesla staat bekend als fabrikant van elektrische auto’s, maar in werkelijkheid is het een energiebedrijf, dat grote stappen zet met opwekking en opslag van energie. En waar anders past een energiefabriek zoals de Gigafactory beter dan in onze TopDutch-regio die voorop loopt in de energietransitie.”

"We kunnen niemand garanderen dat Tesla zich hier werkelijk vestigt, of dat ze je uitnodigen voor een gesprek", zegt Sander de Rouwe, gedeputeerde van de provincie Fryslân. “Maar wat we met zijn allen wel kunnen laten zien, is dat we er als regio echt met zijn allen voor willen gaan, voor verduurzaming, voor economische groei, voor werk. En andere bedrijven die zich melden worden uiteraard ook met open armen ontvangen."

Volgens ontwikkelingsmaatschappij NOM hebben zich inmiddels drie andere bedrijven gemeld om zich mogelijk in de regio te vestigen. “De trots en ons enthousiasme hebben bedrijven wakker geschud, dus we roepen iedereen op zich aan te melden op TopDutch.com, en de wereld door onze groene bril te bekijken”, zegt [redacted] van de NOM.

“TopDutch campagnes zijn met een knipoog en hebben ook een serieuze boodschap. Onze regio heeft een torenhoge ambitie: vooruitlopen op het gebied van verduurzaming. We tonen met deze campagne de energie aan die we hebben om onze leidende positie uit te bouwen tot de nieuwe energieregio van Europa. Elk bedrijf, zowel regionaal als internationaal, op gebied van duurzame energie wordt hier actief geholpen, zoals aan enthousiast personeel”, zegt XXXXX van XXXXXX.

Noot voor de pers, niet ter publicatie:
Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

XXXXXXXX (Drenthe) xxxxxxxxxxx
XXXXXXXX (Friesland)XXXXXXXX
Xxxxxxxxxx (Groningen) xxxxxxxxx
XXXXXXXX (Ondernemer) XXXXXXX
XXXXXXXX (Ondernemer) XXXXXXX

FAQ JobDutch woordvoerders

*** document niet delen met de pers ***

Q: Een autofabriek past toch beter in Brabant, waar we een autoindustrie hebben?

A: De Gigafactory is een accufabriek, geen autofabriek. Tesla is een energiebedrijf, dat ook auto's maakt. Met de accutechniek verandert Tesla de energiemarkt, en dat past perfect bij de regio die voorop loopt met energietransitie: TopDutch.

Tesla heeft in februari bewust haar naam veranderd van Tesla Motors naar Tesla Inc. Dit nadat het bedrijf Solarcity heeft gekocht: Tesla bouwt zonneparken en accuparken en exploiteert deze. Haar zonnedakpannen zijn revolutionair en nu al uitverkocht tot 2018. Met de accuparken balanceren ze de netten van energiedistributeurs, ze vangen bij veel wind en zon de piekcapaciteit op en leveren extra stroom als er geen wind en zon zijn.

Q: hebben jullie het verhaal gelezen over onveilige werkomstandigheden bij de Tesla fabriek in Californië?

A: ja daar zijn we van op de hoogte. Veiligheid is belangrijk. Overigens betrof dit incidenten in Tesla's autofabriek. Bij Tesla's Gigafactory in Nevada zijn nauwelijks incidenten. (*Behalve dan door twee journalisten die een Tesla medewerker omver reden toen ze op het terrein werden betrapt*). We gaan er van uit dat Tesla de hoogste standaarden op gebied van veiligheid hanteert.

Q: hoe groot is de kans dat Tesla zich in de regio vestigt?

A: niemand weet dit nog. Er is nog geen officiële uitvraag. We zijn ervan overtuigd dat we Nederland met de vorige campagne goed op de kaart hebben gezet, en onze regio ook. We weten dat Tesla later dit jaar een aantal locaties wil aankondigen, misschien zelfs twee in Europa. Nederland maakt goede kans, want er zijn al banden met Tesla en we hebben veel voordelen zoals taal, cultuur, infrastructuur en fiscaal klimaat. We vinden onze regio de logische keuze, en willen dat met deze campagne nogmaals benadrukken. Deze valt of staat met het enthousiasme van alle Drenten, Friezen en Groningers, dus we hopen dat iedereen meedoet.

Ons doel is niet alleen Tesla werven. We hebben meerdere doelen. We willen meer trots en samenhang in onze regio. Dat is al gelukt en daar blijven we campagne voor voeren. We willen ons explicieter neerzetten als energietransitieregio, en we willen actief elk bedrijf dat zich hiermee bezig houdt acquireren, niet alleen Tesla. Met één bedrijf ben je er niet. We hebben zelf al fantastische bedrijven op gebied van energieopwekking, opslag, transport en beheer, maar we willen meer. We hebben nu de kans om hier positie in te pakken, en een Gigafactory kan hier een fantastisch aanjagende rol in spelen.

Q: al reactie van Tesla gehad?

A: Nee, dat verwachten we ook niet. Tesla wacht rustig af en zal op haar eigen moment beslissen met wie ze wil gaan praten. Wij willen wel minimaal op hun shortlist staan.

Q: wat gebeurt er met de gegevens van mensen die zich aanmelden?

A: we gaan zorgvuldig met deze gegevens om. Mocht Tesla zich melden, dan bieden we onze database aan ze aan. Tesla kan dan zelf bepalen met wie ze contact opnemen. Als Tesla zich niet meldt, dan zoeken we naar andere bedrijven, want ook zij zullen graag met zulke enthousiaste mensen willen werken. De inschrijvers krijgen een transparante privacy policy, die staat online, zie de website.

Q: het is dus geen serieuze campagne om mensen voor Tesla te werven?

A: het is zeker wel een serieuze campagne, we hebben een serieuze boodschap over verduurzaming, we hebben serieus wat te bieden, maar we doen het ook op een ludieke en stoere manier, net zoals de eerste TopDutch campagne. De tijd dat er alleen maar achter de schermen wordt gelobbyd is voorbij.

Q: Hebben jullie al locaties bedacht?

A: Nee, als Tesla naar de regio komt, maakt het ons niet uit waar. Het effect is groot voor de hele regio. Dat denken op de vierkante meter is niet meer van deze tijd. Sterker nog, zelfs als Tesla ergens anders in Nederland komt, hebben we er toch een steentje aan bijgedragen. (*Het is alleen de vraag of ze daar hun gekwalificeerde personeel wel gaan vinden)*

Q: wat vinden Brabant en Den Haag van jullie campagnes?

A: ze moesten even wennen aan het nieuwe geluid uit onze regio, maar sindsdien zijn ze alleen maar positief. Omdat wij voor het eerst gezamenlijk optreden, en met een zelfverzekerd en enthousiast geluid komen. We gunnen Brabant elke autofabriek die ze kunnen krijgen, (*en ook alle varkensstallen ;)* maar wij gaan voor alle bedrijven die iets met energie en energietransitie doen. Uiteindelijk beslist een bedrijf zelf waar ze zich vestigen. Het zou toch wat zijn dat Den Haag een multinational als Tesla iets oplegt. Het is geen staatsbedrijf.

Q: klopt het dat Tesla populair is onder werkzoekenden?

A: Het idee om alvast personeel te gaan werven om Tesla enthousiast te maken voor onze regio ontstond tijdens de voorbereiding van de initiële TopDutch campagne. Teamleden van TopDutch hebben de afgelopen maanden presentaties over TopDutch en verduurzaming gegeven aan groepen studenten, en vroegen of zij liever voor een corporate werkten, of voor een bedrijf als Tesla, dat de wereld verandert. Vrijwel unaniem reageerden de studenten dat ze liever bij Tesla willen werken. Dit laatste werd onlangs bevestigd door een onderzoek waarbij 23 duizend technische en bedrijfskunde studenten aangaven het liefst bij Tesla te willen werken.

Date : 14-11-2018 12:54:37
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl**
Subject : FW: TopDutch en Smart Industry
Attachment : image001.jpg;

, groningen
fryslan

Van:
Verzonden: vrijdag 9 november 2018 13:27
Aan: ;
CC: ;
Onderwerp: RE: TopDutch en Smart Industry

Fijn. Daar gaan we op aansturen. Het kernteam Smart Industry Hub kan er i.i.g bij zijn. Jullie horen wie nog meer.

Groet

Van: < initio.nl>
Verzonden: vrijdag 9 november 2018 13:21
Aan: nom.nl>; < drenthe.nl>
Onderwerp: Re: TopDutch en Smart Industry

Beste allen,

Do 15/11, 9.00 uur kan. Tot dan!

groet,

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t

m
nitio.nl
www.initio.nl

Secretariaat
nitio.nl
m

Van: < nom.nl>
Datum: donderdag 8 november 2018 om 11:21
Aan: " < drenthe.nl>
CC: < initio.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch en Smart Industry

Dag
Morgen wordt het hem dus niet.
Nieuw voorstel: do 15 om 9h00?
Ik zet meteen in de cc.
gaat over overleg met coalitie Smart Industry over nieuwe TopDutch campagne.
Hoor graag spoedig van jullie.
Groet

Van: < drenthe.nl>
Verzonden: donderdag 8 november 2018 09:55
Aan: < nom.nl>
Onderwerp: Re: TopDutch en Smart Industry
Dag
Zit de afgelopen dagen op de logistiek beurs in Rotterdam. Telefonisch kreeg ik je niet te pakken. kan alleen vanaf 11 uur en het lijkt mij dat hij er wel bij moet zijn. Hij kan nl veel preciezer vertellen wat hij nodig heeft van ons om uiteindelijk te komen tot een campagne. 11 uur lukt

de meesten niet begreep ik dus dan lijkt me verplaatsen een reële optie.
Ik probeer je ook nog even te bellen ok.
Gr

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 8 nov. 2018 om 07:24 heeft < nom.nl> het volgende geschreven:

> Dag Ik moet zo wel weten of jullie komen en hoe laat, anders moet ok de optie eruit halen. Hoor graag van je...
>
> Verstuurd vanaf mijn iPhone
>
> Op 7 nov. 2018 om 11:06 heeft < nom.nl> het volgende geschreven:
>
> > Ik heb nu:
> > -
> > -
> > -
> > -
> > - mits we om 9 uur kunnen beginnen
> > - En mijzelf
> >
> > Kan ik dit vastleggen? Dan wel graag om 9 uur...
> > Gr.
> >
> > **Van:** < drenthe.nl>
> > **Verzonden:** maandag 5 november 2018 11:23
> > **Aan:** < nom.nl>
> > **Onderwerp:** RE: TopDutch en Smart Industry
> > Dag
> > Wie sluiten er precies aan vrijdag?
> > Ik heb iig gevraagd aan te sluiten.
> > 10 uur bij de NOM? Wie zit jullie club normaal voor?
> > Volgens mij heeft al wel contact met Drachten.
> > Met vriendelijke groet,
> >
> > Provincie Drenthe – Economie
> > Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
> > t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl
> >
> > een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?
> >
> > **Van:** < nom.nl>
> > **Verzonden:** maandag 5 november 2018 10:00
> > **Aan:** < drenthe.nl>
> > **Onderwerp:** RE: TopDutch en Smart Industry
> > Dat
> > Kun je even reageren op onderstaande vragen?
> > Dank!
> >
> > **Van:**
> > **Verzonden:** donderdag 1 november 2018 17:33
> > **Aan:** < drenthe.nl>
> > **Onderwerp:** TopDutch en Smart Industry
> > Dag
> > Vanuit onze kant gaat het lukken om vlg. vrijdag met TopDutch te brainstormen.
> > Kunnen we dit vastleggen en hoelaat?
> > Wie komen er mee?
> > Wie zit voor?
> > Klopt het dat er al overleg is tussen InnovatieCluster Drachten en
> > Met vriendelijke groet,
> >
> > N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland
> > T +31
> > M +31
> > E nom.nl
> >
> > Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
> > Lees ons NOMMER magazine!
> >
> > www.nom.nl
> >
> > De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische

verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.


INITIO

Date : 16-10-2017 9:06:47
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl**
Subject : FW: Tweet door Hattrick's Club op Twitter

Ter info

Van: [mailto: hotmail.com]
Verzonden: zondag 15 oktober 2017 20:52
Aan:
Onderwerp: Tweet door Hattrick's Club op Twitter

Hattrick's Club (@HattricksClub)

15-10-17 12:43
Initiatiefnemer @TopDutchCom @ gasten bij over de nieuwe plannen van het #topdutch team #skylounge @AirportEelde
pic.twitter.com/vipcaUylxZ

Download de Twitter-app

Verstuurd vanaf mijn iPad Air

Date : 22-10-2018 10:05:08
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted]@drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : FW: Tweet door Jantine Doornbos op Twitter

Hoi [redacted] en [redacted]

Ik zag dit via twitter voorbij komen.
Lijkt een beetje op het project wat nu van start gaat bij Eelde.
@[redacted] ben jij ook betrokken bij ForwardGroningen? En @[redacted] is TopDutch logistics hier ook aan gelinkt?

Hackathon > De organisatie van Forward Groningen is in handen van FoodDrop en RoyalHaskoning DHV, in opdracht van de Gemeente Groningen. De hackathon wordt mogelijk gemaakt door onze partners



[redacted])

19-10-18 11:02
Hoe maken we de stadslogistiek van Groningen samen slimmer en gezonder? Denk je mee? Meld je aan voor Forward!
forwardgroningen.nl #hackathon #forwardgroningen #logistiek #delivery #groningen #innovatie #lastmile #supplychain
pic.twitter.com/R5x4XFXOV0

Groetjes
[redacted]

Date : 30-11-2018 11:06:24
From : "[redacted] provinciegroningen.nl
To : "Hermse J." [redacted] provinciegroningen.nl, "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] fryslan.frl" [redacted] fryslan.frl
Cc : "[redacted] @provinciegroningen.nl
Subject : FW: Verslag van bevindingen en conclusies lijmpoging Top Dutch

Dame, heren ter info
Vr gr [redacted]

Van: Brouns P.H.R.
Verzonden: vrijdag 30 november 2018 10:49
Aan: [redacted] fryslan.frl; [redacted] drenthe.nl
Onderwerp: Fwd: Verslag van bevindingen en conclusies lijmpoging Top Dutch

Beste Sander en Henk,

[redacted] is door de betrokkenen bij Topdutch, met wederzijdse instemming, aangesteld als onafhankelijk voorzitter om tot nadere werkafspraken en het bewaken van die afspraken te komen.

Bijgaand bericht ontving ik vanochtend van hem. Kennelijk is niet iedereen in staat om nog tot werkbare afspraken te komen. Betreurenswaardig.

Ik zal dan ook nu eerst het gesprek met [redacted] aangaan, op zo kort mogelijke termijn als in te passen is, om van hem te vernemen wat zijn bevindingen achter het verwoorde in de mail is.

Op basis daarvan zal ik met de betrokken partijen of een deel daarvan separaat of in gezamenlijkheid een gesprek voeren om eea af te hechten. Vanzelfsprekend hoe ik jullie op de hoogte.

Hartelijke groet,

Patrick Brouns
Gedeputeerde Provincie Groningen
Ondernemerschap & Innovatie, Recreatie & Toerisme, Evenementenbeleid, Financiën, Bestuurlijke organisatie en Sport

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** "[redacted] <[redacted]
> **Datum:** 30 november 2018 om 08:56:07 CET
> **Aan:** <[redacted] provinciegroningen.nl>
> **Kopie:** <[redacted] dganext.nl>
> **Onderwerp: Verslag van bevindingen en conclusies lijmpoging Top Dutch**
>
> Beste Patrick,
> Zie hieronder de tekst die ik naar [redacted] en [redacted] heb gestuurd. De inhoud spreekt voor zich.
> ***Naar aanleiding van de uitgebreide mailwisseling en de op 28 november jl. gehouden bespreking bericht ik jullie het volgende.***
> ***Ik heb jullie toegezegd jullie te contacten alvorens ik gedeputeerde P. Brouns van mijn bevindingen/advies bericht, bij deze.***
> ***Na het schriftelijke besluit van [redacted] en [redacted] om niet verder te gaan met [redacted] en zich terug te trekken uit het consortium, heeft de opdrachtnemer (Initio) met medeweten en onder druk van de opdrachtgever, die geen (verdere) vertraging in het project wenste, een aantal onomkeerbare acties moeten nemen om de gaten die vielen als gevolg van het schriftelijke besluit van [redacted] en [redacted], op te vangen en in te vullen.***
> ***Voor de goede orde, het besluit d.d. 20 juli jl. waaraan ik hier refereer is door mij met de juridische bril op geïnterpreteerd, de tekst is helder, maar dit terzijde.***
> ***Ondanks het besluit van [redacted] en [redacted] is na een bespreking met gedeputeerde P. Brouns op 11 oktober jl. besloten om een poging te wagen om partijen bij elkaar te brengen o.l.v. een onafhankelijke voorzitter. Deze poging heeft op donderdag 28 november jl. plaatsgevonden. Ieder van de partijen heeft aangegeven open te staan voor een oplossing.***
> ***Tijdens de bespreking tussen [redacted] en [redacted] gisterochtend werd het duidelijk dat tussen deze beide heren vertrouwen ontbreekt.***
> ***De perceptie van de gebeurtenissen die tot die vertrouwensbreuk hebben geleid is bij zo zowel [redacted] als [redacted] totaal verschillend.***
> ***De voorzitter heeft alle percepties aangehoord en heeft hierover geen waardeoordeel. Wel constateer ik dat het heel erg moeilijk zal worden het vertrouwen te herstellen.***
> ***Nadat partijen hun respectievelijke zienswijzen en percepties ter tafel hadden gebracht, hebben we een poging gedaan het door de opdrachtnemer in een eerder stadium geproduceerde startdocument te bespreken. Door [redacted] is aangegeven dat dit document met input van [redacted] tot stand is gekomen. [redacted] heeft daarbij de wil uitgesproken om te komen tot een hernieuwde samenwerking waarbij hij bereid is een stuk van zijn huidige taken/bevoegdheden/verantwoordelijkheden te laten vallen. Hij heeft hierbij nogmaals aangegeven dat e eerder genoemde acties die hij als opdrachtnemer heeft moeten nemen, het speelveld hebben veranderd en dat de ruimte die er is voor hernieuwde samenwerking hierdoor enigszins beperkt is.***
> ***Dit startdocument moet het uitgangspunt/de hoofdlijn vormen voor een eventuele hernieuwde samenwerking.***
> ***Na afloop van de bespreking heb ik [redacted] de volgende zaken gevraagd;***
> - ***Waarborg dat het creatieve team een plaatst bovenin de Top Dutch organisatie kan krijgen;***
> - ***Zet [redacted] in het creatieve team o.l.v. de voorzitter;***
> - ***Geef de ruimte om bij het creatieve team andere ondernemers uit te nodigen indien relevant en gewenst;***

- ***Laat het creatieve team net zo vaak als het kernteam (dat een meer administratieve rol heeft) bijeen komen;***
- ***Kijk welke informatie het creatieve team moet krijgen over de Top Dutch projecten en bekijk dat ruim;***
- ***Kijk welk budget beschikbaar is voor acties bedacht in het creatieve team (antwoord komt in week 49).***

Deze zaken zijn door [redacted] positief beantwoord en meegenomen in een nieuwe versie van het startdocument. Dit herziene startdocument is een werkbaar model beschrijft een transparante vorm van samenwerking. Met name de positie van partijen in het creatieve team waarborgt dat iedereen gelijkwaardig en volwaardig betrokken wordt en in zijn/haar kracht staat. Op deze manier zou het mogelijk moeten zijn dat iedereen de ruimte krijgt en in staat is een positieve bijdrage aan de Top Dutch initiatieven te kunnen leveren. Mijns inziens is hier door alle partijen naar gezocht. De werkbaarheid van de oplossing werd in het gesprek bevestigd door de projectleider [redacted] Terzijde merk ik op dat bij sommige betrokkenen een oplossing gewenst wordt gelijk de consortiumachtige structuur, zoals dat in eerdere stadia van het Top Dutch project heeft gefunctioneerd. Dit lijkt mede door de incompatibilité d'humeur van betrokkenen, een gepasseerd station.

Op de bovenstaande vragen heeft [redacted] bevestigend/positief geantwoord. Hij heeft dit verwerkt in een nieuwe versie van het startdocument. Dit document is op 29 november jl. naar alle partijen gestuurd onder de mededeling: "Aan dit document/deze voorgestelde werkwijze kan getuned worden, echter op hoofdlijnen is dit de werkwijze". Met daarbij het volgende verzoek; "Ik verzoek jullie op/aanmerkingen zo snel mogelijk schriftelijk aan te leveren. Indien jullie niet met dit startdocument uit de voeten kunnen, ergo niet op deze wijze willen/kunnen werken dan hoor ik dat graag."

- ***Op 29 november heeft [redacted] het verzoek beantwoord en aangegeven niet mee te werken aan een hernieuwde samenwerking aan het Top Dutch project. De reactie van [redacted] hebben jullie allen ontvangen.***
- ***Op 29 november heeft [redacted] het verzoek beantwoord en aangegeven niet mee te werken aan een hernieuwde samenwerking aan het Top Dutch project. De reactie van [redacted] hebben jullie allen ontvangen.***
- ***Van [redacted] is nog geen antwoord op het startdocument ontvangen. Met [redacted] heeft ook nog geen gesprek plaatsgevonden. Ik zou dit gesprek met [redacted] in het bijzijn van [redacted] graag volgende week hebben. Aangezien ik zoals het nu lijkt van maandag t/m woensdag bij onze dochter Ostseestaal GmbH in Stralsund zit, zullen we proberen dit 6 of 7 december te plannen.***

Het ontbreken van de reactie van [redacted] hoeft een bericht van bevindingen/advies aan de gedeputeerde echter niet in de weg te staan. Als [redacted] bereid is mee te werken aan een hernieuwde samenwerking dan kan dat volgende week worden besproken en geformaliseerd.

Ik betreur maar respecteer de beslissingen/standpunten van [redacted] en [redacted] in deze. Het is jammer dat partijen niet op de voorgestelde werkwijze met elkaar verder willen/kunnen, maar het is wat het is.

Op basis van het bovenstaande zal ik vandaag mijn bevindingen en conclusies berichten aan de opdrachtgever.

Rest mij jullie allen te bedanken voor jullie bijdrage en jullie allen heel veel succes te wensen met de leuke initiatieven en ideeën waar iedereen mee bezig is. Ik hoop en vertrouw erop dat al deze initiatieven zullen leiden tot versterking van de structuur en de economie van onze prachtige provincies Drenthe, Fryslân en Groningen.

Met vriendelijke groet / Kind regards / Mit freundlichen Grüßen,

[redacted]

DISCLAIMER / ATTENTION:
The information in this electronic mail message is private and confidential, and only intended for the addressee. Should you receive this message by mistake, you are hereby notified that any disclosure, reproduction, distribution or use of this message is strictly prohibited. Please inform the sender by reply transmission and delete the message without copying or opening it. Messages and attachments are scanned for all viruses known. If this message contains password-protected attachments, the files have NOT been scanned for viruses by the ERCEBE mail domain. Always scan attachments before opening them.

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 17-10-2018 13:18:00
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] nom.nl
Cc : "[redacted] initio.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] topdutch.com, "[redacted] drenthe.nl
Subject : FW:

Hey [redacted]

Gassen met die batterijpropositie zou ik zeggen

Groet,

[redacted]

Miljarden aan staatssteun voor Europese batterijfabrieken

De komende jaren gaat Brussel miljarden aan staatssteun toekennen om de Europese ontwikkeling en productie van batterijen te bevorderen. De Europese Commissie verwacht uiteindelijk een netwerk van zeker twintig grootschalige fabrieken om alleen al in de de Europese behoefte te voorzien.

De uitvoering van een in mei gepresenteerd actieplan om de batterijproductie op gang te brengen verloopt volgens de commissie soepel. Zo is binnen een jaar tijd al een netwerk van zo'n 260 organisaties gevormd. Ook kreeg het Zweedse bedrijf Northvolt een lening van €52,5 mln van de Europese Investeringsbank en denkt het Belgische chemiebedrijf Solvay aan een nieuwe fabriek in Europa waar componenten van batterijen geproduceerd kunnen worden.

Lees ook

Europa zet in op groene-batterijfabrieken

Brussel probeert al langer om zijn batterij-industrie te stimuleren. De Commissie verwacht dat accu's de komende jaren de verbrandingsmotoren in auto's vervangen. Daarmee lopen 13 miljoen banen in de Europese auto-industrie gevaar. Bovendien is de ontwikkeling en productie van accu's ook een kans. Naar verwachting bedraagt de markt voor batterijen vanaf 2025 zo'n €250 mrd per jaar.

Nu nog wordt de markt voor batterijen gedomineerd door China. Volgens cijfers van persbureau Bloomberg heeft China een marktaandeel van bijna 70%, terwijl dat van Europa onder de 4% ligt. Om ervoor te zorgen dat Europa straks wel mee gaat draaien, kunnen Europese bedrijven volgens FT aanspraak maken op subsidie uit een pot van €22 mrd. Daarnaast is €800 mln beschikbaar voor de bouw van demonstratiefabrieken.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
[redacted]@fryslan.frl
Tweebaksmarkt 52 (bezoekersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.frl

Tink oan it miljeu foar 't jo beslute dizze mail te printsjen / Denk aan het milieu voor u besluit deze mail te printen

---

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Date : 27-6-2017 16:38:52
From : '[redacted] provinciegroningen.nl
To : '[redacted] ryslan.frl, '[redacted] drenthe.nl, "Brouns P.H.R." [redacted] provinciegroningen.nl
Cc : "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl, '[redacted] @provinciegroningen.nl
Subject : Fwd: Documenten aanbesteding TopDutch
Attachment : AIV provincie Groningen 2015.pdf;ATT00001.htm;Bijlage Verklaring Combinatie Onderaanneming.doc;ATT00002.htm;Bijlage Verklaring Financiële en technische aansprakelijkheid.doc;ATT00003.htm;Concept overeenkomst TopDutch.docx;ATT00004.htm;Gunnings- en beoordelingssystematiek.docx;ATT00005.htm;Inschrijvingsprocedure.pdf;ATT00006.htm;Opdracht.docx;ATT00007.htm;Rapport_Branding_Noord_Nederland_2017.pdf;ATT00008.htm;Uitkomsten_Online_Enquete_Europees Aanbestedingsdocument 65608 Top Dutch .pdf;ATT00010.htm;Negometrix Top Dutch.pdf;ATT00011.htm;

[redacted] en Erik hierbij alle stukken voor de aanbesteding die we graag donderdag open willen stellen. De aanbesteding is begeleid door inkoop Groningen en Drenthe. Willen jullie de bijlagen met de opdrachtbeschrijving en de gunningscriteria voorleggen aan jullie gedeputeerden?
Procedure van deze openbare Europese aanbesteding is als volgt:
De ontvangen inschrijvingen worden beoordeeld op de eerste drie gunningscriteria door
Drie medewerkers van de drie provincies en Sigrid Sengers van het SNN onder begeleiding van medewerker inkoop groningen die het proces in de gaten houdt. Na de scorebord ezel drie criteria worden er maximaal 5 bureaus geselecteerd die hun aanbieding mogen toelichten in een pitch aan de drie noordelijke EZ gedeputeerden en drie medewerkers acquisitie van de drie provincies weer onder begeleiding van inkoop groningen. Alle zes beoordelaars mogen die pitches scoren. De totaal score van pitches en voortraject bepalen welk bureau de hoogste totaalscore krijgt. Deze overall winnaar gaat vervolgens in overleg met de drie provincies haar voorstel nader uitwerken waarbij opdrachtgever en opdrachtnemer het proces zo inrichten als de opdrachtgever wil. Daarna volgt de definitieve aanbieding met een bijbehorende prijs. Zo kunnen we goed sturen op aansturing, werkwijze en prijsvoering in de te volgen tweejaarlijkse campagne. Na de bestuurlijke beoordeling/goedkeuring van de aanbieding kan dan definitieve gunning plaatsvinden dit is naar verwachting eind september.
Volgens mij hebben we de aanbesteding nu afgestemd op de wensen van alledrie bestuurders. Ik hoor graag morgen en anders uiterlijk donderdag om 12 uur of deze uitvraag wat jullie betreft zo de deur uit kan.
Vriendelijke groet [redacted]

Verstuurd vanaf mijn iPad

Begin doorgestuurd bericht:

Van: '[redacted] <[redacted] drenthe.nl>
Aan: '[redacted] <[redacted] provinciegroningen.nl>, "Erik Bos" <[redacted] drenthe.nl>, [redacted] <[redacted] drenthe.nl>, [redacted] @provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Documenten aanbesteding TopDutch

Bijgaand de laatste versies van de documenten, alsmede de vragenlijsten uit (Negometrix Top Dutch.pdf).

Met vriendelijke groet,

[redacted]

[redacted]
Team Subsidies en Inkoop | Postbus 122, 9400 AC | Assen
T (0592)[redacted] | [redacted] drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag t/m vrijdag

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Date : 12-10-2017 7:57:17
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl, "Erik Bos"** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Cc : "Henk Brink" **drenthe.nl**
Subject : Fwd: **initio.nl heeft je bestanden gestuurd via WeTransfer**

Goedemorgen,

Bijgaand de WT naar het topdutch materiaal wat afgelopen di in Brussel is gedraaid.

heeft Henk B ook rechtstreeks gemaild. gast ook mee naar China.

Ik begrijp dat de presentatie etc coördineert? @ succes, mocht je nog iets nodig hebben last maar weten.

Groet

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** WeTransfer <noreply@wetransfer.com>
> **Datum:** 11 oktober 2017 om 21:42:33 CEST
> **Aan:** drenthe.nl
> **Onderwerp:** initio.nl **heeft je bestanden gestuurd via WeTransfer**
> **Antwoord aan:** initio.nl



initio.nl
heeft je bestanden gestuurd

1 bestand, in totaal 202 MB • Wordt verwijderd op 18 oktober 2017

Download je bestanden

Hey Henk en

3 minuut 32 seconden TopDutch geweld! Volume of 10!

Groet,

Download link
https://wetransfer.com/downloads/3512f987eea3f2b245428d5df05cfbd020171011193152/bbe54f5bd5e5f58ba5e46310b47071e420171011193152/e3e19e

1 bestand

01 Open Days Brussel Top Dutch.mp4

Voeg noreply@wetransfer.com toe aan je contactpersonen om onze e-mails goed te ontvangen.

Haal meer uit WeTransfer met **Plus**

Over WeTransfer • Help • Algemene voorwaarden

Date : 14-10-2018 20:06:06
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Fwd: Is er voldoende toezicht op de miljoenen van TopDutch? - Economie - DVHN.nl

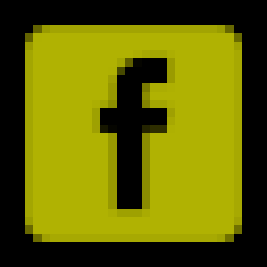
Verstuurd vanaf mijn iPad

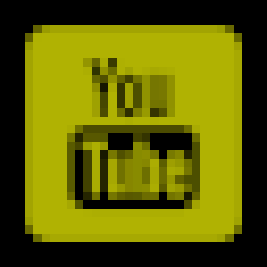
Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** Henk Brink <[redacted] drenthe.nl>
> **Datum:** 13 oktober 2018 om 22:04:30 CEST
> **Aan:** [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
> **Onderwerp: Is er voldoende toezicht op de miljoenen van TopDutch? - Economie - DVHN.nl**
>
> https://www.dvhn.nl/economie/Is-er-voldoende-toezicht-op-de-miljoenen-van-TopDutch-23662516.html
>
> Verstuurd vanaf mijn iPhone








You
Tube


NOM
Contact us to learn about the investment climate in the Northern Netherlands
More information

Date : 9-11-2017 17:12:59
From : "provinciegroningen.nl
To : "drenthe.nl
Subject : Fwd: opdrachtorganisatie topdutch versie 9 nov
Attachment : opdrachtorganisatie topdutch versie 9 nov.docx;ATT00001.htm;

Verstuurd vanaf mijn iPad

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** < provinciegroningen.nl>
> **Datum:** 9 november 2017 om 15:43:27 CET
> **Aan:** @provinciegroningen.nl)" @provinciegroningen.nl>,
> " fryslan.frl" < fryslan.frl>, @provinciegroningen.nl>
> **Onderwerp: opdrachtorganisatie topdutch versie 9 nov**
>
> Dame, Heren,
> Ik ben voor groot deel maar teruggegaan naar oorspronkelijke notitie. Heb nu beschreven dat we van de 9 onderwerpen nog gaan kiezen en dat die keuzes worden voorgelegd aan ez gedeputeerden. Toelichting op kosten eerste maanden heb ik nog niet binnen, zodra ik die heb pasik stuk nog weer aan.
> Als jullie zaken missen laat me dan weten dan vul ik het aan.
>
> Vr gr

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het samenwerkingsverband Initio DBK uit Groningen (penvoerder en opdrachtnemer), Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drentheheeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit samenwerkingsverband worden gegund.

De aanpak vanuit de drie lagen van het Top Dutch merk:

1. *Top Dutch key campagnes*

Twee- tot driemaal per jaar worden gerichte campagnes ingezet om specifieke bedrijven actief te benaderen, vergelijkbaar met hoe de Tesla campagnes werden gedraaid. Doel is om díe breinpositie te verkrijgen bij internationale ondernemingen, nog voordat ze zich melden bij bijvoorbeeld de NFIA, en bekend te laten zijn met de sterke punten van de drie provincies. Doel: bereiken dat de potentiële internationale vestiger de Top Dutch regio als vestigingsplaats op de shortlist zet. Idealiter neemt de potentiële vestiger zelf rechtstreeks contact op met bijvoorbeeld de NOM.

2. *Top Dutch endorsement*

Tijdens de Tesla-campagnes kwam regelmatig de vraag voorbij of bestaande bedrijven, evenementen en infrastructuren actief ondersteund konden worden met Top Dutch. Deze partijen zijn fantastische ambassadeurs voor het merk, hun projecten zijn vaak icoonprojecten waarin we onze voorsprong en onze ambitie op de belangrijke thema's kunnen tonen. We laten deze partijen vertellen wat er zo gaaf is aan onze regio! Denk aan ondersteuning op events, denk aan het branden van *Leeuwarden Culturele Hoofdstad = Top Dutch*, denk aan *TT Assen = Top Dutch Track*, denk aan Top Dutch reclame op Schiphol. Denk aan *Top Dutch Airport*, denk aan *Top Dutch Waddensea*, Top Dutch ambassades, borrels en events.

3. *Iedereen is Top Dutch: brede, open branding*

Top Dutch heeft iets bijzonders losgemaakt in onze regio. Inwoners, bedrijven, evenementen en vele stakeholders hebben gevraagd of ze ook Top Dutch mogen zijn. Hoe mooi is het dat deze ambassadeurs voor de regio zo enthousiast zijn en zo graag de regio willen helpen promoten. Hier spelen we graag op in: Top Dutch wordt van iedereen. Iedereen mag het label Top Dutch gebruiken. Graag zelfs. Daarom doen we iets bijzonders: we maken Top Dutch open: we maken een logo, een huisstijl, een content bank, een toolkit en een stijlgids. Ook komen we met een webshop waarop iedereen Top Dutch spulletjes kan bestellen: brillen, stickers, shirts, noem maar op. De inkomsten van de webshop worden ingezet voor give-aways om charmante campagnes een duwtje in de rug te geven, en zo kan iedereen in de regio, maar ook internationaal en online onze trots, en waar we voor staan, uitdragen. Vergelijk deze open, brede branding-laag met *I Am Top Dutch* met *I Amsterdam* en *I Love New York*. We ondersteunen dit met een permanente online campagne.

Aansturing

Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

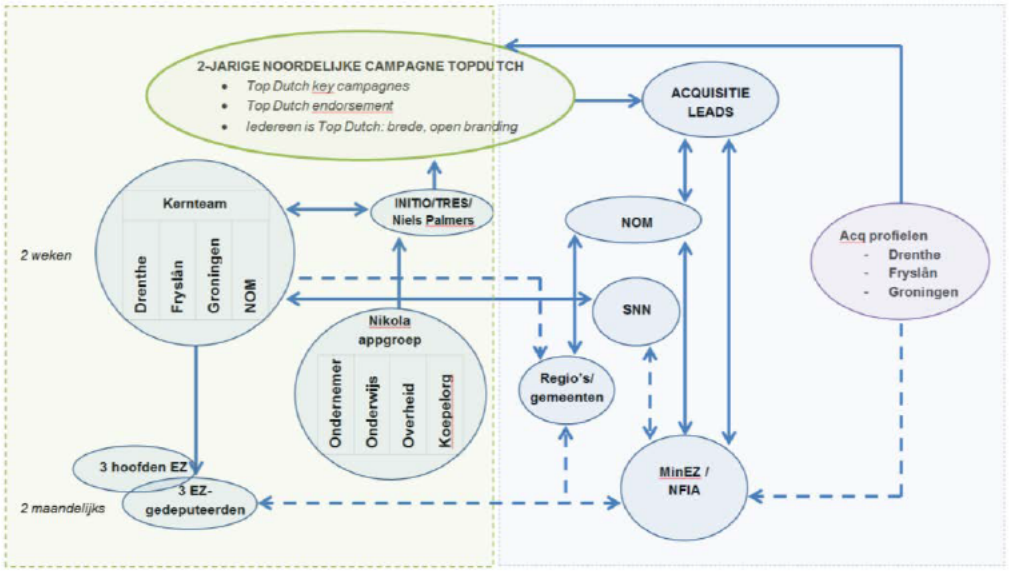
- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Deze leden vormen de opdrachtgeversgroep die ook alle facturen en de rapportages accordeert.

Het kernteam belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (NOM), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Groningen). Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Organisatie

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom Topdutch en het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden. In het linkerdeel staat de organisatiestructuur rondom Topdutch weergegeven en in het rechterdeel de structuur ten aanzien van leads/acquisitie gekoppeld aan Topdutch.



De deelnemers van het kernteam zijn de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd. Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whatsapp groepen, met daarbij een brede hoofd whatsapp groep en thematische deelgroepen.

Keuze onderwerpen

In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland, gericht op 2 á 3 onderwerpen per jaar. Hierbij gaat het om de volgende onderwerpen:

- Vrijetijdseconomie (TT-circuit Formule-1, Formule-E)
- Logistiek
- Vergroening chemie
- Circulaire economie
- Water
- Medtech / Life science
- Agri / Dairy
- ICT
- RoSF

Deze onderwerpen zijn op basis van verschillende marktcriteria tot stand gekomen, namelijk de omvang en economische betekenis van de betreffende doelgroep, de ontwikkelfase waarin een doelgroep of cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in de betreffende doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit is een goede onderbouwing verkregen van de échte marktkansen per doelgroep en een prioritering hiervan.

Het Kernteam zal in de komende weken een voorstel uitwerken voor de start van de eerste campagnes en een doorkijk geven naar de resterende acties. Dit keuzedocument zal ter besluitvorming worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden EZ .

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies (Als een andere provincie deze rol graag wil overnemen is dat natuurlijk mogelijk).Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor Topdutch.
- Besluit om Initio een voorschot van € 300.000,-(toelichting initio nog niet binnen pas ik nog aan) te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Verdere

bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

Date : 27-6-2017 16:24:40
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl, "** [redacted] **drenthe.nl**
Cc : "Erik Bos" [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Fwd: Persbericht 2 Topdutch
Attachment : TopDutch Persbericht [2].pdf;ATT00001.htm;

Hierbij ti persbericht svz teller jobdutch. Gaat vandaag uit.

Groet,
[redacted]

Verstuurd vanaf mijn iPad

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** [redacted] @provinciegroningen.nl>
> **Datum:** 27 juni 2017 16:21:25 CEST
> **Aan:** Marieke Ferwerda <[redacted] fryslan.fr>, [redacted] drenthe.nl" <[redacted] drenthe.nl>
> **Onderwerp: Persbericht 2 Topdutch**
>
> Hoi [redacted] en [redacted]
>
> In de bijlage het persbericht zoals dat vandaag wordt verstuurd.
> Mag ik jullie vragen het te delen met de betrokkenen binnen jullie provincie?
>
> Groet en dank,
> [redacted]
>
> ---
>
> In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
> http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Noord-Nederland, 27 juni 2017

TopDutch-campagne slaat aan: al meer dan 2.000 inschrijvingen

Ruim 2.000 talenten schreven zich in de eerste week in voor een virtuele baan bij Tesla. Veel ondernemers en politieke prominenten scharen zich landelijk achter de TopDutch-campagne om Noord-Nederland gezamenlijk op de kaart te zetten als duurzame energieregio.

'Geweldig dat meer dan 2.000 enthousiaste talenten zich inschrijven voor een nog niet bestaande baan', aldus Patrick Brouns, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Groningen: 'We hebben informeel van Tesla-medewerkers vernomen dat het enthousiasme en organiserend vermogen van onze regio zeker bij ze is aangekomen, dus de komende weken zullen we de campagne intensiveren.'



'Er loopt zoveel talent in onze regio rond'

Henk Brink, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Drenthe: 'Er loopt zoveel talent in onze regio rond. Een nieuwe generatie bekijkt de wereld door een groene bril, ze werken graag bij een bedrijf dat de wereld groener maakt, dus delen we in deze campagne groene zonnebrillen uit. De brillen zijn inmiddels roofgoed, dus wees blij als je er eentje te pakken krijgt, en schrijf je vooral in op TopDutch.com.'

‘We zijn blij om te zien dat dit signaal ook duidelijk landelijk wordt opgepakt’

‘Ons hoofddoel is onze regio te promoten als dé meest vooruitstrevende op het gebied van duurzame energie, en te laten zien dat we de deuren openzetten voor bedrijven en talent. We zijn blij om te zien dat dit signaal ook duidelijk landelijk wordt opgepakt, gezien de openlijke steun die prominente politici’, aldus Sander de Rouwe, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Friesland.





Zo tweette Prins Constantijn van StartupDelta: ‘Ich bin ein... TopDutch’. Neelie Kroes vroeg vanaf haar @kroescontrol account op Twitter of ze met haar 75 jaar ook aan mocht sluiten, waarop TopDutch

‘Ich bin ein... TopDutch’

reageerde met een foto van een zelfrijdende Tesla op 75 kilometer per uur. Meerdere landelijke politici onder wie CDA-voorzitter Ruth Peetoom en Mark Rutte zijn gesignaleerd met de kenmerkende TopDutch-bril.

Noot voor de pers, niet voor publicatie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:
Henk Brink, gedeputeerde Economische Zaken Provincie Drenthe, 0592-[redacted]
Sander de Rouwe, gedeputeerde Economische Zaken Provincie Fryslân, 058-[redacted]
Patrick Brouns, gedeputeerde Economische Zaken Provincie Groningen, 06[redacted]

[redacted]

[redacted]

provincie Drenthe

provinsje fryslân
provincie fryslân

provincie groningen

Date : 29-11-2018 23:22:35
From : "provinciegroningen.nl
To : "Hermse J." provinciegroningen.nl, "Erik Bos" drenthe.nl, " drenthe.nl
Subject : Fwd: Startdocument

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Begin doorgestuurd bericht:

Van: < vdziel.com>
Datum: 29 november 2018 om 22:59:55 CET
Aan:
Kopie: fryslan.frl"< fryslan.frl>, < gmail.com>, van der Voorn [< nl>, < provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Antw.:[Startdocument[

Ik sluit me aan bij zijn besluit. Toelichting hier. Zoals je merkt gaat het me nog steeds enorm aan het hart.

Wat was TopDutch een succes! Gaaf om met een grote groep mensen zoiets van de grond te tillen.

Consortium
Op basis van gezamenlijkheid en gelijkwaardigheid is ingeschreven in de tender, met duidelijke rolverdeling in een consortium met vier partijen en expliciet Initio alleen als penvoerder, met buiten Initio, gelijk met mij op strategie en creativiteit, en een onafhankelijke project owner plus uitvoerende partijen Initio, en mij.

Afspraken geschonden
Deze samenwerking werd door Initio zonder overleg of instemming drastisch aangepast. Ondanks vele pogingen en initiatieven om alsnog de samenwerking te formaliseren liep men structureel weg voor verantwoordelijkheden. Dit leidde tot onduidelijkheden en ergernissen op strategisch, creatief en operationeel vlak.

Transparantie
Tegen afspraken in werkte Initio niet transparant over uren, tarieven, facturatie en inkoop en verhulde naar mij hoge marges over lage afgesproken tarieven te draaien. Dit handelen door Initio heeft het vertrouwen in de samenwerking geschaad.

Derden
Veel partijen hebben me aangesproken op beloften die naar hen zijn gedaan. De rode draad is dat er beloften werden gedaan aan derden, of dat ze met ideeën komen, maar Initio vervolgens zelf tot uitvoering overgaat, of derden inschakelt, notabene concurrenten van partijen zoals Ik moest via appgroep berichten naar derden toe vernemen dat Initio mensen op mijn rol inzette. De manier waarop Initio en heeft behandeld vind ik ronduit schandalig en beschadigend.

Gesloten modus operandi
De gesloten en controlerende stijl van Initio staat haaks op de speelse, open community die van TopDutch een succes maakte en er zelfs als appgroep (terecht niet de personen) de Langmanprijs mee won.

Operationele chaos
Op de vele creatieve campagne-plannen die zijn opgehaald, voorgesteld en geaccodeerd werd ondanks toezeggingen geen opvolging gegeven, terwijl veel aandacht ging naar niet relevante projecten. was regelmatig zonder overleg afwezig. Spinoff projecten uit TopDutch kregen bij Initio voorrang op TopDutch projecten. De diverse rollen werden binnen het bureau niet duidelijk gecommuniceerd wat tot onduidelijkheden leidde. Initio leverde beloofde content niet, haalde eigen deadlines niet, stelde deze eenzijdig uit, leverde zonder overleg geen nieuwe maar de oude website met nieuwe teksten op als haastklus, en er kwam -zonder overleg- geen beloofde groene chemie campagne. De mini-campagne rond Philadelphia mislukte doordat Initio beloofde social-lijsten niet aanleverde en geen toezicht had op de ad-campagne. Er werd niet geleverd.

Boegbeeld
Als geestelijk vader hangt mijn naam aan TopDutch en ben een van de boegbeelden. Begrijpelijk dat ik door derden werd aangesproken op niet nagekomen afspraken, de vertragingen, lage kwaliteit, hoge facturen. Maar ik werd hier buiten gehouden. Ik pas er dan voor om mijn naam aan te verbinden.

Van fun naar hel
Deze opeenstapeling van ellende maakte TopDutch van een supergaaf non-profit project tot een hel. In plaats van kunnen focussen op mijn kracht en rol in strategie, creativiteit, content, socials en community, ging mijn tijd en energie primair naar het ophalen van informatie, bijsturen, herschrijven, discussie en pogingen tot afspraken te komen. In een ultieme poging om afspraken alsnog te formaliseren werd een voorstel gedaan dat haaks stond op de gezamenlijke en gelijkwaardige rolverdeling.

Vertrouwen weg
Dat -en dat berichtte dat er geen consortium is of komt- was voor mij de druppel om het vertrouwen op te zeggen en de afgevaardigden van het kernteam hiervan te informeren. Sindsdien heb ik aangedrongen op gesprekken, mij onthouden van facturatie en elke activiteit, in afwachting van een gesprek en een oplossing.

Attitude
Als je als verantwoordelijke penvoerder zoveel fouten maakt, waardoor personeelsleden weggaan en al je partners het vertrouwen opzeggen, en al je opdrachtgevers je sommeren te gaan leveren, dan verwacht je dat men wel tot inkeer komt, zich redelijker, neutraler en bescheidener opstelt en zelf snel ingrijpt: eindelijk verantwoordelijkheid neemt en afspraken maakt en nakomt. Helaas kwam een tegenovergestelde reactie. Ik ben geconfronteerd met ontwijkend gedrag, hautain gedrag, ongefundeerde verwijten, achterdocht, zwartmakerij, frustratie en vertraging van het proces en verdraaiingen naar gelang het maar uitkomt. Ook derden zijn hierin meegenomen en dat is schadelijk.

Afscheid
Na het gesprek met gisteren heb ik er geen vertrouwen in dat deze houding zal veranderen. Met zo iemand wil ik niet werken. Op basis van het biased voorstel dat afwijkt van de afspraken heb ik geen vertrouwen in een goede samenwerking. Op basis van wat is verteld waar men mee bezig is heb ik er ook geen vertrouwen in gekregen dat Initio in staat is van TopDutch weer die enthousiaste community te maken. Ik zie Initio niet die TopDutch kwaliteit leveren, deadlines niet halen maar er wel publiek geld doorheen jagen. Daar wil ik niet aan verbonden zijn. Dus ik blijf bij mijn keuze van juli om het vertrouwen op te zeggen en afstand te nemen.

Eerlijk gezegd: ik voel me genaaid. Ik heb een gave trein uitgevonden en op stoom gebracht, Initio heeft het stuur overgenomen, laat de boel ontsporen en ik krijg een valse schop na. Ik verwijt mezelf dat ik te goed van vertrouwen ben geweest. Daar is misbruik van gemaakt.

Afhandeling
Dit betekent dat de samenwerking met Initio definitief eindigt. En dat vergt een professionele en nette afhandeling. Ik zie van de penvoerder graag een serieus en chique voorstel tegemoet hoe om te gaan met de situatie dat er samen is ingeschreven en gewonnen en er nu een afscheid ontstaat.

Schenking
Om een aantijging van financiële drijfveren op voorhand te weerleggen: TopDutch is nooit en zal nooit een financiële overweging voor mij zijn. De vergoeding die ik voor mijn TopDutch inzet heb verkregen is ingezet en gereserveerd voor activiteiten voor de regio en stille schenkingen zoals bvb de Tesla autootjes aan ziekenhuizen. Een suggestie: het zou de penvoerder sieren het dubbele bedrag hiervan te schenken aan een goed doel in overleg.

Rectificatie
Ik verwacht van Initio dat ze foutieve claims en publicaties over hun rol bij de totstandkoming van TopDutch zsm in overleg expliciet rectificeert, en alle ongefundeerde aantijgingen intrekt.

Intellectueel eigendom
Met de provincie Groningen zal ik een afspraak maken over de overdracht van mijn intellectuele eigendommen van TopDutch. Ben helemaal voor een herenakkoord, en ben er positief over dat iedereen zich als een heer zal gedragen.

Nieuwe community
Richting de provincies zal ik ook een suggestie meegeven: evalueer dit project grondig met alle betrokkenen en vraag het publiek met gave nieuwe plannen te komen. Misschien kunnen zij van TopDutch weer een feestje maken, ik zou dat fantastisch vinden. Laat het vooral opener zijn en door creatieve enthousiaste ondernemers gestuurd.

Communicatie
Het lijkt me wenselijk af te stemmen wat naar buiten wordt gecommuniceerd, ik zit er niet op te wachten weer te worden verrast met publicaties, en onjuistheden.

[redacted] ik wil jou en [redacted] bedanken voor jullie poging tot hulp en ga er van uit dat je dit integraal aan Patrick terugkoppelt.

Ben uiteraard altijd bereikbaar voor toelichting en overleg en wens iedereen wijsheid.

Ontzettend jammer dat het zo loopt. Ik blijf me inzetten voor de regio. Gave campagnes zullen blijven komen :)

groet, [redacted]

Op 29 nov. 2018, om 16:07 heeft [redacted] <[redacted]nl> het volgende geschreven:

Hoi [redacted]
Dank voor je inzet gisteren en vandaag voor het bij elkaar brengen van partijen.
Inhoudelijk mijn overwegingen:
Situatie
[redacted] is onderdeel van de aanbesteding voor TopDutch die vorig jaar door penvoerder Initio is gedaan. Ondanks dat er geen intentieverklaring was (zoals in de aanbieding staat beschreven) met [redacted] was ik wel positief verrast met de gunning aan het consortium Initio / [redacted] / [redacted] / [redacted]
In januari 2018 heeft [redacted] de eerste campagne uitgevoerd voor TopDutch die onder deze aanbesteding viel. Het is goed om aan het werk te zijn, maar het werd ook duidelijk dat deze manier van organiseren niet goed past. Op basis en aandringen van [redacted] hebben er hierdoor afspraken plaats gevonden. Er is gesproken over de rol van [redacted] hoe kunnen we de kwaliteit van de campagnes verbeteren en hoe kunnen we TopDutch verder brengen.
Hierover zijn verschillende afspraken geweest, met [redacted] en [redacted] Allen afgevaardigd namens TopDutch. Hier zijn verschillende afspraken gemaakt over de rol van [redacted] hoe we samen werken en wie waar verantwoordelijk is.
Aangezien mij berichten bereikte dat er buiten [redacted] om partijen ingeschakeld werden voor online campagnes, heb ik geëscaleerd naar [redacted] in juni. Daarbij aangegeven dat indien er op korte termijn geen afspraken worden gemaakt, [redacted] afhaakt. [redacted] schrok hiervan en op 10/7 overleg gehad met [redacted] Direct na afloop zijn de besproken punten samengevat en als voorstel op de mail gezet richting [redacted] heeft het voorstel getoetst bij KS en op basis daarvan zijn er 16/7 enkele aanpassingen gedaan/toevoegingen geweest. Daarna toezegging gekregen van [redacted] dat het voorstel van [redacted] ingebracht zou worden in kernteamoverleg. Na afloop van kernteamoverleg heb ik van [redacted] te horen gekregen dat het behandeld is in het kernteamoverleg en dat het is afgeschoten.
Na afloop van het KTO kreeg ik echter vanuit verschillende bronnen de mededeling dat mijn voorstel echter niet besproken was, dat onderdelen van de rol van [redacted] die besproken was op 10/7 met [redacted] nu opeens (notabene door [redacted] voorgesteld) door een concurrent uitgevoerd moet gaan worden. Op basis van deze informatie die door vier onafhankelijke bronnen werd bevestigd heb ik in een uiterste poging [redacted] in gelegenheid gesteld om voor het eind van de week tot een schriftelijke afspraak te komen. Hierbij is ook aangegeven dat er en duidelijke deadline ligt van 20/7.
[redacted] heeft aangegeven bezig te zijn met de voorbereidingen van vakantie en pas met een reactie komt na zijn vakantie.
Al met al was de stand van zaken op dat moment als volgt:

- [redacted] was geen partij bij TopDutch
- mondelinge afspraken werden consequent door Initio niet nagekomen
- ondanks verwoede pogingen [redacted] waren er nog steeds geen schriftelijke afspraken
- concurrenten van [redacted] werden ingezet voor werkzaamheden (zowel inscope als outscope)
- van de – tot dan toe – uitgegeven +/- 400.000 euro heeft [redacted] 7.500 euro in rekening gebracht (+2.500 euro adwords budget)
- er was geen zicht of beweging tot het maken van concrete afspraken of het betrekken van [redacted] bij TopDutch

Dit heeft ervoor gezorgd dat [redacted] op 20/7 het vertrouwen in Initio heeft opgezegd als penvoerder van het consortium.
Nu het vertrouwen ontbreekt, is er gekeken of het vertrouwen terug kan komen. Dit hebben we de afgelopen maanden verkend. Er zijn gesprekken geweest met opdrachtgever, [redacted] SZ/NP/Initio, [redacted]
Na afloop van de verkenning en de voorliggende documenten / voorstel constateer ik het volgende:

- er ligt een organisatiemodel wat als vertrekpunt wantrouwen heeft en daarmee ontzettend veel potentiele problemen kan opleveren
- het vertrouwen is nog ver te zoeken. Er worden herhaaldelijk beschuldigingen geuit zonder deze te funderen.
- Er is geen transparantie over de financiën, tarieven, kosten, etc.
- Er wordt geredeneerd, geïnterpreteerd naar belang Initio, niet naar consortium / TopDutch
- Er grote vraagtekens zijn bij het resultaat en de kwaliteit

Al met al voor [redacted] reden om ook hierbij het vertrek uit het consortium te herbevestigen.

Ik wil uitdrukkelijk benadrukken dat ik zowel [redacted] als jou wil bedanken voor jullie onafhankelijke opstelling en constructieve bijdrage. Ik heb dit zeer gewaardeerd.

Voor de goede meld ik je ook dat ik de Provincie Fryslan op de hoogte zal stellen, alsmede [redacted] en [redacted] Zoals afgesproken koppel jij het terug aan Patrick Brouns.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Directeur

M. [redacted]
T. [redacted]
[redacted]

[redacted]

Van: [redacted] <[redacted]
Verzonden: donderdag 29 november 2018 13:05
Aan: [redacted] initio.nl
CC: [redacted] dganext.nl
Onderwerp: Startdocument
Allen,
Bijgaand Het startdocument. Met inachtneming van de huidige stand van zaken van het project, de projectorganisatie alsmede de opdrachtnemer. Dit document is de hoofdlijn tot stand gekomen na overleg met gedeputeerde P. Brouns op 11 oktober jl., geïnitieerd na het besluit van [redacted] en [redacted] om "niet verder te gaan met [redacted] wat betekende dat voornoemde personen "zich terug hebben getrokken" uit het consortium.
Aan dit document/deze voorgestelde werkwijze kan getuned worden, echter op hoofdlijnen is dit de werkwijze. [redacted] is nu bezig om te kijken wel budget hij op de creatieve team kan plakken, dit weten we uiterlijk volgende week.
Ik verzoek jullie op/aanmerkingen zo snel mogelijk schriftelijk aan te leveren. Indien jullie niet met dit startdocument uit de voeten kunnen, ergo niet op deze wijze willen/kunnen werken dan hoor ik dat graag.
Bij voorbaat dank.

[redacted]

DISCLAIMER / ATTENTION:
The information in this electronic mail message is private and confidential, and only intended for the addressee. Should you receive this message by mistake, you are hereby notified that any disclosure, reproduction, distribution or use of this message is strictly prohibited. Please inform the sender by reply transmission and delete the message without copying or opening it. Messages and attachments are scanned for all viruses known. If this message contains password-protected attachments, the files have NOT been scanned for viruses by the ERCEBE mail domain. Always scan attachments before opening.

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Date : 30-6-2017 17:38:00
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Fwd: Toezending Statenstuk 2017-806 Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie van Noord-Nederland
Attachment : 2017-806 (26-3.4-2017001882)-mb Lampe Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland.pdf;ATT00001.htm;

Ter info. Vanmiddag uitgegaan. Nadat de uitvraag op kalender is geplaatst.

Groet [redacted]

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
> **Datum:** 30 juni 2017 16:07:58 CEST
> **Aan:** [redacted] <[redacted] drentsparlement.nl>, [redacted] <[redacted] drenthe.nl>, [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
> **Onderwerp: Toezending Statenstuk 2017-806 Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie van Noord-Nederland**
>
> Bij deze
>
> Met vriendelijke groet,
> [redacted]
>
> Telefoonnummer (0592[redacted])

provincie Drenthe

Statenstuk 2017-806

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) 36 [redacted] e-mail [redacted] drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord-Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord-Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagne gaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjarenvisie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten.
De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet, onder voorbehoud van goedkeuring van uw Staten.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1. Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. *Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.*
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het Ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA (Invest in Holland). Deze campagne is niet bedoeld om één-op-één bedrijven naar Noord-Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. *Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel.*
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het Noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobbyinspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. *Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.*
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. *Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.*
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. *De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.*

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017.
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020.

Financiën

Het bedrag van € 400.000,-- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

Ter inzage in kamer C0.39

Assen, 30 juni 2017
Kenmerk: 26/3.4/2017001882

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter
mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit 2017-806-1

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van 30 juni 2017 , kenmerk 26/3.4/2017001882;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

Date : 20-9-2018 17:26:22
From : "Erik Bos" [redacted] **drenthe.nl**
To : "[redacted] **drenthe.nl, "Henk Brink"** [redacted] **drenthe.nl, "**[redacted] **drenthe.nl**
Subject : Fwd: Top Dutch
Attachment : image001.png;image002.png;image003.png;image004.png;image005.png;image006.png;

Ik heb vanmorgen overleg gehad met [redacted]
Onderstaand de reactie

Tot morgen

Erik

Begin doorgestuurd bericht:

Van: [redacted] <[redacted] nom.nl>
Datum: 20 september 2018 om 16:18:53 CEST
Aan: '[redacted] drenthe.nl" <[redacted] drenthe.nl>
Kopie: [redacted] @nom.nl>, [redacted] <[redacted] nom.nl>
Onderwerp: Top Dutch

Erik,

Ik begrijp dat er morgen een status-meeting is met Initio over TopDutch. Van onze kant wil ik graag laten weten dat ook ik niet helemaal tevreden ben met de voortgang in de campagne. Ter illustratie:

- De eerste paar maanden is er in de voortgangsbesprekingen heel veel tijd besteed aan allerlei randzaken en feestjes. De campagnes kwamen we vaak niet aan toe omdat die achter op de agenda stonden. Ook was er nog steeds (veel te) veel focus op Tesla, terwijl de afspraak was te focussen op de campagnes. Dat is inmiddels wel opgelost.
- Op de vrijdag voor de campagne heb ik nog geschoven in mijn agenda om te besluiten Salesforce te gebruiken om traffic op de website te meten. Daar is toen een go-ahead voor gegeven en het is nog niet geïmplementeerd.
- De campagnes komen relatief langzaam op gang terwijl er heel veel materiaal was. Voor Chemport was dat bijvoorbeeld allemaal al klaar en voor AgroFood/Dairy zijn ook de meeste spullen er wel.
- Een week of drie geleden hebben we trouwens veel materiaal voor AgroFood/Dairy opgestuurd met de vraag of dat voldoende was of dat er aanvullend materiaal nodig was. Vorige week bleek dat er nog niets mee gedaan was.

In het algemeen denk ik dat, zoals zo vaak, dingen langzamer op gang komen dan je zou hopen. Daarbij kwam dat er in het team in aanvang een aantal mensen zaten die moeite hadden met focus op de campagnes en dat recent het hele team met het nodige rumoer op de kop is gegaan. Ik denk dat [redacted] er veel aan gedaan heeft om een en ander in goede banen te leiden. Volgens mij moeten we verder op de ingeslagen weg: focus op de campagnes en proposities. Overigens kwam er ook nog een vraag bij ons over het aantal leads dat de campagne tot nu toe heeft opgeleverd. We kunnen daar nog niets over zeggen. Ik heb wel het gevoel dat we meer aandacht hebben in Den Haag!

Met vriendelijke groet,

[redacted]

N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland
T [redacted]
M [redacted]
E [redacted] @nom.nl

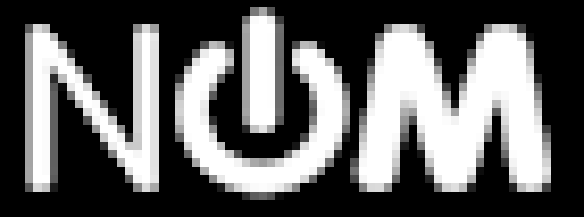
Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
Lees ons NOMMER magazine!

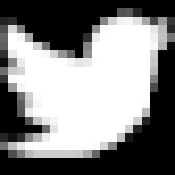
ONDERNEMINGEN DOEN GROEIEN

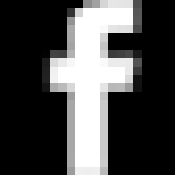
www.nom.nl

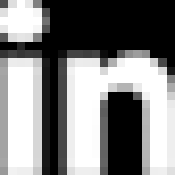
De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.


NOM
ONDERNEMINGEN
DOEN GROEIEN


NOM








You
Tube

Date : 10-11-2017 18:57:18
From : "Henk Brink" [redacted] **drenthe.nl**
To : "Erik Bos" [redacted] **drenthe.nl, "** [redacted] **drenthe.nl, "** [redacted] **"** [redacted] **@drenthe.nl**
Subject : Fwd: Verslag gesprek vanmiddag

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** "Rouwe, Sander de" <[redacted] fryslan.frl>
> **Datum:** 10 november 2017 17:02:31 CET
> **Aan:** Henk Brink <[redacted] drenthe.nl>, [redacted] provinciegroningen.nl" <[redacted] provinciegroningen.nl>
> **Onderwerp: Verslag gesprek vanmiddag**
>
> Nogmaals de mail met verslag van vanmorgen. Nu met goede mail adres van Patrick.
>
> Met vriendelijke groet,
>
> Sander de Rouwe
>
> [redacted]
> Tel.: 058-[redacted]
> [redacted] @fryslan.frl
> Twitter: #sanderderouwe
>
> Tweebaksmarkt 52 (bezoekersadres)
> Postbus 20120, 8900 HM
> Leeuwarden
> www.fryslan.frl
>
> Op 10 nov. 2017 om 16:54 heeft Rouwe, Sander de <[redacted] fryslan.frl> het volgende geschreven:
>
> > Hoi Henk en Patrick,
> >
> > Fijn dat we even de lijnen konden bespreken voor vervolg TopDutch (TD). Dit hebben we afgesproken:
> >
> > - Voor de komende 2 jaar worden 6 campagnes door TD gedraaid. Drie daarvan gaan we nu benoemen waarbij elke provincie 1 "themarecht" heeft en dus inbrengt. Over de andere 3 nemen we nu nog geen besluit. Is nu ook niet nodig en geeft ruimte voor de toekomst. Kenmerk voor keuze / themarecht nu: alle drie moeten er link mee kunnen leggen en het is een sterk thema waar TD ook echt iets mee kan.
> >
> > - We vragen TD om te komen met kostenraming voor het 1e jaar. Hierin zitten de ramingen voor de beoogde 3 campagnes en is ook ruimte voor spontane acties. Daarvan afwijken kan, mits we vooraf daar toestemming voor geven. Er wordt daarnaast verantwoording gegeven over de gemaakte kosten. Gemaakte uren betalen we achteraf. Mochten er stevige out of pocket kosten zijn, dan kan daar op basis van aanvraag eventueel vooraf geld beschikbaar voor worden gesteld.
> >
> > - De aanvraag van [redacted] over logistiek hotspot werkt Drenthe nu met [redacted] uit. We hebben eerder vastgesteld dat dit plan concreter en beter onderbouwd moet worden. Daarna beoordelen we definitief of en voor hoeveel we meedoen. Dit proces staat nu los van TopDutch, maar in de eindbeoordeling kunnen we dit precies beoordelen. Er liggen zeker linken.
> >
> > Verder maken we op korte termijn nog telefonische afspraak voor SNN 3.0. Tenslotte: er wordt een dagdeel gepland met [redacted] en [redacted] en ons drieeen. Mogelijk met ambtelijke ondersteuning. Voor beide neem ik wel het regel-initiatief.
> >
> > Sturen jullie bij akkoord deze mail intern door zodat onze diensten dit vlot afronden?
> >
> > Met vriendelijke groet,
> >
> > Sander de Rouwe

Tel.:
@fryslan.frl
Twitter: #sanderderouwe

Tweebaksmarkt 52 (bezoekersadres)
Postbus 20120, 8900 HM
Leeuwarden
www.fryslan.frl

<< Disclaimer >>

Aan dit bericht kunnen geen rechten worden ontleend.
Provincie Fryslân

Oan dit berjocht kinne gjin rjochten ûntliend wurde.
Provinsje Fryslân

Date : 13-12-2017 23:01:14
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Geaccepteerd: Bijpraten SvZ Topdutch


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 14-2-2019 14:03:19
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Groningen digitale ecosysteem.docx
Attachment : Groningen digitale ecosysteem.docx;ATT00001.txt;

Date : 21-1-2019 21:52:42
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : GS-nota Beantwoording vragen GroenLinks over TopDutch 210119.docx
Attachment : GS-nota Beantwoording vragen GroenLinks over TopDutch 210119.docx;

Hoi [redacted]

Ik heb nog een paar suggesties gedaan. Wil jij hier naar kijken en zullen we dan met de laatste versie erbij even een kop koffie drinken morgen en het dan helemaal klaar maken?

Groeten,
[redacted]

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Voor beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde

Algemene gegevens	
Opsteller	[redacted]
Team	Economie
Datum	donderdag 10 januari 2019
Uiterste behandeldatum in GS: 29 januari 2019 *Toelichting:* Antwoord moet uiterlijk op vrijdag 1 februari 2019 worden verzonden.	

Teammanager
Erik Bos
Paraaf *Bespreken:*

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie

Akkoord portefeuillehouder
Henk Brink

Intern voorbereid met
1. [redacted]
2. [redacted] S&I
3. [redacted]

Akkoord provinciesecretaris
Wim Brenkman

Archivering	
Datum:	*Registratienummer:*
	nr.
	nr.
	nr.

Communicatie
Openbaar: Ja, later. Openbaar vanaf ontvangst brief door vragensteller.
Persbericht: Nee
Bekendmaking: Niet van toepassing

Onderwerp

Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde van de GroenLinks-fractie over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Advies

In te stemmen met de brief aan de GroenLinks-fractie, in afschrift aan de overige Statenleden.

Beslissing GS

Risico's

Politieke gevoeligheid rondom TopDutch. Met de brief wordt open en transparant aangegeven hoe hier vanuit Drenthe mee wordt omgegaan. Beantwoording is afgestemd met de provincies Groningen en Fryslân.

Kanttekeningen vanuit de organisatie

Niet van toepassing.

Aanvullende informatie voor GS

Van de drie provincies heeft alleen Drenthe de middelen via PS beschikbaar gekregen voor TopDutch. Op 27 december 2017 is met het Statenstuk 2016-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' door PS besloten om € 400.000,-- beschikbaar te stellen voor de uitvoering van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder de penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân. In september 2017 en februari 2018 zijn de Drentse statenleden bijgepraat over TopDutch.

~~Tekst openbare besluitenlijst~~

Met opmerkingen [PD1]: Invullen s.v.p.

Tekst openbare besluitenlijst
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen GroenLinks over Top Dutch
Gedeputeerde Staten beantwoorden vragen van de fractie GroenLinks over de recente ontwikkelingen rondom Top Dutch.

Tabel met opmaak

Met opmaak: Lettertype: 10 pt

~~Dubbelklik ***hier*** om het onderdeel Tekst openbare besluitenlijst in te vullen.~~

Met opmerkingen [PD2]: Als op het kopblad bij Openbaar "Ja" of "Ja, later" is ingevuld, vul hier dan altijd een tekst in.

Verzenden

Met opmerkingen [PD3]: Let op dat je, voordat je op de knop Verzenden klikt, Outlook OPEN hebt staan!
Druk op de knop Verzenden om de 'tekst openbare besluitenlijst' te verzenden aan het team COM. Wacht met verzenden tot je er zeker van bent, dat de 'tekst openbare besluitenlijst' volledig is ingevuld. En verstuur deze tekst pas als het gaat om de definitieve versie zoals die naar GS gaat.

Aan:
de heer H.R. Nijmeijer

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, @
Ons kenmerk @
Behandeld door de heer [redacted] (0592) 36[redacted]
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Geachte heer Nijmeijer,

In uw brief van 2 januari 2019 stelde u een aantal vragen over de recente ontwikkelingen rondom TopDutch. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1
Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?

Antwoord 1
~~*Als opdrachtgever sturen wij de hoofdopdrachtnemer Initio, met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben, aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben alleen een afspraak met Initio en niet met de onderaannemers die Initio heeft ingeschakeld.*~~

Medio juli 2018 is ons college door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming tussen de opdrachtnemer en de door de opdrachtnemer ingeschakelde bedrijven. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als penvoerder (en aanbestedende dienst) handelt uit naam van de drie noordelijke provincies.

Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen in het maken van betere afspraken en een constructieve samenwerking voor het vervolg.

De provincie Groningen heeft daarop (in overleg), als penvoerder, het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit is niet eerder dan op 17 oktober 2018 gelukt. Aan Initio is in dat overleg aangegeven, dat de opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd moeten worden.

Vervolgens heeft Initio zelf~~,~~ een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (dhr Alfred Welink, voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de provincie Groningen, namens de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, waarin nogmaals duidelijk is gemaakt welke resultaten worden verwacht. Het is nu aan Initio om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door Initio zijn ingeschakeld geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met Initio te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dat moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst.

Als opdrachtgever sturen wij de hoofdopdrachtnemer Initio, met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben, aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben alleen een afspraak met Initio en niet met de onderaannemers die Initio heeft ingeschakeld.

Met opmerkingen [ ]: Ik denk dat deze plek logischer is en dat dit nog iets anders geformuleerd moet worden. En daarbij nog een zin opnemen over onderaannemers uit Drenthe uiteraard onze voorkeur hebben oid? Zoiets had Fr volgens mij ook opgeschreven!

Vraag 2
Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?

Antwoord 2
Ja, er is inzicht in gegenereerde leads en prospects. In overleg met de NOM worden er vanuit TopDutch in verband met vertrouwelijkheid geen lead-lijsten en mogelijke landingen van internationale bedrijven gecommuniceerd.

Vraag 3
Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?

Antwoord 3
Noord-Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch-campagne ~~wij zeker~~ beschouwen wij als opbrengst en positief resultaat. ~~Noord-Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio.~~ Daarbij moet in acht

worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan bestaan over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties wordt echter ook steeds meer via internet en social media gedaan. Door de frisse vernieuwende "online"-aanpak, is Noord-Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.

~~*In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen die nodig zijn voor de campagnes. Dit zien wij ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes, en de branding-projecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basisconcept voor de TopDutch branding-campagne.*~~

De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de mediawaarde is in de bijlage opgenomen.

In de opdrachtgunning staat aangegeven dat het doel is het realiseren van succesvolle proposities die lelden tot de vestiging van grote internationale ondernemingen in Noord-Nederland. We verwachten dat de campagnes minimaal 10 potentieel succesvolle leads oplevert.
~~*Inmiddels hebben zich een aantal bedrijven gemeld door de inspanningen van TopDutch.*~~

Met opmerkingen [ ]: Stond hier nog iets bij over 5 jaar na de campagne oid???

*Hierbij dient te worden opgemerkt dat de~~Do~~ internationale acquisitie van bedrijven ~~is~~ een langdurig proces is. In sommige gevallen wordt pas na tien jaar een definitief besluit genomen. Deze marketing-inspanning (TopDutch) ~~met budget~~ geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en "landingen" kan dan ook moeilijk worden gelegd. De uitdrukking "onbekend maakt onbemind" gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketing-inspanning en i~~
Inmiddels hebben zich een aantal bedrijven gemeld door de inspanningen van TopDutch.

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen die nodig zijn voor de campagnes. Dit zien wij ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes, en de branding-projecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basisconcept voor de TopDutch branding-campagne.

Met opmerkingen [ ]: Eigenlijk voegt dit niet veel toe en geeft het ook geen antwoord op de vraag. Misschien gewoon verwijderen?

Vraag 4

Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Antwoord 4
Nee, wij zien geen noodzaak om bij te sturen. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet vinden, zullen wij wel met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de opdracht. Met de brief van 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, duidelijk aangegeven welke resultaten worden verwacht.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris , voorzitter

Bijlage:
- Resultaten TopDutch

Bijlage RESULTATEN

Opbrengsten TopDutch Tesla campagnes

	Hi Tesla (2017)	Are You TopDutch? (2017)	Electrify (2018)
Algemeen			
Eye-balls	2.802.243	1.346.462	1.678.080
Unieke website be-zoekers	10.640	9.858	9.690
Mediawaarde	600k – 800k	200 – 250k	
Social targeting			
Linkedin	4.369 sessies 4.401 unieke gebruikers 75 unieke Tesla VP's		41.504 vertoningen 493 unieke gebruikers
Twitter	1.558 vertoningen 32 unieke Tesla VP's		452.695 vertoningen 1.486 unieke gebruikers
Instagram		58.076 vertoningen 542 unieke gebruikers	122.292 vertoningen 564 unieke gebruikers
Facebook		85.266 vertoningen 2.329 unieke gebruikers 146 directe aanmeldingen	140.748 vertoningen 8.370 unieke gebruikers
Youtube interacties	15.900 vertoningen	7.747 vertoningen	12.322 vertoningen
Overig:		3.341 aanmeldingen	181 x gebeld 28 ingesproken voicemails 34 ingevulde formulieren

Beurs Philadelphia: social ondersteuning op twitter (in 3 dagen)

Algemeen	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
Social targeting	
Twitter	- 479 link-clicks - 266 likes - 150 retweets - 83 nieuwe volgers

Volgers social media kanalen december 2018

	Volgers	Likes
Facebook	622	602
Twitter	3.405	2.147
Linkedin	281	-
Instagram	561	-

LEAD GENERATIE.

In overleg met de NOM en in afstemming met het kernteam worden er vanuit Top-Dutch geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

Date : 12-7-2019 11:21:40
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : H&L science verhaallijnen
Attachment : image001.png;image002.jpg;image003.png;image004.jpg;

Life Sciences & Health

1. **Future of Health (juli)**
2. **What is Ageing? (juli)**
3. Personalised health care (aug/sept)
4. **LSH ecosystem (juli)**
5. Medical toolkit (aug/sept)

Maand houdt in: opleverdatum verhaallijnen. Er komen dus 5 verhaallijnen.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

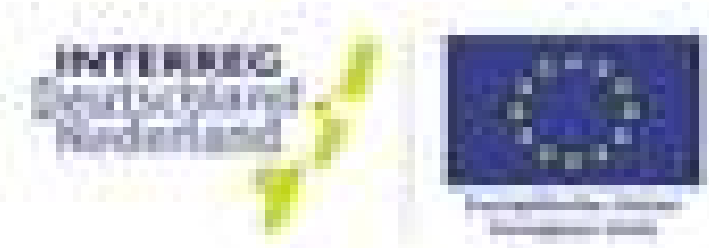
Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl

Life Sciences & Health

1. **Future of Health (juli)**
2. **What is Ageing? (juli)**
3. Personalised health care (aug/sept)
4. **LSH ecosystem (juli)**
5. Medical toolkit (aug/sept)


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 14-9-2017 11:26:02
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : http://www.topdutchfestival.eu/
Attachment : image001.png;image002.png;image003.png;image004.jpg;

Ik meld me meten maar aan

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Coördinatie [redacted]

provincie Drenthe

Postbus 122, 9400 AC | Assen | T (0592) [redacted] | M [redacted]
@[redacted]
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe






IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 1-9-2017 14:50:15
From : "[redacted]@provinciegroningen.nl
To : "Brouns P.H.R." [redacted]provinciegroningen.nl, "[redacted]fryslan.nl"" [redacted]fryslan.nl, "Henk Brink" [redacted]drenthe.nl, "[redacted]drenthe.nl, "[redacted]fryslan.frl" [redacted]fryslan.frl, "[redacted]drenthe.nl, "[redacted]@snn.eu, "[redacted]provinciegroningen.nl, "[redacted]drenthe.nl, "[redacted]fryslan.frl"" [redacted]fryslan.frl
Subject : Informatie tbv beoordeling pitches campagne branding noord nederland 7 sept. as.
Attachment : BEOORDELING DEFINITIEF 4.xlsx;beoordelingssystematiek Pitches.docx;image001.png;

Goedemiddag allen,

Aanstaande donderdag 7 september van 10.00 uur tot 12.30 uur komen wij bij elkaar voor de pitches die gehouden worden door de toegelaten inschrijvers.
De agenda is als volgt:

10.00-10.30: informatie over het beoordelingsproces
10.30-10.50: Pitch 1
10.50-11.10: omsteltijd
11.10-11.30: Pitch 2
11.30-12.30: bespreken individuele scores, bepalen gemiddelde score én bepalen eindscore

Er zijn twee inschrijvers die een pitch zullen houden, 10.2g Zij zijn beide door de eerste fases van beoordeling gekomen. Een overzicht van deze beoordeling is bijgevoegd in het excelldocument BEOORDELING DEFINITIEF 10.2g [redacted]. De scores op de pitches zullen hier aan worden toegevoegd waarna de eindscore duidelijk zal zijn.

De beoordelingssystematiek t.b.v. de pitches is ook bijgevoegd. Bij de start van de bijeenkomst zal nadere toelichting worden gegeven over het beoordelingsproces.

Bijgevoegde gegevens zijn commercieel vertrouwelijk.

Bij vragen en/of opmerkingen vooraf kunnen jullie mij bereiken via onderstaande gegevens.

Alvast fijn weekend en tot volgende week.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

[redacted]
www.provinciegroningen.nl

provincie groningen

De informatie verzonden met dit bericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Gebruik van deze informatie door anderen dan de geadresseerde is verboden. Openbaarmaking, vermenigvuldiging, verspreiding en/of verstrekking van deze informatie aan derden is niet toegestaan. Het is mogelijk dat tijdens het transport van dit bericht fouten zijn ontstaan zodat het bericht onjuist is overgekomen. Hiervoor kunnen wij geen aansprakelijkheid aanvaarden. Alleen het uiteindelijke papieren document, van de Provincie Groningen of een ander overheidsorgaan, is bindend. Wij adviseren u om bij twijfel over de juistheid of volledigheid contact met ons op te nemen. Zie voor algemene informatie ook onze website www.provinciegroningen.nl

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/



provincie
groningen

Date : 28-2-2019 12:47:51
From : "[redacted]drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : IoT en Agro Drenthe
Attachment : PO18032801Bidboekje N Nederland lr.pdf;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Met vriendelijke groet,

[redacted]

[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted]drenthe.nl

Date : 31-10-2017 12:44:00
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl
Cc : "Rouwe, Sander de" [redacted] fryslan.frl, "[redacted] fryslan.frl
Subject : Juiste versie Opdrachtverlening TopDutch reactie Frl
Attachment : Opdrachtverlening TopDutch reactie Frl 31-10.docx;image003.jpg;

Per ongeluk de vorige versie te vroeg verzonden, hierbij juiste versie.

Goedemiddag,

Bijgevoegd onze reactie op het document t.b.v. de aansturing van de TopDutch Campagne.
Onze wijzigingen en toevoegingen zijn geel gearceerd opgenomen in het document wat door Drenthe is aangevuld.
Ons aller doel is om de opdracht aan de voorkant zo goed en compleet mogelijk te beschrijven, om vooraf zoveel mogelijkheid duidelijkheid te hebben over de uitvoering en de beheersing van de campagne en acquisitie.
Vanuit dat perspectief moet er nog aandacht worden besteed aan de beschrijving/bepaling van de volgende aspecten:

1. Wat zijn de afspraken en wat is de werkwijze op het moment dat de campagne leidt tot geïnteresseerde ondernemingen (leads) ?
   Gaan we dan net zoals nu bij leads in concurrentie (niet echt TopDutch…) of maken we daar afspraken over.
   Wat is de positie van de NOM, naar provincies en gemeenten en op welke wijze voeren zij het acquisitieproces uit ?
2. Doelstelling/resultaat is om een aantal internationale bedrijven naar Noord Nederland te halen.
   We weten dat je niet kunt afdwingen in welke provincie de bedrijven gaan landen, maar het is o.i. vooraf wenselijk om gezamenlijk te streven naar een zo evenredig mogelijk aantal landingen per provincie.
   De 2000 arbeidsplaatsen als gevolg van de campagne blijft een doelstelling op Noordelijke schaal.
3. Toevoeging/aanvulling op de onderwerpen: Water*technologie*, ICT/*Financial services, High Tech Systems/* RoSF.
4. Onderwerpen moeten dieper uitgewerkt worden in Noordelijke acquisitieprofielen, prioriteit voor de 1e 3 geplande onderwerpen: vergroening chemie, watertechnologie en medtech/lifesciences.
5. Planning en Mijlpalen moeten (op hoofdlijnen) worden beschreven.
6. 1e bevoorschotting baseren op planning en kostenraming van opdrachtnemer.

Bovenstaande onderwerpen moeten o.i. in het document zijn beschreven alvorens de EZ gedeputeerden de opdrachtverlening vast kunnen stellen.
Morgenochtend kunnen we dit verder bespreken.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
provinsje fryslân
provincie fryslân
058 [redacted]
06 [redacted]
[redacted] fryslan.frl
Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.nl

<< Disclaimer >>

Aan dit bericht kunnen geen rechten worden ontleend.
Provincie Fryslân

Oan dit berjocht kinne gjin rjochten ûntliend wurde.
Provinsje Fryslân

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het samenwerkingsverband Initio DBK uit Groningen (penvoerder en opdrachtnemer), Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drenthe heeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit samenwerkingsverband worden gegund. Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

Met opmerkingen [ ]: Penvoerder is hier bedoeld als de partij die als aanspreekpunt optreedt en de communicatie over het project voert ?

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing
- Wat zijn de afspraken en wat is de werkwijze op het moment dat de campagne leidt tot geïnteresseerde ondernemingen (leads)

Strategie

- Van campagne naar internationaal merk
- Bindend element in de internationale profilering en acquisitie van NNL naar internationale bedrijven
- Doelgroepen (internationale/regionale bedrijven, EZ/NFIA, Publiek enz)
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL

Doelstellingen & Resultaten

- Bedrijven aan TopDutch laten denken voordat ze vestigingsplannen hebben
- Bedrijven om TopDutch laten vragen als ze contact hebben met NFIA
- TopDutch als vestigingsregio beter in beeld bij NFIA en actief gepromoot door NFIA
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL
- Het binnen 2 jaar verwerven van een aantal grote internationale ondernemingen naar Noord-Nederland. Niet afdwingbaar maar wel het streven is een evenredige verdeling van “landingen” over de drie Noordelijke provincies.
- Binnen vijf jaar na de campagnestart zijn hierdoor 2000 nieuwe arbeidsplaatsen gecreëerd

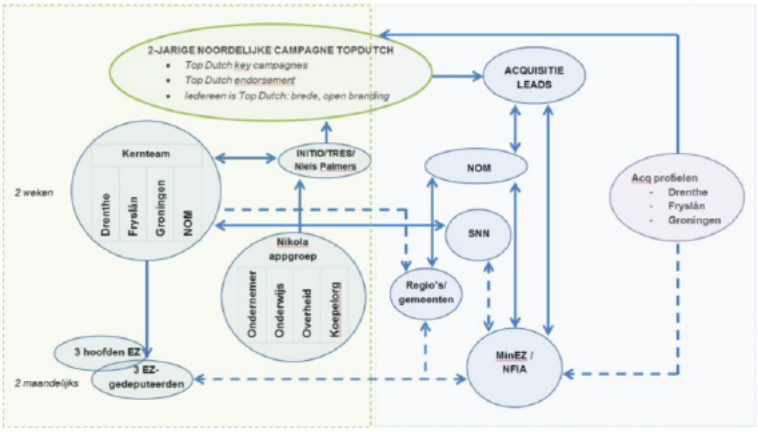
Aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën, planning en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Deze leden vormen de opdrachtgeversgroep die ook alle facturen en de rapportages accordeert.

Het kernteam belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (NOM), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Huneman (Groningen). Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Organisatie en speelveld

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom Topdutch en het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden. In het linkerdeel staat de organisatiestructuur rondom Topdutch weergegeven en in het rechterdeel de structuur ten aanzien van leads/acquisitie gekoppeld aan Topdutch.



De deelnemers van het kernteam zijn de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd.

Leads die ontstaan als gevolg van de campagne worden besproken in het kernteam.
De spelregels over de acquisitie en opvolging van leads zullen nog door het kernteam worden opgesteld.

Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whatsapp groepen, met daarbij een brede hoofd whatsapp groep en thematische deelgroepen.

Keuze onderwerpen

In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland, gericht op 2 á 3 onderwerpen per jaar. Hierbij gaat het om de volgende onderwerpen:

- Vergroening chemie / Circulaire economie
- Water(technologie)
- Medtech / Life science
- Agri / Dairy
- ICT / Financial services
- High Tech Systems/ RoSF
- Vrijetijdseconomie
- (Logistiek -> zie voorstel VNO-NCW)

Deze onderwerpen zijn op basis van verschillende marktcriteria tot stand gekomen, namelijk de omvang en economische betekenis van de betreffende doelgroep, de ontwikkelfase waarin een doelgroep of cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in de betreffende doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit is een goede onderbouwing verkregen van de échte marktkansen per doelgroep en een prioritering hiervan. Deze aspecten zijn/worden beschreven in Noordelijke acquisitieprofielen, die mede als input dienen voor de opdrachtverstrekking acquisitie aan de NOM en de opdrachtnemer Initio/Tres/Palmers.

Voorstel is om het eerste jaar van de campagne te richten op de onderwerpen die al goed rijp zijn en waar acquisitieprofielen voor zijn opgesteld (zie bijlage 1). Voor het eerste jaar gaat het om 1) vergroening chemie, 2) watertechnologie en 3) medtech / life sciences. Voor het tweede jaar zullen de overige onderwerpen aan bod komen.

Planning en mijlpalen

<Nog te beschrijven>

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies. Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor Topdutch.
- Besluit om Initio een 1e voorschot van € 300.000,- te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Voorwaarde is het overleggen van een projectplanning inclusief kostenraming. Verdere bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

Met opmerkingen [2]: In het lijstje zijn sectoren, clusters en economische domeinen opgenomen. Vraagt nog een discussie waarvoor een campagne moet worden gevoerd en hoe je de bedrijven wilt bereiken. Wellicht het verschil tussen profilering en acquisitie ? Profileren als regio van groene chemie en circulaire economie... Maar dat is wat anders dan een doelgroep voor de acquisitie ?

Met opmerkingen [ ]: We gaan voor de campagne een aparte opdracht verstrekken aan de NOM of maakt dit onderdeel uit van de acquisitiedoelstelling 2018 ?

Bijlage ACQUISITIEPROFIELEN

CHEMIE/BBE

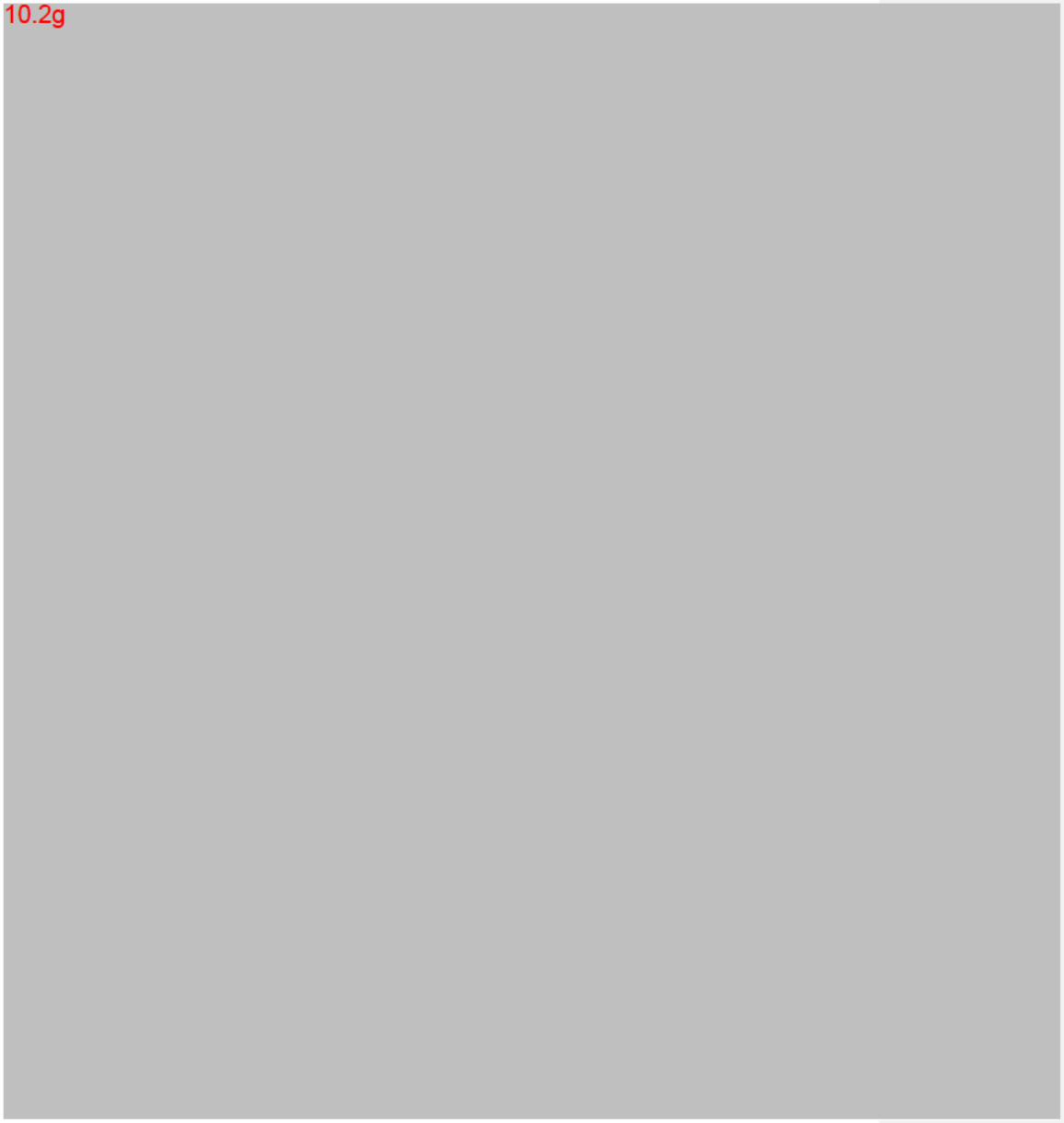




Het acquisitie-perspectief van Chemie / BBE beoordeeld


10.2g

MEDTECH / LIFE-SCIENCES



Het acquisitie-perspectief van Medtech / Life Sciences beoordeeld



provinsje fryslân
provincie fryslân

Date : 11-2-2019 9:30:23
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : medtech nom
Attachment : Topdutch Medtech.docx;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Met vriendelijke groet,

[redacted]

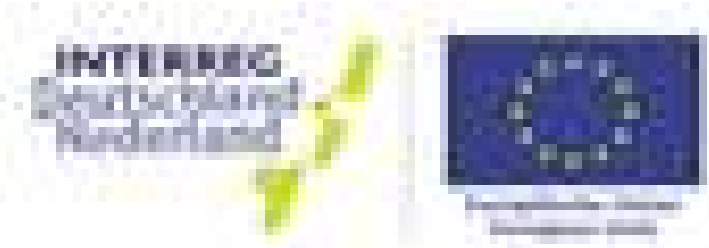
[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 19-4-2017 16:38:51
From : " [redacted]
To : "Erik Bos" [redacted] **drenthe.nl**
Cc : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : MEMO acq profielen en strategie 190417.docx
Attachment : MEMO acq profielen en strategie 190417.docx;image001.jpg;

Ha Erik,

Hierbij een aanpak om te komen tot acquisitieprofielen en -strategie voor Drenthe.

Dit ter bespreking voor a.s. vrijdag.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

MEMO

Aan : Erik Bos
Van : [redacted] & [redacted]
Datum : 19 april 2017
Onderwerp : Acquisitieprofielen en -strategie

Drents acquisitieprofiel
Het Drents acquisitieprofiel moet aangeven wat Drenthe te bieden heeft op het gebied van (internationale) acquisitie en hoe dit beter voor het voetlicht kan worden gebracht. Ook dient het profiel nadrukkelijk een bouwsteen te zijn voor de te ontwikkelen Noordelijke acquisitiestrategie en de economische profilering en marketing. Daarnaast moet het aansluiten op lopende regionale acquisitie-initiatieven zoals in de Regio Groningen-Assen en de plannen voor gezamenlijke acquisitie Vierkant voor Werk.

Basis is er al
Vorig jaar maart hebben wij een eerste Drents acquisitieprofiel laten opstellen door Arcusplus. De thematrekkers zijn hierbij betrokken geweest. In deze eerste stap heeft Arcusplus, op basis van al beschikbare bronnen, rapportages en eigen expertise, de propositie van Drenthe in kaart gebracht:

- Wat is de echte kracht van het vestigingsklimaat?
- Welke subregio's (rondom Vierkant voor Werk, Groningen-Assen, Meppel e.o.) en sectoren zijn sterk en onderscheidend binnen Nederland en daarbuiten?
- Welke locaties en infrastructuur kan Drenthe bieden, nu en op termijn?
- Wat zijn de relevante opleidings- en/of onderzoeksinstituten en hoe werkt de Triple Helix samen? Welke bedrijven en 'leader firms' maken deel uit van de aanwezige clusters?

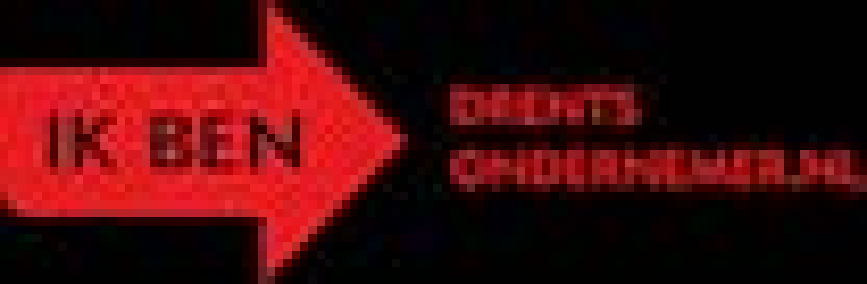
10.2g [redacted]

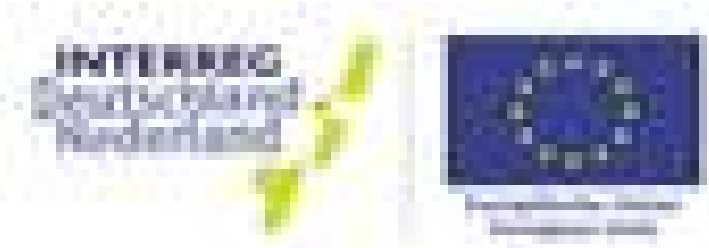
Lopende initiatieven
Er zijn al diverse initiatieven op het gebied van acquisitie in Drenthe:

- Regio Groningen-Assen / NOM: propositie medtech met focus op Health Hub
- Chemport / NOM: propositie vergroening chemie met focus op de chemische clusters in Emmen en Delfzijl.
- Dryport Emmen-Coevorden: propositie internationale logistieke hotspot voor weg- en spoortransport in de regio Emmen-Coevorden.
- Port of Zwolle: propositie Port of Zwolle, met havens in Zwolle, Kampen en Meppel.
- GAE: propositie voorterrein vliegveld + gebiedsontwikkeling GAE met logistieke hub rondom Flora Holland

Daarnaast zijn er nog diverse beleidsinitiatieven/projecten die invloed hebben op acquisitie:


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 14-12-2017 11:45:47
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Memo POHO SvZ TD Economie.docx
Attachment : Memo POHO SvZ TD Economie.docx;

Memo POHO Economie	provincie Drenthe
Gedeputeerde	Henk Brink
Afschrift	Mike Hacking, Erik Bos
Datum	13-12-2017
Poho datum	13-12-2017
Opsteller	
Afgestemd met	
Onderwerp	Stand van zaken Topdutch
Doel memo	☐ Ter discussie ☒ Ter informatie ☐ Ter besluitvorming
Bijlage	
Naar GS	nee

Inleiding
Bijna een jaar ~~zijn we nu bezig met~~loopt de campagne Topdutch. Eerst ingezet om Tesla naar het noorden te verleiden, deze specifieke campagne loopt begin 2018 af. Eind 2017 hebben Gr, Fr en Dr opdracht verleend aan Initio om ~~en sinds de zomer verbreed naar~~ een brede campagne te ontwikkelen om Noord-Nederland als vestigingslocatie voor internationale bedrijven op de kaart ~~te zetten. Op 16 november heeft Initio de opdrachtbevestiging á 1,2 miljoen ontvangen voor de branding campagne Noord-Nederland voor een periode van twee jaar.~~ De strategie is:

- Van campagne naar internationaal merk;
- Bindend element in de internationale profilering en acquisitie van NNL naar internationale bedrijven;
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement; TopDutch is iedereen in NNL

In een tweewekelijkse kernteambijeenkomst wordt de voortgang en planning van lopende initiatieven besproken. In deze memo de laatste stand van zaken.

Lopende zaken/initiatieven

- *Electrify*
  Inventarisatie onder MKB gedaan naar behoefte Tesla's + zonnepanelen. De resultaten worden aangeboden aan Tesla via billboards. Vraag uitgezet bij marketingbureau in Palo Alto. Op Quora staat wekelijkse reisroute van Elon Musk. Daar gericht billboards op inzetten: *Dear Mister Elon, we want to buy solarpanels / Tesla's!* 00800 TOPDUTCH wereldwijd vastgelegd. Press 1 for Elon Musk. Artikel in lokale krant in Silicon Valley. Genereert veel landelijke aandacht. Electrify is tegelijkertijd afsluiter van de Tesla campagne.
  Planning januari 2018

- Branddesign
  Overall concept- en campagneontwikkeling. Alle thema's zijn met elkaar verbonden, van groene chemie tot digitalisering en transport&logistiek. Er komt een algemene campagne website waarin de overall btanddesign zichtbaar is.

  Planning: loopt, op korte termijn terugkoppeling mbt inzet uren + middelen

- *Campagnes 2018: Groene Chemie, Agri/Dairy en Transport&Logistiek*
  - Groene Chemie: interviews, separate appgroep opzetten, planning Q1/18.
  - Agri/Dairy: interviews, planning Q2-Q3/18
  - Transport & Logistiek: interviews, planning Q4/18
  Voorstel VNO-NCW: Wachten nu op prov. Friesland mbt uitvoeren onderzoek.

- *Aansluiten bedrijfsleven bij brede campagne Topdutch*
  De Tesla-campagne is vanuit ondernemerschap geïnitieerd, daarna zijn bestuurders aangesloten. Wens is om nu (breder) bedrijfsleven aan te sluiten - juist om betrokkenheid optimaal

Met opmerkingen [1]: Is eigenlijk rijp en groen. Je kan het lijstje van kernteam in de bijlage opnemen en ernaar verwijzen. Hier zou ik dan de highlights opnemen of de vraagpunten

Met opmerkingen [2]: Ik zou even onderschied maken tussen oud/tesla en nieuw

Met opmerkingen [3]: Mss in tabel? In oogopslag overzichtelijk

te benutten. Ondernemers aanbieden om mee te liften op branding Top Dutch - ook plannen toelichten. Ook betrokkenheid van VNO-NCW vergroten.
Planning: 10/1/2018 Nieuwjaarsbijeenkomst Noord-Nederland in Martini Plaza- dan 5 min. pitch met Hesla op podium!

- *Interviewrondes*
  Namen en rugnummers, 1e week januari aanleveren. & willen graag spreken met betrokkenen, die van belang zijn voor totaalconcept.
  - NFIA
  - MinEZ (Noord)
  - GAE
  - RUG

  Voor Drenthe o.a.
  - Emmtech
  - Dutch Tech Zone
  - VPB
  - Port of Zwolle
  - Marketing Groningen/Friesland/Drenthe

  Planning Q1/18
  -> Welke stakeholders wil jij nog meegenomen hebben?

- *TopDeutsch*
  Duitsland vindt Topdutch interessant. Mocht Tesla naar Noord-NL komt willen Duitsers graag aanhaken op Topdutch. Wat is er in het grensgebied mogelijk ten aanzien van een gezamenlijke propositie: Topdeutsch? Afspraak met Minister EZ Niedersachsen / EDR
  Evt. inzetten voor Duitse chemiebedrijven? Afspraak met
  Planning afspraak Q1/18

- *Top DutcH2 Hesla*
  Aan Holthausen vragen of er een Hesla in Topdutch gewrapt kan worden. Auto kan door noordelijke gedeputeerden ingezet worden als men naar Den Haag afreist.
  Ook inzetten op nieuwjaarsbijeenkomst op 10/1. Bellen met Max voor inzetten Hesla.
  Planning Q1/18

- *Brexit*
  Grote publiekscampagne draaien. Economisch asiel voor Britse ondernemers. In UK campagne draaien: *Hier in Topdutch kan je zaken doen!* Brexit is wereldnieuws, dus campagne Topdutch valt op. Koppeling zoeken met GAE. Ook kijken naar mogelijkheden inkomend toerisme.

- *Make it in the North*
  van Make it in the North is aangeschoven bij het kernteam om nadrukkelijk de koppeling te zoeken met Topdutch. Make it in the North zet in op het aantrekken van talent uit het buitenland. Talent is een belangrijke vestigingsvoorwaarden voor (internationale) bedrijven. Er komt een grote kick-off
  Planning Q1/18

-

Vervolgstappen (aanpak/uitvoering)
1e kwartaal zal strategie en uitvoering economische profilering Drenthe gereed zijn. Dit is in nauwe samenhang met Topdutch ontwikkeld. Je wordt hier nog apart over ~~geinformeerd~~geïnformeerd.

Date : 14-2-2019 14:13:37
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl

To do:
•Noordelijk Digitaal Ecosysteem in kaart brengen: lijst van [redacted] aanvullen (per Provincie)
•Talent aanbod in kaart brengen: lijst met kennisinstellingen, opleidingen, afstudeerrichtingen, aantallen studenten per richting/jaar (per Provincie)
•Facts & figures in kaart brengen: rapportages/benchmarks/studies opvragen en delen
•Financieringsmogelijkheden in kaart brengen: publiek/privaat
•Verhaallijnen ontwikkelen: bedrijven/innovaties/ontwikkelingen
•Interviewlijst aanvullen

Nadenken over:
•Doelgroep voor campagne
•3 bedrijven om 'binnen te halen' (per Provincie)

Campagne key stories: TopDutch Digital solutions for Global Challenges
1.Cybersecurity
2.Big data: predictability / safety / health
3.Data Centers: MicroDataCenters / Astron / Research Centre / AI
4.Disruptive technologies with a disruptive impact on societies: AI (ethiek), BlockChain (vertrouwen), 5G
5.Disruptive technologies with a disruptive approach/positioning
6.Talent / RUG/ spin-offs
7.(serious) gaming

Interviewlijst:
[redacted]

Vervolgafspraken:
•To do's en 'gedachten' delen voor 15 februari
•Vervolgafspraak: 6 maart 09.30 – 11.00 bij de NOM (Paterswoldseweg 810, 9728 BM, Groningen)

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Date : 14-2-2019 14:46:10
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Attachment : image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

https://investinholland.com/industries/information-technology/

https://investinholland.com/nfia_media/2015/04/NFIA_InformationTechnology_Brochure2016.FINAL_.WW_.pdf

https://investinholland.com/nfia_media/2018/04/NFIA-Cyber-Security-Brochure.pdf

Met vriendelijke groet,

[redacted]

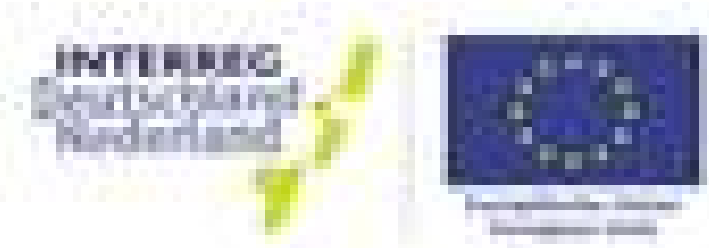
[redacted]
Coördinatie Grensoverschrijdend Ondernemen Duitsland
[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 15-11-2017 11:32:36
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Nationale Watertechnologie Week 2018 > input
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hoi allemaal,

Zie de oproep voor input voor de nationale watertechnologie week 2018:
https://wateralliance.nl/nationale-watertechnologie-week-2018/

Idee om daar vanuit Drenthe waterstoftechnologie te pluggen (met Resato)?
Of het aan te grijpen vanuit TopDutch? (bredere branding dan alleen Friesland ;))

En [redacted] is het iets om het grondwatermonitoring experiment met DIDI LoRaWAN te delen? (past bij thema 4)

Nationale Watertechnologie Week 2018

Wat zijn interessante thema's voor de themasessies? Laat het ons weten!

De Nationale Watertechnologie Week 2018 vindt plaats van 13 tot en met 15 maart 2018. NWP, Water Alliance en ENVAQUA organiseren op deze data inspirerende themasessies parallel aan de Aqua Nederland Vakbeurs in Gorinchem. De vakbeurs is jaarlijks dé Nationale watertechnologiebeurs met meer dan 300 exposanten en bijna 10.000 bezoekers.
De organiserende partners van de Nationale Watertechnologie Week, zijn al druk bezig met de programmering van een aantal thematische sessies. Om een zo interessant mogelijk programma te kunnen vaststellen, ontvangen wij graag jullie input. Laat ons daarom weten welke thema's u graag wilt terugzien tijdens de Nationale Watertechnologie Week 2018.

- Welke van deze thema's wilt u graag terug zien in 2018?

1. Water uitdagingen in de circulaire economie
2. Klimaat adaptatie en de gevolgen voor asset management
3. Nieuwe zuiveringsuitdagingen in de water- en industriële sector
4. De onbegrensde mogelijkheden van sensoren & big data
5. Anders, graag uw suggestie

- Wat zijn uw vraagstukken en ambities op deze thema's?
- Wat zijn wat u betreft de nationale iconen op het gebied van de thema's die u graag op het podium zou willen terugzien?
- Welke innovaties heeft u op de stand en wilt u deze met publiek delen door middel van een tour of pitch?

Wij zijn op zoek naar uw ideeën! Heeft u suggesties voor onderwerpen die binnen de genoemde thema's passen en is uw klant c.q. eindgebruiker bereid daarover een presentatie te houden? Vul dan hier het reactieformulier in en stuur uw voorstel **vóór 20 november 2017** naar ons toe.
Ga voor meer informatie naar de site van de Nationale Watertechnologieweek 2018!

Met vriendelijke groeten,

[redacted]
Public Affairs - Innovatie

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 31-10-2017 12:20:34
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl
Cc : "Rouwe, Sander de"[redacted] fryslan.frl, "[redacted] fryslan.frl
Subject : Opdrachtverlening TopDutch reactie Frl
Attachment : Opdrachtverlening eh (005) (002).docx;

Goedemiddag,

Bijgevoegd onze reactie op het document t.b.v. de aansturing van de TopDutch Campagne.
Onze wijzigingen en toevoegingen zijn geel gearceerd opgenomen in het document wat door Drenthe is aangevuld.
Ons aller doel is om de opdracht aan de voorkant zo goed en compleet mogelijk te beschrijven, om zoveel mogelijk duidelijkheid te krijgen voor de uitvoering en de beheersing van de campagne en acquisitie.
Vanuit dat perspectief moet er samengevat nog aandacht worden besteed aan de beschrijving/bepaling van de volgende aspecten:

1. Wat zijn de afspraken en wat is de werkwijze op het moment dat de campagne leidt tot geïnteresseerde ondernemingen (leads)

<< Disclaimer >>

Aan dit bericht kunnen geen rechten worden ontleend.
Provincie Fryslân

Oan dit berjocht kinne gjin rjochten ûntliend wurde.
Provinsje Fryslân

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het samenwerkingsverband Initio DBK uit Groningen (penvoerder en opdrachtnemer), Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drenthe heeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit samenwerkingsverband worden gegund. Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing
- Wat zijn de afspraken en wat is de werkwijze op het moment dat de campagne leidt tot geïnteresseerde ondernemingen (leads)

Strategie

- Van campagne naar internationaal merk
- Bindend element in de internationale profilering en acquisitie van NNL naar internationale bedrijven
- Doelgroepen (internationale/regionale bedrijven, EZ/NFIA, Publiek enz)
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL

Doelstellingen & Resultaten

- Bedrijven aan TopDutch laten denken voordat ze vestigingsplannen hebben
- Bedrijven om TopDutch laten vragen als ze contact hebben met NFIA
- TopDutch als vestigingsregio beter in beeld bij NFIA en actief gepromoot door NFIA
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL
- Het binnen 2 jaar verwerven van een aantal grote internationale ondernemingen naar Noord-Nederland. Niet afdwingbaar maar wel het streven is een evenredige verdeling van "landingen" over de drie Noordelijke provincies.
- Binnen vijf jaar na de campagnestart zijn hierdoor 2000 nieuwe arbeidsplaatsen gecreëerd

Met opmaak: Links: 2,5 cm, Rechts: 2,5 cm, Boven: 1,7 cm, Onder: 1,7 cm, Afstand van koptekst tot rand: 1,25 cm, Afstand van voettekst tot rand: 1,25 cm

Met opmerkingen [ ]: Penvoerder is hier bedoeld als de partij die als aanspreekpunt optreedt en de communicatie over het project voert ?

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Inspringing: Links: 1,27 cm, Geen opsommingstekens of nummering

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Lijstalinea, Met opsommingstekens + Niveau: 1 + Uitgelijnd op: 0,63 cm + Inspringen op: 1,27 cm

Met opmaak: Afstand Na: 10 pt, Regelafstand: Meerdere 1,15 rg, Met opsommingstekens + Niveau: 1 + Uitgelijnd op: 0,63 cm + Inspringen op: 1,27 cm

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Tekstkleur: Auto, Markeren

Met opmaak: Inspringing: Links: 0,63 cm, Geen opsommingstekens of nummering

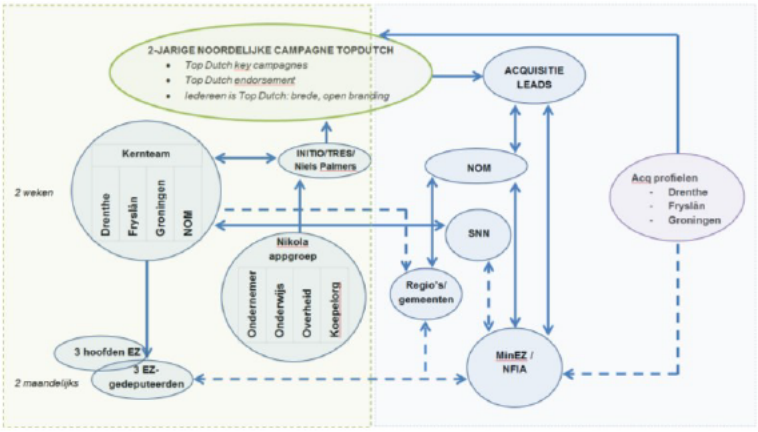
Aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën, planning en ~~-en~~ inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Deze leden vormen de opdrachtgeversgroep die ook alle facturen en de rapportages accordeert.

Het kernteam belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (NOM), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Huneman (Groningen). Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Organisatie en speelveld

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom Topdutch en het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden. In het linkerdeel staat de organisatiestructuur rondom Topdutch weergegeven en in het rechterdeel de structuur ten aanzien van leads/acquisitie gekoppeld aan Topdutch.



De deelnemers van het kernteam zijn de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd.

Leads die ontstaan als gevolg van de campagne worden besproken in het kernteam.
De spelregels over de acquisitie en opvolging van leads zullen nog door het kernteam worden opgesteld.

Met opmaak: Markeren

Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whatsapp groepen, met daarbij een brede hoofd whatsapp groep en thematische deelgroepen.

Keuze onderwerpen

In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland, gericht op 2 á 3 onderwerpen per jaar. Hierbij gaat het om de volgende onderwerpen:

- Vergroening chemie / Circulaire economie
- Water(technologie)
- Medtech / Life science
- Agri / Dairy
- ICT / Financial services
- High Tech Systems/ RoSF
- Vrijetijdseconomie
- (Logistiek -> zie voorstel VNO-NCW)

Deze onderwerpen zijn op basis van verschillende marktcriteria tot stand gekomen, namelijk de omvang en economische betekenis van de betreffende doelgroep, de ontwikkelfase waarin een doelgroep of cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in de betreffende doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit is een goede onderbouwing verkregen van de échte marktkansen per doelgroep en een prioritering hiervan.

Deze aspecten zijn/worden beschreven ~~Op basis hiervan zijn~~ in Noordelijke acquisitieprofielen ~~opgesteld/in de maak~~, die mede als input dienen voor de opdrachtverstrekking acquisitie aan de NOM en de opdrachtnemer Initio/Tres/Palmers.

Voorstel is om het eerste jaar van de campagne te richten op de onderwerpen ~~thema's~~ die al goed rijp zijn en waar acquisitieprofielen voor zijn opgesteld (zie bijlage 1). Voor het eerste jaar gaat het om 1) vergroening chemie, 2) watertechnologie en 3) medtech / life sciences. Voor het tweede jaar zullen de overige onderwerpen aan bod komen.

Planning en mijlpalen

<Nog te beschrijven>

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies ~~(Als een andere provincie deze rol graag wil overnemen is dat natuurlijk mogelijk)~~. Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor Topdutch.

Met opmerkingen [2]: In het lijstje zijn sectoren, clusters en economische domeinen opgenomen. Vraagt nog een discussie waarvoor een campagne moet worden gevoerd en hoe je de bedrijven wilt bereiken. Wellicht het verschil tussen profilering en acquisitie ? Profileren als regio van groene chemie en circulaire economie... Maar dat is wat anders dan een doelgroep voor de acquisitie ?

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Onderstrepen, Markeren

Met opmaak: Markeren

Met opmerkingen [3]: We gaan voor de campagne een aparte opdracht verstrekken aan de NOM of maakt dit onderdeel uit van de acquisitiedoelstelling 2018 ?

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Markeren

Met opmaak: Markeren

- Besluit om Initio een 1e voorschot van € 300.000,- te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Voorwaarde is het overleggen van een projectplanning inclusief kostenraming. Verdere bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

Met opmaak: Superscript

Met opmaak: Markeren

Date : 19-10-2017 11:29:53
From : "provinciegroningen.nl
To : "drenthe.nl, "fryslan.frl" fryslan.frl, "@provinciegroningen.nl
Subject : Opdrachtverlening
Attachment : Opdrachtverlening.docx;

Dame Heren
Wil dit als basis gebruiken, hebben jullie aanvullingen/opm.?
Schrijf na de FO's de GS Nota en de opdrachtbrief aan initio
Vr gr

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het bedrijf INITIO heeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit bureau worden gegund. Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing

Aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Dit kernteam belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (NOM), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Huneman (Groningen). Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Organisatie

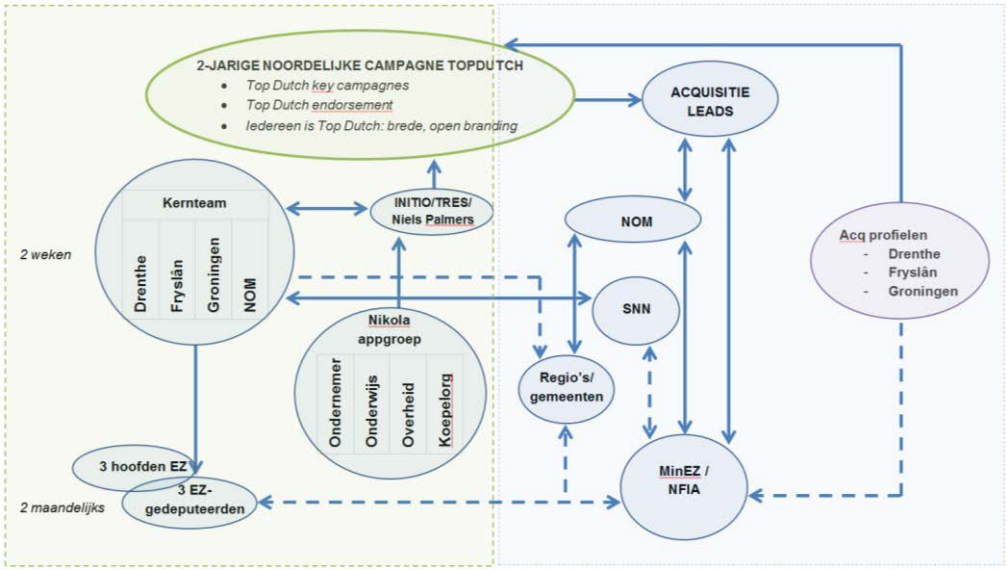
In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland. Als mogelijke campagne onderwerpen zijn genoemd:

- Vergroening chemie / Circulaire economie
- Water
- Medtech / Life science
- Agri / Dairy

- ICT
- Vrijetijds economie

Het kernteam zal hiervoor voorstellen doen richting de EZ gedeputeerden, campagnes worden pas gestart na goedkeuring van deze bestuurders.

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden



De deelnemers van het kernteam zijn voor hun eigen organisatie de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd. Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whats app groepen.

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies (Als een andere provincie deze rol graag wil overnemen is dat natuurlijk mogelijk).Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor Topdutch.
- Besluit om Initio een voorschot van € 300.000,- te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Verdere bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

Date : 20-12-2018 10:14:16
From : "[redacted] topdutch.com
To : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] fryslan.fri, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] nom.nl, "[redacted] nom.nl, [redacted] " [redacted] @nom.nl, "[redacted] nom.nl
Cc : "[redacted] initio.nl
Subject : Opties inzet campagne budget

Hi kernteam,

Zoals jullie weten is er binnen de nieuwe budgetverdeling een totaal van 487.500,- gereserveerd voor de campagnes.
Hiervan is al 122.000,- ingezet. Voor de huidge chemie campagne zetten wij ongeveer 60.000,- in.

Voor de verdere inzet van het budget, leg ik graag de volgende twee voorstellen aan jullie voor – zoals gister gepresenteerd.

Voorstel 1 heeft onze voorkeur. Zo kunnen we namelijk alle thema's (sectoren) uitwerken en presenteren voor TopDutch en de NOM.
Deze thema's kunnen ook allemaal worden meegenomen in de social listening campagne-strategie.
Daarbij is dit voorstel ook conform aanbesteding (4 – 6 campagnes), met een totaal van 5 campagnes (inclusief Electrify) in deze twee jaren TopDutch.

Voorstel 1 (voorkeur)

- Electrify campagne: 103,5k
- Chemie campagne fase 0 (Q2 / Q3 2018): 19k
- 4 campagnes - compleet: 240k
  - Chemie
  - Agridairy/agrifood
  - Logistiek
  - WaterTech
- 4 thema - key stories: 75k
  - Digital
  - Life Sciences & Health
  - Energy
  - Tech/HTSM
- Social listening & beheer : 50k

Voorstel 2

- Electrify campagne: 103,5k
- Chemie campagne fase 0 (Q2 / Q3 2018): 19k
- 5 thema campagnes - compleet: 300k
  - Chemie
  - Agrifood/dairy
  - Logistiek
  - WaterTech
  - Digital
- 1 thema - key stories : 15k
  - Life Sciences & Health *of* Energy *of* Tech
- Social listening & beheer: 50k

Zullen/kunnen we hier bij het eerstvolgende kernteam-overleg op **16 januari** een besluit over maken?

Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

Date : 11-10-2017 20:31:51
From : "provinciegroningen.nl
To : "growventures.nl" growventures.nl, "initio.nl" initio.nl, "drenthe.nl, "fryslan.frl" fryslan.frl, "Huneman B.D." B.D.Huneman@provinciegroningen.nl
Subject : Overleg topdutch morgen om 9.00 provinciehuis zaal Wierum

Hallo allemaal,
Vorige week hebben en ik om de tafel gezeten om de organisatie van de tweejarige campagne te bespreken. Zaken die we toen besproken hebben zet ik hieronder even op een rij, en kunnen wat mij betreft morgen ook zo als agenda worden benut.

1) Opdrachtverlening
In Drenthe is er bestuurlijk akkoord gegeven voor de inzet van de middelen voor een tweejarige campagne, in Friesland en Groningen moet dit nog. Voor alle drie provincies geldt dat de organisatiestructuur en beschrijving van de werkwijze nog moet worden vastgesteld in de colleges van GS.
Voorstel: werkt de afspraken die we morgen met elkaar maken rondom organisatie en structuur uit in een GS notitie en regelt daarmee eveneens de formele opdrachtverlening van de drie provincies. De notitie wordt door en voor besluitvorming ingediend in resp. Fryslân en Drenthe. De opdracht aan initio zal Daan bestaan uit een relatief eenvoudig standaardcontract en een begeleidende brief waarin we de door ons gewenste werkwijze en governance vastleggen.
Daarnaast is afgesproken dat via de mail Initio op de hoogte brengt van het feit dat de Alcatel termijn vwb de aanbesteding is verlopen en dat er door andere indieners geen bezwaar is aangetekend. Dit betekent dat de opdrachtnemer er vanuit mag gaan dat de opdracht wordt gegund. (Wat mij betreft is dit die mail).
De formele opdrachtbrief namens de drie provincies volgt begin november.

2) governance
A) beslisstructuur, voorstel we gaan werken met een kleine kerngroep bestaande uit vertegenwoordiger(s) opdrachtnemer en en namens opdrachtgevers. In deze groep worden over en weer relevante zaken voorgelegd waar bestuurders van op de hoogte moeten zijn of over moeten beslissen. In eerste instantie zal het de eerste keren gaan over de opdrachtomschrijving de te kiezen thema's en inregelen financiële structuur. Voorstel is deze kerngroep iedere twee weken samen te laten komen. Relevante voorstellen uit deze groep worden uitgewerkt en maandelijks voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.
Nog uitwerken: welke provincie wordt penvoerder, wie wordt eerste aanspreekpunt provincies voor snelle tussendoortjes etc.
wordt contactpersoon voor relatie campagne en opvolgende acquisitie. Morgen een en ander verder bespreken.

B) financiën
Voorstel: maandelijks financiële voortgang bespreken in kerngroep en per kwartaal een overzicht naar EZ gedeputeerdenoverleg

Voorstel voor financiering: opdrachtgever maakt bij opdrachtverlening een voorschot van 25% over en verdere bevoorschotting wordt gedaan afhankelijk van de voortgang.

3) Alle andere zaken die we relevant vinden
Mensen ik heb parkeerplekken voor jullie gereserveerd tot morgen
Vr gr
Verstuurd vanaf mijn iPad

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Date : 30-6-2017 14:05:21
From : "[redacted] provinciegroningen.nl
To : "[redacted] fryslan.frl" [redacted] fryslan.frl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : planning aanbesteding Topdutch
Attachment : image001.jpg;image002.png;

Hallo Allemaal,

Hieronder even de planning voor de aanbesteding die vanmiddag de deur uitgaat.

Publicatie: 30 juni

Sluiting indienen vragen 11 juli

Publicatie nota v inlichtingen 18 juli

Sluiting indienen inschrijvingen 18 augustus voor 12 uur

Beoordeling 21-29 augustus

Consensusbespreking 30 augustus

Pitches 7 september

Voorlopige gunning 8 september

Definitieve gunning 29 september

Als ik onze vakantieplanningen hierover heen leg kom ik tot de volgende conclusies/knelpunten:

Sluiting indienen vragen 11 juli

Publicatie nota v inlichtingen 18 juli

1) Hiervoor kunnen zoals ik het nu zie [redacted] en ik input aanleveren aan inkoop Groningen om ontvangen vragen te beantwoorden

Sluiting indienen inschrijvingen 18 augustus voor 12 uur

Beoordeling 21-29 augustus

Consensusbespreking 30 augustus

Pitches 7 september

2) Hiervoor zouden [redacted] en ik vast voorwerk kunnen doen voor wat betreft het doornemen van de offertes en kunnen [redacted] en ik bij de consensusbespreking op 30 augustus aanwezig zijn en vervolgens een advies voor de gedeputeerden voorbereiden. En kunnen [redacted] en ik aanwezig zijn bij de pitches op 7 september.

Knelpunt: voor [redacted] zal het niet lukken om aanwezig te zijn ten tijde van de beoordeling en de pitches, [redacted] kun jij binnen jullie organisatie kijken wie deze rol van jou over kan nemen (wellicht de communicatieadviseur van Sander of een collega binnen jullie EZ domijn? Volgende week zijn we elkaar bij de NOM dacht ik, zullen we het er dan even over hebben?

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie groningen

Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Postbus 610
9700 AP GRONINGEN
M: +31 [redacted]
email: [redacted] provinciegroningen.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Ons programma Economie en Arbeidsmarkt biedt ondernemers kansen en helpt Groningers aan het werk.
Kijk op www.groningenatwork.com en volg ons op Twitter @Groningenatwork.

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/



provincie
groningen


groningen
@work

Date : 4-3-2019 9:53:40
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl
Subject : Planning Topdutch campagnes
Attachment : TopDutch - Planning 1 maart.pdf;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Hierbij stuur ik jullie een update van de planning Topdutch. Campagne Groene Chemie is aardig op stoom. Eerst volgende campagnes op zeer korte termijn zijn:

1. Agrifood (Afspraak met [redacted] gemaakt dat ik de propositie AgroFood schrijf in samenwerking met de NOM)
2. Digitaal (Hierbij is [redacted] aangehaakt bij ontwikkeling propositie, proces loopt)
3. Logisitiek (Basispropositie in concept ligt er, volgende week is er een werksessie)
4. Health & Life Science (Afspraak gemaakt met [redacted] ik schrijf de propisitie H&L in samenwerking met de NOM)

Belangrijke stappen:

1. We zijn verantwoordelijk voor ons eigen aandeel in de proposities per thema.
2. Op basis van de proposities worden verhaallijnen geschreven en in de campagne weggezet.
3. Streven is om in maart de bovengenoemde proposities online in campagne weg te zetten.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

[redacted]

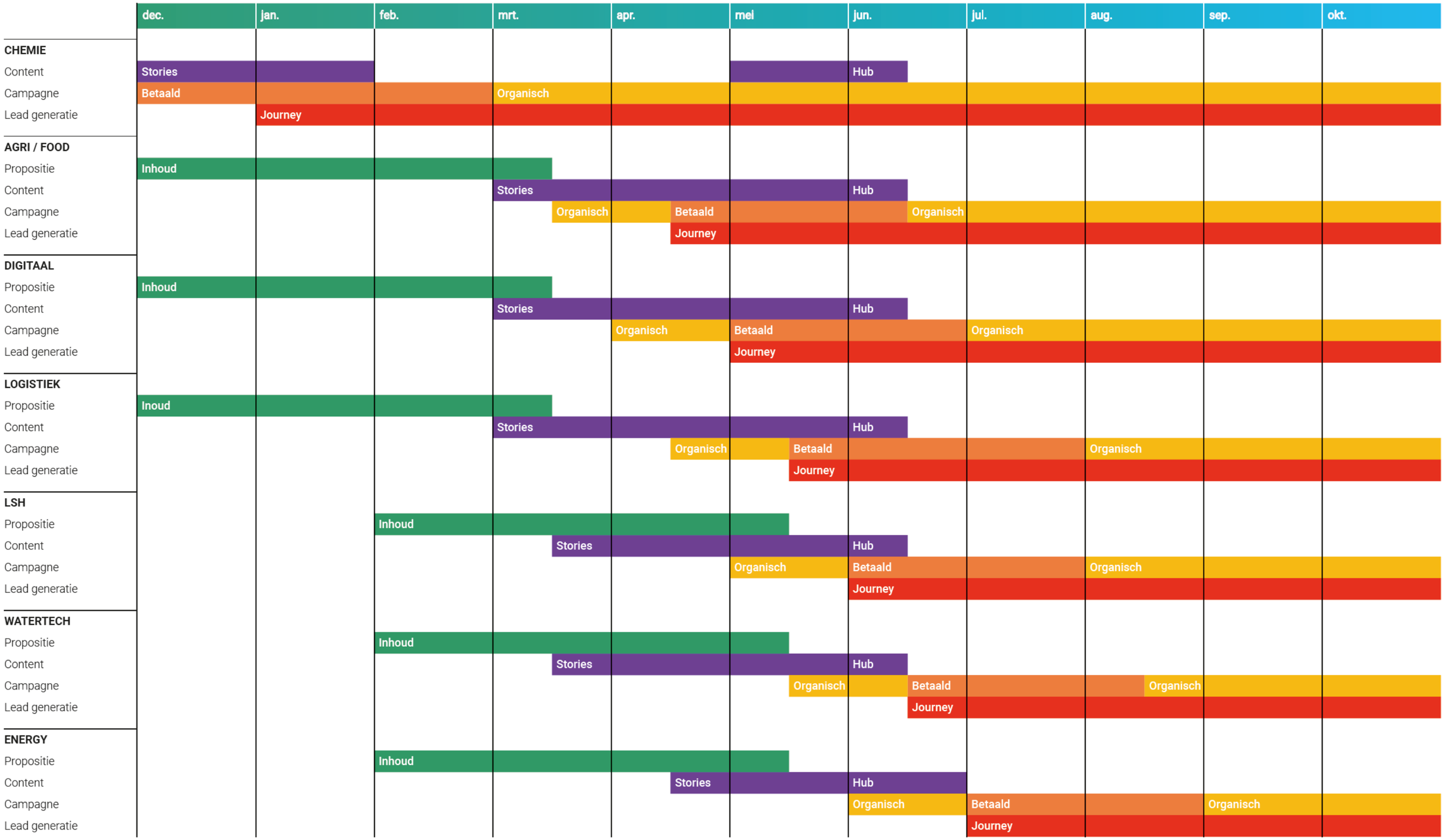
provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl

PLANNING

TOP DUTCH

KEY CAMPAGNES



Stap 0 Propositie: Inhoudelijke sturing campagne, storylines, acquisitiestrategie

Stap 1 Content: Key stories

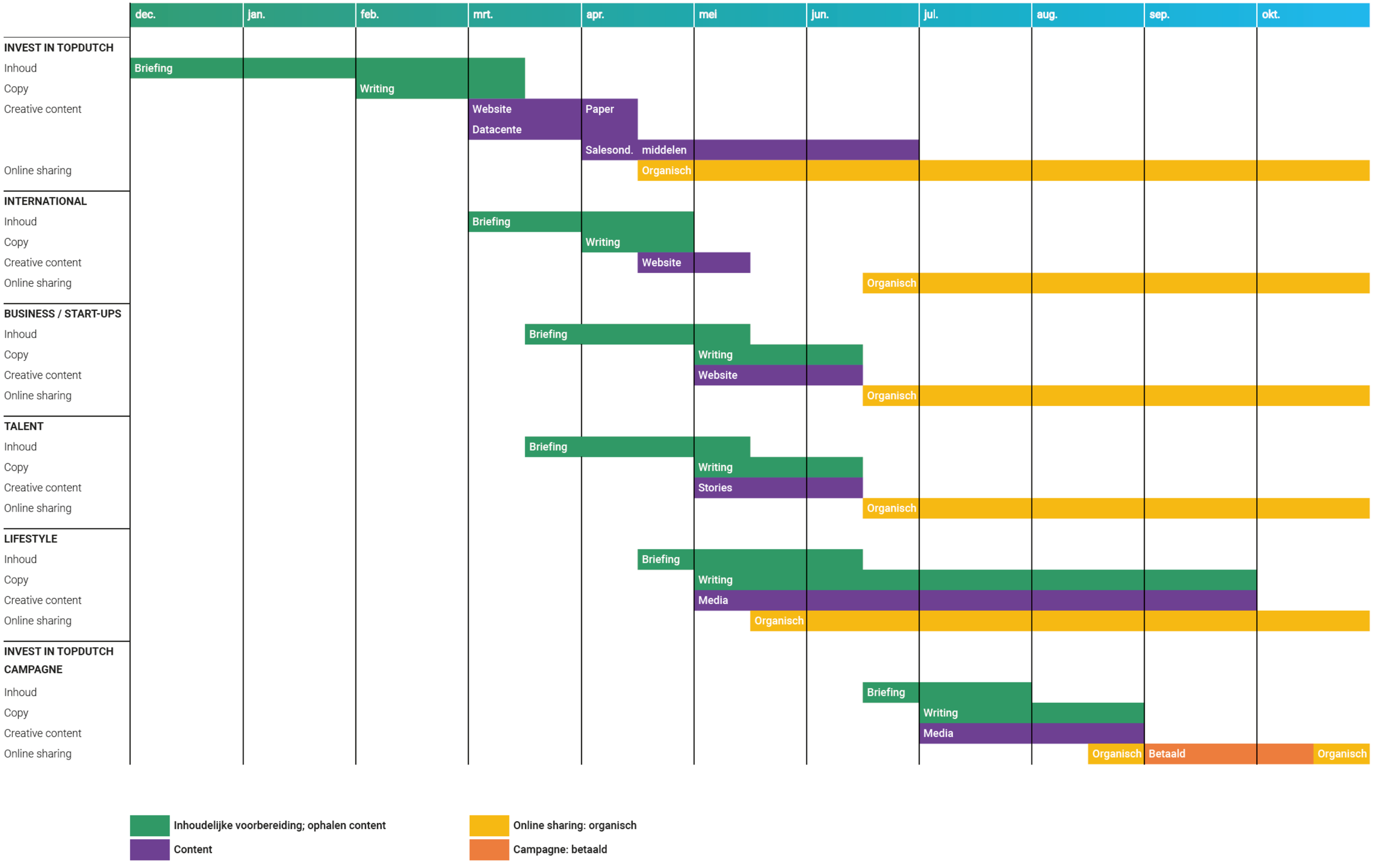
Stap 2 Content: Hub content

Stap 3 Campagne: organisch / social listening

Stap 3 Campagne: betaald

Stap 4 Lead generatie: online journey / lead profiling

TOPDUTCH HUB



SOCIAL KANALEN

	dec.	jan.	feb.	mrt.	apr.	mei	jun.	jul.	aug.	sep.	okt.
TWITTER											
FACEBOOK											
LINKEDIN											
INSTAGRAM											

Campagne: organisch

Campagne: betaald

TECH INFRA


dec.
jan.
feb.
mrt.
apr.
mei
jun.
jul.
aug.
sep.
okt.
WEBSITE - PLATFORM
Website
Platform
WEBSHOP
GOOGLE DATA STUDIO
Marketing Dashboard
Stakeholder Dashboard
SALESFORCE
Social Studio
Pardot Marketing
Pardot Engagement
Sales Cloud
TopDutch: eigen tech infra
TopDutch: gedeelde tech infra

STAKEHOLDER COMMUNICATIE

	dec.	jan.	feb.	mrt.	apr.	mei	jun.	jul.	aug.	sep.	okt.
NFIA NETWERK					Activatie		Journey				
OPTIES											
Overheid						Activatie	Journey				
Bedrijfsleven						Activatie	Journey				
Kennisinstellingen						Activatie	Journey				
Politiek							Activatie Journey				
Start-up ecosysteem							Activatie Journey				
Pers							Activatie Journey				
Studenten									Activatie	Journey	

Stakeholder activatie programma

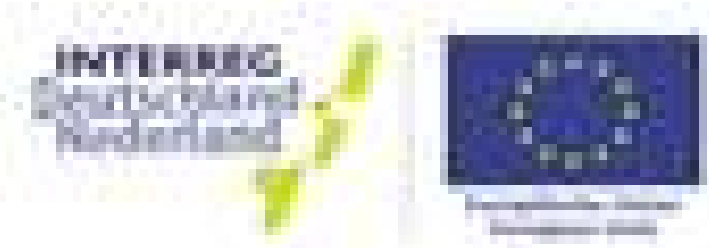
Stakeholder specifieke online journeys

TOPDUTCH

A good place to be great


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland


provincie Drenthe

Date : 1-11-2018 13:24:44
From : " [redacted] **topdutch.com**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Positionering en voortgangsplanning
Attachment : TOPDUTCH POSITIONERING 30 oktober.pdf;TopDutch voortgangsplanning 31-10-2018.xlsx;

Hi [redacted]

Zat de hele tijd in overleggen, maar begreep dat je graag de positionering en voortgangsplanning op de mail wilde hebben.
Zie bijlage.

Bij vragen hoor ik het graag!

Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

TOPDUTCH POSITIONERING

Fundament voor TOPDUTCH brandingscampagnes

TOPDUTCH.com

WAT IS TOPDUTCH?

TOPDUTCH = ECONOMISCHE REGIO

De provincies Fryslân, Groningen en Drenthe nemen onder de naam TopDutch verenigd positie in als economische kracht van Nederland, in een internationaal speelveld.

De combinatie en de onderlinge verbondenheid van de sterke sectoren en het talent in de regio vormen samen de motor van de economie van TopDutch.

Het multiple helix ecosysteem van TopDutch verbindt mensen aan bedrijven, kansen aan uitdagingen en resources aan doelstellingen.

TopDutch stimuleert talent en faciliteert ondernemerschap, leiderschap, groei en transitie op de domeinen vergroening en digitalisering.

TOPDUTCH = VERGROENING, DIGITALISERING EN TALENT

Vergroening en digitalisering zijn de ontwikkelingen waar TopDutch in vooroploopt en internationaal breinpositie heeft. TopDutch is dé plek voor talent en bedrijven met ambitie op deze domeinen.

MISSIE

TopDutch is nationaal en internationaal het gezicht en de spreekbuis - het merk - van de economische regio Noord-Nederland. TopDutch versterkt de economische, acquisitie- en aantrekkingskracht van de regio.

VISIE

TopDutch is een sterke en aantrekkelijke economische regio, vol visionairs, pioniers, aanjagers en ontwikkelaars van de groene en digitale toekomst.
In TopDutch worden groene en digitale oplossingen ontwikkeld voor mondiale uitdagingen. Samen zijn we in staat een belangrijke rol te spelen in de wereld én voor de economie van Nederland.

HOE

TopDutch verbindt regionale ecosystemen en werkt structureel samen met economische, marketing- en communicatie-uitvoeringsorganisaties.
Deze organisaties vormen de kern van het TopDutch ecosysteem en samen creëren ze een optimaal vestigingsklimaat.

TopDutch communiceert eenduidig en opvallend richting internationale doelgroepen, middels brandingscampagnes, social media, salesondersteunend materiaal, events en andere opvallende acties. Zo draagt TopDutch bij aan de opbouw van een toekomstbestendige economie van betekenis.

HOUDING

We werken samen, vanuit passie en enthousiasme, om met plezier onze gezamenlijke ambities te realiseren.

We bouwen betekenisvolle relaties en samenwerkingsverbanden, binnen en tussen sectoren, in binnen- en buitenland. We nodigen uit, faciliteren en stimuleren samenwerking.

We werken vanuit onze persoonlijke betekenis, aan een economie van betekenis.

We zijn trots op wie we zijn, wat we kunnen en wat we te bieden hebben.

We zien kansen en oplossingen waar anderen problemen zien.

MERKBELOFTES

“TopDutch heeft een optimaal vestigingsklimaat voor bedrijven met ambitie op de domeinen vergroening en digitalisering. In TopDutch is alles aanwezig - resources, assets én talent - om als bedrijf groot te kunnen worden.”

Talent

“TopDutch is een fijne regio met een sterke economie, goede infrastructuur, prachtig landschap, leuke mensen en een hoge levenskwaliteit. In TopDutch kun je zelf en met anderen het verschil maken op de domeinen vergroening en digitalisering.”

Regionale ecosystemen en uitvoeringsorganisaties

“TopDutch is het gezamenlijke communicatiekanaal van de regio en maakt effectieve internationale communicatie met doelgroepen mogelijk. TopDutch verbindt ons en is een zeer waardevolle partner voor het versterken van de economie, acquisitie en aantrekkingskracht van de regio.”

Nederland (samenleving, overheid en politiek)

“TopDutch is een belangrijke en sterke economische regio van Nederland en loopt voorop in vergroening en digitalisering. TopDutch maakt ons trots op Nederland en Nederland is trots op TopDutch”

Noord-Nederland (samenleving, overheid en politiek)

“TopDutch is een fijne regio waar we trots op mogen zijn, TopDutch laat dit zien aan de wereld. TopDutch zorgt voor werkgelegenheid en een positief imago van onze regio. Verbondenheid, samenwerking en aantrekkingskracht maken de economie sterker.”

TOPDUTCH.com

TopDutch: Brandingscampagne Noord

Projectnumme	Projectomschrijving
	Campagne basismiddelen
TOP01372	Positionering
TOP01369	Branddesign
TOP01373	Conceptontwikkeling
TOP01374	Overall campagneontwikkeling
TOP01343	Website upgrade
TOP01485	Website platform
TOP01486	Tech Infra
	Key campagnes
TOP01286	Electrify
TOP01441	Vergroening chemie
TOP01487	TopDutch Overall campagne (Q1 2019)
TOP01488	Agri/Dairy (Q1 2019)
TOP01489	Transport en logistiek
TOP01490	Digital
TOP01491	Water
TOP01492	Life Sciences and Health
TOP01493	Energy
TOP01494	Tech
TOP01377	Doorlopend beheer campagnes
	Endorsement
TOP01454	Elsevier
TOP01277	Ecolution film koningsdag
TOP01457	Ecolution Wereldhavendagen

TOP01495	Zonnebrillen-acties
TOP01470	Presentatie Logistics voor China
TOP01378	WTC General Assembly
TOP01371	Open Days Brussel (ovb)
TOP01279	Tesla
TOP01496	Ecolution
TOP01497	Vrachtauto
TOP01375	Solar Team (ovb)
TOP01498	Endorsement-strategie
	Stakeholder management
TOP01499	Top Dutch Talent
TOP01500	Top Dutch IT Traineeships
TOP01501	Innovatie Cluster Drachten / Tech
TOP01502	Exportclubs Noord
TOP01503	Inhoudelijk promo-materiaal
	Iedereen is TopDutch
TOP01369	Logo participanten
TOP01376	Webshop, inclusief online tool, premiums e
	Organisatie
TOP01465	Opmaak vacature internships
TOP01504	Organisatieontwikkeling
TOP01505	Studentenondersteuning interns
TOP01506	Studentenondersteuning projecten
TOP01507	Gedeputeerdenoverleg
TOP01508	Kerngroepoverleg
	Afhandelen
TOP01286	Electrify campagne

d-Nederland 2018-2019

Status
Versturen positioneringsdocument
Presentatie positionering aan kernteam
Presentatie positionering i.c.m. concept aan kernteam en communicatie-afdelingen Provincies
Branddesign ontwikkeling
Presentatie branddesign i.c.m. concept
Concept basis door ontwikkelen in beeld-concept, tone-of-voice, architectuur
Presentatie concept
Aanpak concept doorontwikkeling in campagne-concept
Presentatie campagne-concept i.c.m. concept
Website upgrade uitvoeren
Website upgrade review
Ontwikkeling klikmodel
Review klikmodel, opstart design-fase i.c.m. concept
Review design-concept, start ontwikkeling
Kick-off Salesforce/Google Data Studio met Harvest Digital
Afgerond
Timing en planning afstemmen met Patrick en Reinder
Content-ontwikkeling met team Wilbert Geijtenbeek /creatie, start eerste artikel
Campagne- en contentstrategie afstemmen met Chemport
Campagne-concept
Online strategie ontwikkeling met Harvest Digital
Review eerste content-artikel
Afhankelijk van gekozen strategie en concept
Ter overleg kerngroepoverleg 7 november
Aanleveren propositie (stavaza)
Aanleveren propositie (stavaza)
Aanleveren propositie (stavaza)
Aanleveren propositie (stavaza)
Aanleveren propositie (stavaza)
Aanleveren propositie (stavaza)
Kick-off online growth/social media team
Afgerond
Afgerond
Afgerond

Afgerond
Afgerond
Afgerond
Afgerond
Tesla nieuwe stijl bestickeren bij definitief branddesign
Ecolution nieuwe stijl bestickeren bij definitief branddesign
Afstemming inzet vrachtauto op CDA congres en verder
Contact Solar team over opties
Strategie, planning, voorbereidende gesprekken en kosten allocatie
Afstemmen ontwikkeling Top Dutch vs Top Dutch Talent Platform, voorleggen aan stakeholders
Content formats talent/companies
Afstemmen huisstijl en communicatie met Profileermij na opleveren branddesign
Overleg ICD / TDT
Contact met
Overleg inhoudelijk promo-materiaal
Afgerond
Werksessie provincies
Kick-off webshop bouw en beheer
Afgerond
Intern bespreken / verantwoordelijkheden afspreken

Terugkoppeling studenten / voorstel internship-opdracht en voorwaarden

Projectvoorstel schrijven
Voorbereiden en follow-up gedeputeerdenoverleg
Voorbereiden en follow-up kerngroep-overleg
Afgerond

Actie door	Wie	Deadline actie	Deadline oplevering
Initio		26 oktober	26 oktober
Initio		31 oktober	31 oktober
Initio		14 november	21 november
Initio		14 november	21 november
Initio		14 november	21 november
Initio		14 november	21 november
Initio		14 november	21 november
Initio		5 november	21 november
Initio		14 november	21 november
Initio		26 oktober	2 november
Initio		3 november	7 november
Initio		15 oktober	6 november
Initio		15 oktober	6 november
Initio		19 oktober	26 november
Initio		9 november	10 december
Initio		1 november	2 november
Initio		1 november	13 december
Initio			16 november
Initio			16 november
Initio			13 december
Initio		6 november	9 november
Initio			
Initio		7 november	30 november
Initio		november	5 december
Initio		november	5 december
Initio		november	5 december
Initio		november	5 december
Initio		november	5 december
Initio		november	5 december
Initio		november	

		31 oktober	7 november
		2 november	31 december
		december	31 december
		oktober	
		14 november	21 november
		november	30 november
		1 november	14 januari
		31 oktober	2 november
			9 november

Date : 3-12-2018 10:03:56
From : " **topdutch.com**
To : " **provinciegroningen.nl, "** **fryslan.fri, "** **drenthe.nl, "** **nom.nl, "** **nom.nl, "** **@nom.nl, "** **nom.nl**
Cc : " **initio.nl**
Subject : Presentatie gedeputeerdenoverleg
Attachment : image001.png;

Goedemorgen,

In de WeTransfer link hieronder kun je de presentative voor het gedeputeerdenoverleg downloaden om te bekijken.
Het deel voor de chemie campagne wordt nog uitgebreid.

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From: WeTransfer
Reply-To:
Date: Monday, 3 December 2018 at 10:01
To:
Subject: topdutch.com heeft je bestanden gestuurd via WeTransfer

Image removed by sender.

topdutch.com
heeft je bestanden gestuurd

1 bestand, in totaal 316 MB • Wordt verwijderd op 10 december 2018

Download je bestanden

Bijgaand de presentatie voor vanmiddag. Deel chemie campagne wordt uitgebreid.

Download link
https://wetransfer.com/downloads/68f9f8b6f6850221d698da3294a420e620181203090028/6bf266d4ee195d90838482c58d23c6c920181203090028/f0a4b5

1 bestand

TopDutch - presentatie.key

Voeg noreply@wetransfer.com toe aan je contactpersonen om onze e-mails goed te ontvangen.

Over WeTransfer • Help • Algemene voorwaarden • Deze transfer rapporteren als spam

Download je bestanden

Date : 27-11-2018 11:10:49
From : "Brouns P.H.R." provinciegroningen.nl
To : "@provinciegroningen.nl
Cc : " provinciegroningen.nl, @provinciegroningen.nl, "
@provinciegroningen.nl, @provinciegroningen.nl
Subject : Programma bijeenkomst 16 december FC Groningen - Emmen
Attachment : image001.png;image002.jpg;

Geachte heer, mevrouw,

Vorige week heeft u een uitnodiging ontvangen voor de bijeenkomst op zondag 16 december 2018 FC Groningen - Emmen. Tijdens deze bijeenkomst willen wij u als provincie bijpraten over de laatste ontwikkelingen rondom de vergroening van de chemie. Hoe het programma van zondag 16 december eruit ziet, leest u in de mail.

Chemport Europe
De chemische industrie in Noord-Nederland heeft flinke ambities. Niet alleen de industrie zelf, maar ook de overheden en onderwijsinstellingen. Wij willen groene groei.
Hoe pakken wij dat aan? Groot denken is een voorwaarde voor impact te maken. En het kan nergens beter en sneller dan hier. We hebben de grondstoffen, de energie, het talent en de infrastructuur en het organiserende vermogen. Onderwijsinstellingen, overheden en organisaties werken daarin samen. Dat samenwerken doen we binnen ons ecosysteem Chemport Europe.

Maar waar staan we nu? En hoe kunnen bedrijven hierin meegaan?

Programma zondag 16 december 2018

11.45 uur Inloop
12.00 uur Welkomstwoord door Robbert Klaver - commercieel directeur FC Groningen
12.05 uur Opening door gedeputeerde Patrick Brouns - gedeputeerde Provincie Groningen
12.15 uur Stand van zaken Groningen Airport Eelde,
12:25 uur Introductie Chemport Europe, Reinder Jacobi - programmamanager
12.35 uur Avantium, Noud Tillemans - Financial Director
12.45 uur BioBTX, Pieter Imhof - CEO
12.55 uur ISPT 1MW testcentrum Elektrolyse, Tjeerd Jongsma - Directeur
13.05 uur Lancering website Chemport Europe door Patrick Brouns, Gedeputeerde Provincie Groningen en Jetta Klijnsma CdK van Provincie Drenthe
13:10 uur TopDutch campagne Chemport Europe - Gerard de Boer
13.15 uur Lunch op basis van buffet
13.30 uur Wedstrijdvoorbeschouwing en netwerken, Ron Jans en Robbert Klaver
14.30 uur Aanvang wedstrijd
16.15 uur Einde wedstrijd

Locatie
FC Groningen > Hitachi Capital Mobility Stadion
Skylounge van Groningen Airport Eelde
Boumaboulevard, Groningen

Mede namens de provincie Drenthe en Groningen nodigen we u uit om te komen. Mocht u zich nog niet hebben aangemeld dan kunt u dat nog doen bij de Provincie Groningen, Lilian Keller, mail: l.keller@provinciegroningen.nl. De toegangskaarten zult u rechtstreeks van FC Groningen ontvangen.

Wij kijken er naar uit om u op 16 december te ontmoeten.

Hartelijke groet,
Patrick Brouns
Gedeputeerde Provincie Groningen
Ondernemerschap & Innovatie, Recreatie & Toerisme,
Evenementenbeleid, Financiën, Bestuurlijke organisatie
Telefoon: 050 -
provinciegroningen.nl

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/


provincie
groningen



CHEMPORT
EUROPE

Date : 13-6-2017 10:59:36
From : "[redacted]"
To : [redacted]@provinciegroningen.nl"[redacted]provinciegroningen.nl,[redacted]@fryslan.frl"[redacted]@fryslan.frl,[redacted]@leeuwarden.nl)"[redacted]@leeuwarden.nl,[redacted]@groningen.nl)"[redacted]@groningen.nl,"[redacted]emmen.nl)"[redacted]@emmen.nl,[redacted]@emmen.nl"[redacted]@emmen.nl,[redacted]@provinciegroningen.nl"[redacted]@provinciegroningen.nl,[redacted]@groningen.nl)"[redacted]@groningen.nl,[redacted]@breuerinstitute.nl"[redacted]@breuerinstitute.nl
Subject : Promoteams Jobdutch
Attachment : image001.jpg;

Ter informatie. Als jullie vragen hebben kunnen jullie hierover volgens mij terecht bij [redacted].

Gr.
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 12 juni 2017 14:31
Aan: [redacted]
Onderwerp: FW: locatie promoteams Jobdutch

Dag allen,

Maandag 19 juni a.s. is de lancering van Jobdutch ihkv Topdutch. Idee van Jobdutch:

- In navolging van de succesvolle lancering van Top Dutch, verzamelt Top Dutch nu al workforce voor Elon Musk.
- De voortgang en resultaten van de personeelswerving worden - net als bij de eerste Top Dutch campagne - via Twitter naar Musk en Tesla gecommuniceerd.
- De campagne personeelswerving is gericht op 16 tot 36-jarigen in de drie noordelijke provincies. We enthousiasmeren hen om Top Dutch te worden.
- Top Dutch worden is laten zien dat je in een Gigafactory wilt werken, als Tesla ervoor kiest om die in de regio te bouwen. We laten hiermee een teller lopen, die Elon Musk moet laten zien hoe committed Noord-Nederland is.

Na de lancering worden promoteams ingezet mbt Jobdutch. Hieronder de vraag welke locaties daarvoor geschikt zijn. Te denken valt aan station Assen, binnensteden HEMA-gemeenten en festivals.

Hebben jullie nog andere interessante locaties in gedachten voor deze doelgroep?

Hoor het graag zsm (uiterlijk morgen..)

Gr
[redacted]

Van: [redacted] [mailto:[redacted]initio.nl]
Verzonden: zondag 11 juni 2017 21:36
Aan: [redacted][redacted][redacted]fryslan.frl
Onderwerp: locatie promoteams

Hoi,

In de eerste twee weken na de lancering op 19 juni willen we promotieteams inzetten die op drukbezochte locaties de doelgroep rechtstreeks aanspreken en stimuleren om zich op de website aan te melden.

Deze teams bestaan uit 3 personen (2 jongedames en 1 jongeman), die in een Top Dutch t-shirt, een tas vol zonnebrillen, een crowdball en een iPad met internetverbinding e.e.a. promoten.

Onderstaand, per provincie ons voorstel. Lastig omdat wij natuurlijk niet weten wat er allemaal in de provincie speelt. Dus aan jullie het verzoek om kritisch mee te denken, waar en wanneer we de doelgroep het beste kunnen bereiken.

Binnen de begroting kunnen we per provincie, op 3 verschillende data 3 uur lang een promotieteams inzetten.

Groningen:
Dag 1: binnen 3 uur willen verschillende plekken in, of rondom, de stad Groningen bezoeken, hierbij denken we aan: Stadsstrand DOT, Noorderplantsoen en de Grote Markt.

Dag 2: op het NS station in Groningen, hier komen uit alle hoeken van de provincie en daarbuiten de studenten en jonge forensen aan om in de stad te studeren en/of te werken.

Dag 3: of idem als dag 1 (of in een andere stad in de provincie waar de doelgroep goed vertegenwoordigd is) of bijvoorbeeld tijdens Digital X Groningen (van 19 t/m 29 juni), of wellicht hebben jullie nog ideeën.

Friesland:
Dag 1: binnen 3 uur willen verschillende plekken in, of rondom, de stad Leeuwarden bezoeken, hebben jullie hiervoor locaties in gedachten.

Dag 2: op het NS station in Leeuwarden, hier komen uit alle hoeken van de provincie en daarbuiten de studenten en jonge forensen aan om in de stad te studeren en/of te werken.

Dag 3: of idem als dag 1 (of in een andere stad in de provincie waar de doelgroep goed vertegenwoordigd is) of bijvoorbeeld tijdens de Cityproms in Leeuwarden van 23 tot 25 juni of Simmerdeis Drachten van 22 t/m 25 juni, of wellicht hebben jullie nog ideeën.

Drenthe:
Dag 1: binnen 3 uur willen verschillende plekken in, of rondom, de stad Assen bezoeken, hebben jullie hiervoor locaties in gedachten.

Dag 2: op het NS station in Assen, hier komen uit alle hoeken van de provincie en daarbuiten de studenten en jonge forensen aan om in de stad te studeren en/of te werken.

Dag 3: of idem als dag 1 (of in een andere stad in de provincie waar de doelgroep goed vertegenwoordigd is) of bijvoorbeeld tijdens het Barrel Food Truck Festival en Fest in Emmen (23 t/m 25 juni, of TT festival (21 t/m 24 juni)

Graag hoor wat jullie van de locaties vinden en/of jullie nog goed tips/adviezen hebben, daarnaast moeten we nog uitzoeken of we voor bovenstaande toestemming nodig hebben of niet. Wellicht dat jullie ons hiermee kunnen helpen?

In verband met de planning ontvang ik graag a.s. dinsdag 13 juni jullie reactie.

Groet,

INITIO

Helperpark 278, 9723 ZA Groningen
The Netherlands
t
e nitio.nl
w www.initio.nl

f http://www.facebook.com/initio


INITIO

Date : 13-3-2019 16:51:17
From : "[redacted]drenthe.nl
To : "[redacted]provinciegroningen.nl
Subject : Propositie digitalisering Topdutch.docx
Attachment : Propositie digitalisering Topdutch.docx;

Nieuwe versie met een aantal aanpassingen [redacted]

Date : 23-11-2018 17:06:33
From : " **initio.nl**
To : " **provinciegroningen.nl, "** **fryslan.frl, "**
drenthe.nl, "Erik Bos" **drenthe.nl**
Cc : " **topdutch.com, "** **@initio.nl**
Subject : Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg
Attachment : TOPDUTCH 26 november.pdf;02-31252-2311-Initio Rapport van feitelijke bevindingen.pdf;image001.jpg;

Beste allen,

Hierbij het concept van de rapportage voor het gedeputeerden overleg van 3 december. Graag jullie opmerkingen en aanvullingen retour.

Belangrijk is te weten dat we in het halfuur dat we hebben met de gedeputeerden, ze zullen meenemen in de presentatie zoals we afgelopen dinsdag hebben gegeven aan het kernteam en komende maandag gaan geven aan de communicatieadviseurs. De opmerkingen, die uit beide presentaties naar voren kwamen en nog zullen komen, zullen wij in de (beknoptere) presentatie van 3 december verwerken.

Als bijlage sturen we jullie de gevraagde accountantscontrole.

Goed weekend!

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t

www.initio.nl

Secretariaat
initio.nl
m

TOPDUTCH. WAAR STAAN WE?

Activiteiten afgelopen kwartaal

In de afgelopen maanden heeft het team zich volledig toegelegd op het ontwikkelen van de basis van het TopDutch merk. Hieronder vallen de definitieve positionering, het overall communicatie-concept, de communicatie en campagnestrategie, de samenwerking met de NOM en TopDutchTalent en als laatste de technologische infrastructuur ondersteunend aan de campagnestrategie. Vanuit deze basis gaan we vanaf 16 december alle campagnes opbouwen en uitvoeren.

Het overall concept, de communicatie- en campagnestrategie en de ondersteunend technologische infrastructuur worden op 3 december tijdens het gedeputeerdenoverleg gepresenteerd.

Tevens is er gewerkt aan de campagneopzet met Chemport Europe

Financieel overzicht

	Vorige rapportage	*Huidige rapportage*
Datum:	1 september	26 november 2018
Totaal TopDutch budget:	1.200.000,00	1.200.000,00
Kosten uitgevoerde werkzaamheden:	412.009,87	542.161,48
Resterend budget:	787.990,13	657.838,52

Uitgevoerde werkzaamheden
In periode tussen vorige rapportage 1 september en huidige rapportage 3 december:

1. Samen met NOM en Provincies de volgende proposities uitgewerkt
   - **Chemport Europe**, propositie gereed, website lancering 16 december, start campagne
   - **Agri/dairy**, propositie gereed, als bijlage bijgevoegd, aanpak in ontwikkeling, acquisitielijst verdient aanscherping
   - **TopDutch Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitielijst bekend
   - **Digitaal**, gesprekken gevoerd, oplevering propositie naar verwachting februari
   - **Tech**, gesprekken gevoerd met NOM en Region of Smart Factories, acquisitie

2. Branddesign gecompleteerd, *presentatie 3 december*
3. Conceptontwikkeling gecompleteerd, *presentatie 3 december*
4. Campagneontwikkeling gecompleteerd, *presentatie 3 december*
5. Webshop, concept gereed, *presentatie 3 december*
6. Met NOM afgesproken de behoefte om standaardisatie FDI presentaties in TopDutch-stijl te verkrijgen. Begonnen is met één deelpropositie uit te werken als voorbeeld voor alle NOM presentaties / bidbooks.
7. TopDutch Talent bouwt momenteel aan een talentplatform. TopDutch is volledig aangesloten voor het deel dat relevant is voor FDI. TopDutch Talent optimaliseert de toeleiding van het in het Noorden aanwezige internationaal georiënteerde talent naar de innovatieve noordelijke MKB-bedrijven. Met 53,000 internationale migranten *(waaronder 10,000 studenten)* in het Noorden en een toenemende vraag naar hoogopgeleide arbeidskrachten, kan Top Dutch Talent het internationale talent in de drie Noordelijke provincies Drenthe, Friesland en Groningen effectiever laten aansluiten bij de internationaal georiënteerde MKB-bedrijven.

Er is accountantscontrole uitgevoerd op de toepassing van uurtarieven en marge-afspraken. Een afschrift hiervan vindt u als bijlage.

Status key campagnes

Nu de campagnestrategie is bepaald kunnen we op detailniveau de campagnebudgetten gaan alloceren. De campagnestrategie omvat brede langdurende 'druppel-campagnes' met 'long-read content' en 'socials listening' per sector. De komende weken werken we dit in contentproductie-budget en mediabudget uit. De campagnestrategie is uitgewerkt in een presentie en door het kernteam en communicatieadviseurs die wij 3 december aan u presenteren.

10.2g



1. Groene chemie campagne

De campagne voor groene chemie is opgebouwd volgens de strategie van de thema campagnes:

Contentstrategie:

Stap 1: Key stories

- **Story 1 The future of Plastics:** De Nederlandse Boyan Slat zoekt een oplossing voor 'The Plastic Soup', maar hoe ziet de toekomst van plastics eruit? Hoe voorkomen we soep. Wat doen we in de regio met het verzamelen, recyclen, vernieuwen en vergroenen van plastic? Plastic deskundigen en bedrijven leggen uit aan welke concrete innovaties zij werken.
- **Story 2 Industry CO_2 reduction:** De wereldwijde CO_2-uitstoot moet omlaag, zo ook de uitstoot van de chemische industrie. Hoe pakken bedrijven in het Chemport Europe ecosysteem dit aan?
- **Story 3 Green building blocks:** Het Chemport Europe motto is 'changing the nature of chemistry'. Wat zijn groene bouwstenen voor de vergroening van de chemie en hoe komen we hieraan? Wetenschappers leggen de laatste ontwikkelingen uit op het gebied van 1) elektrolyse & waterstof, 2) CO_2 als grondstof 3) biobased grondstoffen (uit de agrarische regio).
- **Story 4 Collaboration and chain integration:** Voor een circulaire economie moet de gehele product lifecycle en supply chain vergroenen. Wat levert samenwerking en ketenintegratie hierin op? Chemport ketenpartners leggen uit hoe ze samenwerken en de keten integreren binnen de Chemport Europe clusters. Een artikel dat duidelijk maakt hoe de korte lijntjes werken in de regio, met als voorbeeld één bijzondere 'case study'.

- **<u>Story 5 Investment and business climate:</u>**
    - **Part 1 Investment climate & process:**
      Een deel-artikel specifiek over het vestigingsbeleid in de regio. In het artikel wordt duidelijk gemaakt hoe het vestigen in de regio werkt.
    - **Part 2 Human capital & lifestyle:**
      Hoe staat het met de arbeidsmarkt in het noorden? En waarom is de regio ook voor werknemers – en dus voor ondernemingen – interessant om zich te vestigen? Over de aantrekkingskracht van omgeving, culturele voorzieningen, kennisinstellingen en woningmarkt.
    - **Part 3 Industry development & history:**
      Hoe is de economische bedrijvigheid in de regio historisch gegroeid? Delfzijl is gericht op basischemie, en Emmen meer op de verwerking en de maakindustrie – hoe zijn beide clusters aan elkaar verbonden geraakt?

Stap 2: Supporting hub content, o.a:

- NOM Whitepaper
- Chemport Europe verdiepende artikelen
- The Green Hydrogen Economy

<u>Online strategie:</u>

3: Social en online content snippets, incl. SEO/SEA

- Key visuals
- Story triggers (dripping strategie)
- Social videos

4: Online journey and lead generation

- Social retargeting
- Opt-in mogelijkheden
- Nieuwsbrieven
- Set-up en optimalisatie online journey
- Set-up lead profiling, scoring en ranking

2. Agrifood campagne

Voor de campagne van agrifood is de propositie gereed. De verhalen worden momenteel ontwikkeld en het keuzeproces rondom targetbedrijven en regio's is gestart. Ook hier bouwen wij de campagne op volgens de strategie van de thema campagnes:

<u>Contentstrategie:</u>

Stap 1: 5 Key stories, een daarvan is de claim van de 'Milk road' in het kader aanhakend bij de de internationale aandacht van de ontwikkeling van de 'Silk road'. De nieuwe handelsverbinding over land tussen Europa en Azië.

Stap 2: Supporting hub content, o.a:

- NOM Whitepaper on Agrifood
- The Milk road Whitepaper

<u>Online strategie:</u>

3: Social en online content snippets, incl. SEO/SEA

- Key visuals
- Story triggers (dripping strategie)
- Social videos

4: Online journey and lead generation

- Social retargeting
- Opt-in mogelijkheden
- Nieuwsbrieven
- Set-up en optimalisatie online journey
- Set-up lead profiling, scoring en ranking

3. Transport Logistiek: TopDutch Logistics

De propositie is op de volgende punten na gereed.

1. TopDutch Logistics komt op korte termijn met een aanvulling rondom infrastructuur.
2. ING Economisch Bureau is gevraagd voor additionele cijfermatige onderbouwing. Zodra dit beschikbaar is wordt de propositie gecompleteerd.

Ondertussen kunnen wij al gaan werken aan de contentstrategie (5 key-stories) en online strategie daar de acquisitiebehoefte reeds bekend is:

De campagne concentreert zich voornamelijk op voornamelijk op het aantrekken van nieuwe ladingstromen waar de logistieke sector in Noord-Nederland wat aan gaat hebben. De campagne kan zich hiermee richten op 4 pijlers:

1. Het aantrekken van grotere (inter)nationale e-commerce bedrijven. Hiermee wordt het ladingaanbod vanuit N-NL groter, verschuiven de cut-off tijden voor alle e-commerce ondernemers in N-NL en/of waardoor PostNL/DHL een volwassen hub in de TopDutch regio wil vestigen;
2. Het aantrekken van ladingstromen en ondernemingen die over het spoor van en naar China gaan. Bredere exploitatie van de ‘Milkroad’;
3. Het interesseren van logistieke vastgoedontwikkelaars *(Prologis, Heylen, WDP etc.)* en logistieke consultants *(Buck, Groenewout, Stec, etc. en internationale partijen)*;
4. TopDutch regio breed (Eco-systeem, 3 O’s, vergroening, digitalisering en talent) positioneren als ideale locatie voor de logistieke sector.

4. Tech

Er is een kick-off geweest omtrent de propositie van de HTSM (technologie) met de NOM de Region of Smart Factories en de provincie Drenthe. Hier wordt de briefing verder uitgewerkt.

5. Water

Volgens informatie Provincie Fryslân zijn proposities gereed. Er wordt een kick-off gepland in het eerste kwartaal.

6. Digitaal

Propositie in ontwikkeling, provincie coördineert.

7. MedTech

Campus Groningen wil gezamenlijk optrekken in acquisitie met TopDutch. Eerste afspraken worden gepland. Drenthe coördineert.

Vooruitblik en planning 2019

Webshop
Release februari 2019

Strategie
Eerste uitvoering 16 december tijdens Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen

Basisinfrastructuur
Is aangeschaft
Implementatie: in ontwikkeling, samen met Harvest en NOM

Content-ontwikkeling
Ontwikkeling content voor alle campagnes
Ongoing

Salesondersteunende middelen
Ontwikkeling uniforme presentatie/bidbook formats per deelpropositie samen met NOM / Provincies
Ongoing

noord negentig
accountants en belastingadviseurs

Paterswoldseweg 813
9728 BM Groningen

postbus 8001
9702 KA Groningen

telefoon 050.520 53 00
fax 050.520 53 01

info@noordnegentig.nl
www.noordnegentig.nl

inschrijfnummer
KvK 01162227

Initio
T.a.v. de heer [redacted]
Helperpark 278
9723 ZA GRONINGEN

Datum : 23 november 2018
Ons kenmerk : md/nd/312520/02
Betreft : project Topdutch

Geachte heer [redacted]

Opdracht

Wij hebben binnen uw organisatie overeengekomen specifieke werkzaamheden verricht met betrekking tot de branding campagne van project Topdutch. De opdracht is u gegund door de drie Noordelijke provincies en staat bekend onder nummer K6914. De penvoerder is de Provincie Groningen.

De opdracht is met u overeengekomen en heeft als doel om op basis van de facturering aan de Provincie Groningen een uitspraak te doen met betrekking tot de volgende aspecten:
- De gehanteerde uurtarieven
- Marges op inkopen.

De opdrachtvoorwaarden zijn omschreven in onze opdrachtbrief van 21 november 2018.

Verantwoordelijkheden

Het is uw verantwoordelijkheid om te bepalen of de overeengekomen specifieke werkzaamheden toereikend en geschikt zijn voor het hierboven beschreven doel.

Wij hebben onze werkzaamheden verricht in overeenstemming met de Nederlandse Standaard 4400N 'Opdrachten tot het verrichten van overeengekomen specifieke werkzaamheden'. Bij het uitvoeren van deze opdracht hebben wij ons gehouden aan de voor ons geldende relevante ethische voorschriften in de Verordening Gedrags- en Beroepsregels Accountants (VGBA). Verder hebben wij de onafhankelijkheidsregels van de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) in acht genomen.

Werkzaamheden en bevindingen

In deze paragraaf is een beschrijving van de uitgangspunten, overeengekomen specifieke werkzaamheden en feitelijke bevindingen opgenomen.

Wij doen geen uitspraak over wat de feitelijke bevindingen betekenen voor de juistheid van de gefactureerde bedragen aan de Provincie Groningen in zijn totaliteit. U zult hierover een eigen afweging moeten maken waarbij u gebruik kunt maken van dit rapport van feitelijke bevindingen en eventuele andere beschikbare informatie.
Aan de hand van de facturen aan de Provincie Groningen over de periode 19 januari 2018 tot en met 15 november 2018 zijn wij nagegaan wat de gehanteerde uurtarieven zijn geweest op de facturen aan de Provincie Groningen.

Prijsopgaven en leveringen geschieden volgens onze algemene voorwaarden gedeponeerd bij de KvK Groningen

Verder zijn we nagegaan wat de marges zijn geweest op de gefactureerde bedragen van derden, welke zijn doorberekend aan de Provincie Groningen.

10.2g [redacted]

Uit ons onderzoek is verder gebleken dat de marges op gefactureerde kosten van derden, welke zijn doorberekend aan de Provincie Groningen maximaal 10% zijn, met een afwijking van maximaal enkele euro's in verband met afronding. Op diverse kosten wordt een lager opslagpercentage of geen opslagpercentage gehanteerd, waardoor de opslag op totaalniveau ruim onder de 10% blijft.

Beperking in het gebruik en verspreidingskring

Bij het opstellen van deze rapportage is rekening gehouden met de verwachtingen van de beoogde gebruikers. Daarom is deze rapportage alleen bestemd voor de beoogde gebruikers en de directie. Wij verzoeken u deze rapportage niet aan anderen te verstrekken zonder onze uitdrukkelijke toestemming vooraf, tenzij wettelijke voorschriften anders bepalen.

Tot het geven van een nadere toelichting zijn wij graag bereid.

Hoogachtend,

Noord Negentig

[redacted]


INITIO

Date : 12-7-2019 9:34:16
From : "
To : " **drenthe.nl**
Subject : RE: Update vanuit Topdutch
Attachment : image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Hoi
En, hoe is het gegaan?
Heb je voor mij ook de uitgewerkte versies van LSH die achter de contacttoets zitten?
Thanks,

Van:
Verzonden: donderdag 11 juli 2019 13:52
Aan: <drenthe.nl>
Onderwerp: Update vanuit Topdutch

Hoi collega's,

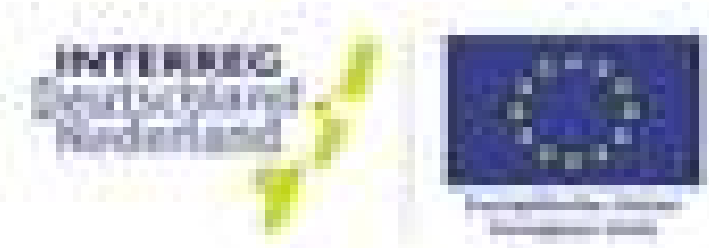
Vanmiddag wordt Henk Brink bijgepraat over de laatste stand van zaken rondom Topdutch. Hierbij deel ik de presentatie die straks gegeven wordt aan de noordelijke bestuurders.

Met vriendelijke groet,

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-
Email: drenthe.nl


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 5-2-2019 16:07:07
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : RE: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx
Attachment : image001.jpg;image002.png;

thanks

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 5 februari 2019 16:04
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx

En dit is een concept-TopDutch Logistics propositie, staan ook nog wat interessante zaken in.

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 5 februari 2019 15:57
Aan: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: RE: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx

Hallo [redacted]

Ik stuur het door naar [redacted]. Hopelijk kunnen zij het dan afronden voor [redacted]

Dank je wel!

Groeten,

[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 5 februari 2019 15:53
Aan: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: FW: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx

Hoi [redacted]

Vorige week heb ik [redacted] input geleverd op 3 punten waar zij specifiek om vroeg (zie onder).
Wat is verder de bedoeling?

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 31 januari 2019 11:23
Aan: [redacted] drenthe.nl>
CC: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>; [redacted] <[redacted] drenthe.nl>; [redacted] @drenthe.nl>
Onderwerp: RE: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx

Hoi [redacted]

Hier wat input op de genoemde onderwerpen

Top Dutch Logistics:
Uit het enthousiasme voor de TopDutch campagne - om Tesla te bewegen haar Europese Gigafactory in Noord Nederland te bouwen - hebben zich een aantal logistieke ondernemers verenigd om het logistieke ecosysteem van de TopDutch regio te ontwikkelen. De logistieke sector in

Noord-
Nederland was tot voor kort niet verenigd en de logistieke propositie was niet manifest en zichtbaar. Ondersteund door de Noordelijke overheden en VNO-NCW Noord zijn de eerste stappen gemaakt. Visie-ontwikkelingen, projecten, propositie en campagne zijn geagendeerd. Het initiatief 'TopDutch
Logistics' is breed gedragen door ondernemers, overheid en onderwijsinstelling. Er lopen verschillende projecten op het gebied van arbeidsmarkt, e-commerce, stedelijke logistiek, spoorvervoer, waterwegen en een verladersplatform.

Dutch TechZone:
Dutch TechZone is een regio vol bedrijvigheid en beweging. Met mensen die staan voor excellent vakmanschap en top engineering. Wij werken in bedrijven, in het onderwijs en voor overheden. In Dutch TechZone weten we van aanpakken, samen doorzetten en we hebben volop vakmensen met gouden handen. En dat past prima bij de logistieke sector. Ik ben lid van de Program Board van Dutch TechZone met logistiek in mijn portefeuille. Deze regio is goed uitstekend bereikbaar, een schakelpunt tussen de Randstad, Hamburg en Berlijn, maar het ligt ook centraal ten opzichte van Scandinavië en Oost-Europa. De snelste transportroute van de haven van Rotterdam naar Duitsland, Scandinavië en de Baltische Staten loopt dwars door onze regio! Een gebied waar nog veel ruimte is om te ondernemen, waar de mensen nog willen aanpakken, waar mensen betrouwbaar zijn. Een gebied waar fantastische kansen liggen.

Verladersplatform Newways Drenthe
Het Verladersplatform Newways Drenthe betreft een samenwerking tussen de vervoersector, regionale ondernemers en de regionale overheden (gemeente Coevorden, gemeente Emmen en de provincie Drenthe). Het project heeft tot doel het tot stand brengen van een regionaal verladersplatform opererend in een nationaal en internationaal netwerk van en voor verladers en hiermee een substantiële CO2-reductie te bewerkstellingen. Dit heeft geleid tot de eerste drie corridors waarvoor bundelingsmogelijkheden worden verkend met betrokken verladers. Het gaat om stromen richting Rotterdam, Verenigd Koninkrijk en Scandinavië.

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van:
Verzonden: donderdag 31 januari 2019 10:51
Aan: < drenthe.nl>
Onderwerp: FW: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx
Urgentie: Hoog

Hoi
Kun jij in een paar zinnen wat info toevoegen in deze mail , en in CC naar
- Economie en Acquisitie: denk aan Top Dutch Logistics, Dutch Techzone en het door de provincie mede gesubsidieerde verladersplatform (weet alles van)

En als je nog actuele foto's daarover hebt graag.

Bvdank,

Van:
Verzonden: woensdag 30 januari 2019 20:18
Aan: <l. drenthe.nl>; < drenthe.nl>
CC: < drenthe.nl>
Onderwerp: RE: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx

Dag

Ik heb even gekeken op de schijf, maar je hebt de foto's die ik heb al gevonden zag ik bij Team VV. Er is in de map waarin wij beide werken een aparte map met media en foto's en verder vindt je bij de specifieke projectmap van de spoorshuttle nog meer. Meer heb ik ook niet, maar volgens mij moet je voldoende gewoon online kunnen vinden zoals de spoorboog.

Tip voor de presentatie: probeer het niet te technisch te maken. Volgens mij voelt Henk zich veel fijner als hij een politiek verhaal kan houden over:
- Investeringen in infrastructuur: Spoorboog maar ook de N34
- Economie en Acquisitie: denk aan Top Dutch Logistics, Dutch Techzone en het door de provincie mede gesubsidieerde

verladersplatform (weet [redacted] alles van)

- Beetje historie spoorshuttle: je weet dat het niet makkelijk was om de shuttle naar Malmö op gang te krijgen, kan Henk uit ervaring nog wat over zeggen.
- Toekomst: spooroverslag op Emmtec (probeer Emmen maar wat te porren), maar vooral ook de blik op het oosten (bijv. China). Kan Henk vast vanuit zijn eigen ervaring vertellen wat die Chinezen allemaal doen om te innoveren en te concurreren in de wereld.
- En natuurlijk vooruitblikken op het spoorpersonenvervoer richting Rheine.

Als je deze thema's in 5 sheets giet dan zou dat voldoende moeten zijn.

Helaas, het ontbreekt mij aan tijd om daar energie in te steken. Morgen de hele dag in Düsseldorf en dan vrijdag een hele bak aan overleggen voorbereiden voor volgende week. Het is een drukke maand.

NB: ik ben er op 12.2.2019 niet bij, want dan moet ik naar Kleve in het kader van Interreg VI.

Met vriendelijke groet,
Kind regards,
Mit freundlichen Grüßen

[redacted]

provincie Drenthe

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 30 januari 2019 16:44
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@drenthe.nl>
CC: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: 2019.02.12 Presentatie gedeputeerde Henk Brink .pptx

Hoi
Hierbij de presentatie met foto's , als PDF want anders is ie te groot om te verzenden

Vraag aan [redacted]: heb jij nog betere foto's of afbeeldingen. Het is een heel gezoek geweest ;(

Groet [redacted]

provincie Drenthe

provincie Drenthe

provincie Drenthe





Gemeente
Hoogeveen

Date : 7-2-2019 13:12:07
From : "[redacted] nom.nl
To : "[redacted] @nom.nl, "[redacted] @nom.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl"" [redacted] provinciegroningen.nl, "" [redacted] fryslan.frl"" [redacted] fryslan.frl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : RE: Acquisitie team overleg 08-02-2019
Attachment :
image001.png;image007.png;image008.png;image009.png;image010.png;image011.png;image012.png;image013.png;image014.png;image015.png;image016.png;

In het verlengde van het onderwerp TopDutch en Proposities zou ook gesproken kunnen worden over (internationale) beurzen en events waar de NOM de regio vertegenwoordigd/presenteert (al dan niet in een Invest in Holland setting).
TopDutch is op dit moment vooral bedoeld als het creëren van bewustwording, bij beurzen en events heb je ook en vooral face-to-face contact met potentieel belangstellenden, waarbij je dieper op de inhoud van de proposities ingaat en de vragen gaat vertalen naar maatwerk.
Bezoeken aan beurzen en events kan ook goed een coproductie van NOM en overheden zijn in het kader van actieve acquisitie, maar wel eentje die intensief en tijdig overleg vraagt en dus bij voorkeur vroegtijdig moet worden gepland/besproken.
Ik laat even in het midden of het een vast agendapunt zou moeten worden.

Groeten,
[redacted]

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Foreign Direct Investments & Business Development
Life Sciences

N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland
T [redacted]
E [redacted] @nom.nl

Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
Lees ons NOMMER magazine!

www.nom.nl

De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.

[redacted]
Verzonden: donderdag 7 februari 2019 12:47
Aan: FDI ; [redacted] provinciegroningen.nl' ; [redacted] fryslan.frl' ; [redacted] drenthe.nl'
Onderwerp: Acquisitie team overleg 08-02-2019

Goedemorgen,

In de bijlage de agenda voor het acquisitie team overleg morgen in Leeuwarden.
Suggesties voor (vaste) agenda punten, onderwerpen, of toevoegingen hoor ik graag morgen.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Project Manager Foreign Direct Investment

N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland
T [redacted]
[redacted]

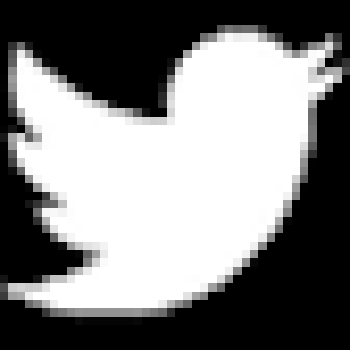
Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
Lees ons NOMMER magazine!

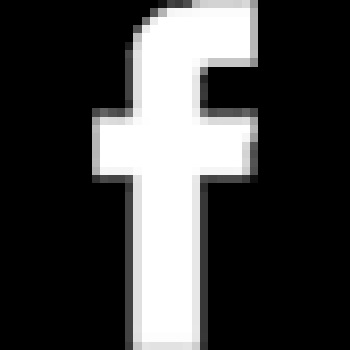
www.nom.nl

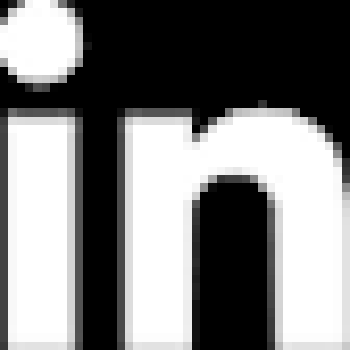
De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.

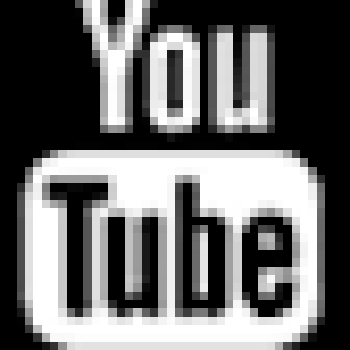

NOM
ONDERNEMINGEN
DOEN GROEIEN


NOM



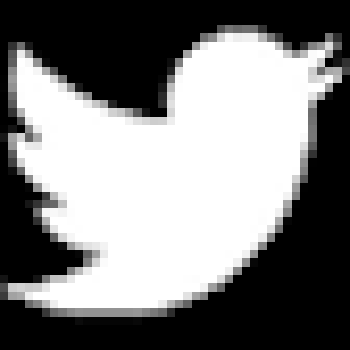


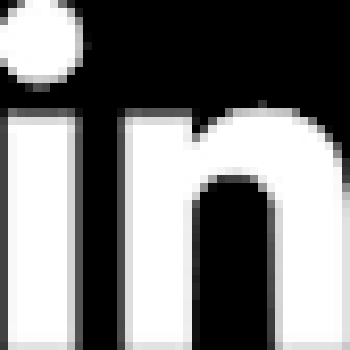


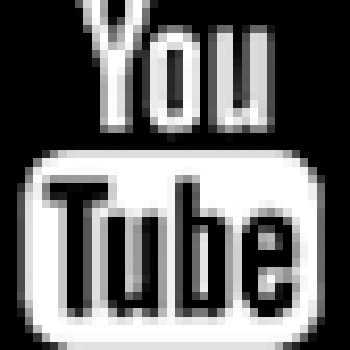

You
Tube


NOM
ONDERNEMINGEN
DOEN GROEIEN


NOM






You
Tube

Date : 19-12-2017 14:18:39
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : RE: Afspraak Initio
Attachment : image001.png;image002.jpg;

Vanaf 17.30 uur

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 19 december 2017 13:37
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: Afspraak Initio

Hoi [redacted]

Vanaf hoe laat was Henk ook alweer aanwezig bij de nieuwjaarsreceptie?

Gr
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 19 december 2017 12:16
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: Afspraak Initio

Hoi [redacted]

[redacted] wat opties;

Woensdag 10 januari van 11.00 – 12.00 uur
Donderdag 11 januari van 9.00 – 10.00 of van 10.00 – 11.00 uur
Maandag 15 januari 16.00 uur

Ik wacht je reactie af,

Met vriendelijke groet,
[redacted]

[redacted]

portefeuille Verkeer en Vervoer, Wegen en Vaarwegen, Economie, Vrijetijdseconomie en dagelijks bestuur SNN

provincie Drenthe
E: [redacted] drenthe.nl T [redacted]
Westerbrink 1, Postbus 122, 9400 AC Assen
www.provincie.drenthe.nl
aanwezig van maandag t/m donderdag

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 18 december 2017 11:57
Aan: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: Afspraak Initio

Hoi [redacted]

Henk gaf vanochtend aan begin januari een afspraak te willen met [redacted] van Initio over Topdutch.
Heb jij wat momenten van een uur voor mij wanneer Henk zou kunnen?

We zijn trouwens ook met Initio bezig over de economische profilering van Drenthe. Dat kunnen we Topdutch mooi combineren met dit onderwerp.

Met vriendelijke groet,
[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl



een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?


provincie Drenthe

provincie Drenthe

Date : 13-12-2018 11:59:45
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl, "Erik Bos"** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl,**
" **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "**
drenthe.nl, " **@drenthe.nl**
Subject : RE: Afspraken Topdutch
Attachment : 20181204 brief minister Schouten.pdf;

Dag allen,

Mijn voorkeur heeft het om zowel als dan uit te nodigen.
Vanuit de agroagenda werken wij aan het 'kwaliteitsbeeld Noord Nederland', wat begin maart wordt aangeboden aan minister Schouten van LNV.
Tussen de bestuurders van de drie noordelijke provincies en de voorzitter van de agroagenda, namens de noordelijke agribusiness bedrijven is deze afspraak inmiddels gemaakt.
Ik hecht eraan dat een campagne op het gebied van AgroFood flankerend aan deze actie wordt ingezet en niet zelfstandig wordt gelanceerd. Campagne moet afgestemd zijn met de partijen die samenwerken in de agroagenda, inclusief bestuurlijke goedkeuring.

Met vriendelijke groet,

Van:
Verzonden: donderdag 13 december 2018 11:33
Aan: Erik Bos ; ; ;
CC: ; ; ;
Onderwerp: Afspraken Topdutch

Hoi allen,

Vanochtend hebben en ik samen gezeten, hier een aantal concrete afspraken Topdutch:

Groene Chemie:

1. Campagne 'Groene Chemie' gaat aanstaande zondag los, tijdens de wedstrijd FC-Groningen – FC Emmen. Los van dat de campagne 'los gaat', staat er nog een actie open. Er worden verhaallijnen ontwikkeld, vanuit Drenthe zetten wij in op verhaallijn 1 & 3, met aansluiting met 4.
2. **Actie** Grip en aandacht vragen voor de aansluiting Drenthe op deze verhaallijnen, 'opeisen'
3. **Actie** is op de hoogte van de verhaallijnen, Chemport Europe is aangehaakt, samen met bewaken dat deze verhaallijnen recht doen aan Chemiecluster Emmen.

Agro-Food:

1. Campagne AgroFood staat ingepland voor februari 2019
2. Er ligt een concept Agro-Food propositie, deze 'finetunen' met de KPI's en criteria
3. Proposities moeten 16 januari klaar zijn
4. Los van de proposities moeten er verhaallijnen ontwikkeld worden, belang Drenthe binnen campagne bewaken
5. **Actie** **NOM en werkgroep Topdutch: december nog een afspraak maken om voortgang en planning te bespreken**
6. **Actie** **afspraak inplannen, december 2018**

Logistiek:

1. Campagne logistiek staat ingepland voor maart 2019 (Drentse campagne, additioneel aan Topdutch)
2. Er ligt een concept logistiek propositie, deze 'finetunen' met de KPI's en criteria
3. Proposities + input campagne moeten 14 februari klaar zijn
4. **Actie:** Werkgroep Topdutch + (NOM)

Overige acties:

aankomende kernteam-overleg wordt er een planning 'geëist' 2019 van Initio, Wanneer start campagne Medtech, Digitalisering, Water, HTSM? Belangrijk ivm ontwikkelen proposities.
Henk Brink: mochten wij geen planning Topdutch campagnes ontvangen van Initio, dan agenderen tijdens de EZ gedeputeerden overleg.

Date : 13-12-2017 14:30:13
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Re: Agenda + bijlagen Poho 18 december 2017
Attachment : image001.png;image002.png;

Ja, morgen memo maken?

Op 13 dec. 2017 om 14:24 heeft [redacted] < [redacted] drenthe.nl> het volgende geschreven:

> Henk nog maar even bijpraten over de laatste SvZ en ter voorbereiding op VDG EZ
>
> ---
>
> **Van:** [redacted]
> **Verzonden:** woensdag 13 december 2017 14:15
> **Aan:** [redacted] Erik Bos
> **Onderwerp:** RE: Agenda + bijlagen Poho 18 december 2017
>
> Dag [redacted]
>
> Hierbij nog een onderwerp:
> TOPdutch stand van zaken
>
> Gr
> [redacted]
>
> ---
>
> **Van:** [redacted]
> **Verzonden:** maandag 11 december 2017 8:53
> **Aan:** [redacted]
> **CC:** [redacted] ; [redacted]
> **Onderwerp:** RE: Agenda + bijlagen Poho 18 december 2017
>
> Goedemorgen,
>
> Graag ontvang ik de punten voor het poho van maandag 18 december a.s. uiterlijk op woensdag 13 december a.s. om 14:00 uur.
> De bijlagen ontvang ik graag uiterlijk donderdag 14 december voor 12:00 uur.
> B.v.d.
>
> Met vriendelijke groet,
>
> [redacted]
>
> *werkdagen 08:00-12:00 uur*
> Postbus 122, 9400 AC | Assen
>
> ---
>
> **Van:** [redacted]
> **Verzonden:** donderdag 23 november 2017 15:10
> **Aan:** [redacted] Henk Brink; [redacted] ; [redacted] ; [redacted]
> **CC:** [redacted]
> **Onderwerp** Agenda + bijlagen Poho 27 november 2017
>
> Goedemiddag,
>
> Hierbij stuur ik de agenda en bijlagen voor het poho van as maandag 27 november.
> NB Let op gewijzigd tijdstip 08:30-10:30 uur.
>
> Alvast een prettig weekend.
>
> Met vriendelijke groet,
> **Annelie Vander Noord**
> *Beleidsassistent*
>
> Telefoon: *(0592) 36 5010 /* 0611353849
> Website: www.provincie.drenthe.nl
> Bezoekadres: Westerbrink 1
> Postbus 122, 9400 AC Assen

provincie Drenthe


provincie Drenthe

SAMENWERKINGS
ORGANISATIE

DE WOLDEN HOOGEVEEN


NHL
STENDEN
hogeschool


NEWWAYS
DRENTHE

Date : 20-12-2018 14:13:14
From : "[redacted] provinciegroningen.nl
To : "[redacted] fryslan.frl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Re: Antwurden Steatenfraachen
Far jem ek volle lok en sein

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 20 dec. 2018 om 12:31 heeft [redacted] < [redacted] fryslan.frl> het volgende geschreven:

> Hey [redacted]
>
> Bijgevoegd onze uiteindelijke antwoorden zoals ze in het PO van 7 januari met Sander worden behandeld.
>
> Bietje mear as jawis en jawol, moar da is gain probleem veur ie (-:
>
> Zoalig Kerstmis en veul heil en zeg'n int Neijjoar!
>
> Moi,
>
> [redacted]

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearing.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Op onze website kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
https://www.provinciegroningen.nl/servicenormen/

Date : 9-10-2018 13:47:28
From : [redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted]@attero.nl"' [redacted]@attero.nl
Cc : "[redacted] [redacted]drenthe.nl
Subject : RE: Attero ETP en Top Dutch
Attachment : image005.png;image006.png;image007.jpg;image008.png;image009.png;

Goedemiddag [redacted]

Ik kreeg je e-mail doorgestuurd van [redacted] Ik organiseer het evenement morgenavond in Brussel vandaar.
Het programma, zoals je dat ook in je mail hebt ontvangen is als volgt:

Programma
18.00 – 18.30 uur Inloop en registratie
19.00 – 19.30 uur Top Dutch Experience
19.30 – 22.00 uur Netwerkparty met walking dinner
22.00 Einde programma

Tijdens het programmaonderdeel 'Top Dutch Experience' komt o.a. het filmpje aanbod waar Paul Ganzeboom aan het woord is over Attero.

Is dit voldoende informatie voor nu? Vraag anders geurst.

Hartelijke groet,
[redacted]
Lobbyadviseur
Team Communicatie

provincie Drenthe
T: +31 [redacted]
[redacted]
E [redacted]@drenthe.nl
Werkdagen: ma – vr

Van: [redacted]@attero.nl>
Verzonden: dinsdag 9 oktober 2018 13:24
Aan: [redacted] < [redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Hallo [redacted]

Zoals besproken ben ik morgenavond in Brussel. Ik heb alleen nog niets gehoord qua programma en of bijdrage vanuit Attero. Kun jij nog eea verhelderen svp?

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 2 juli 2018 13:32
Aan: [redacted] < [redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: Re: Attero ETP en Top Dutch

Prima! Dank!

Verzonden vanaf mijn Samsung Galaxy-smartphone.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Datum: 29-06-18 14:35 (GMT+01:00)
Aan: [redacted]@attero.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Dag [redacted]
Vanuit TopDutch is er interesse in de propositie van Attero.
Is het goed als [redacted] vanuit TopDutch jou hier rechtstreeks over benaderd?
Dan geef ik hem jouw gegevens door.
Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted]drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]@attero.nl>
Verzonden: donderdag 7 juni 2018 15:20
Aan: [redacted]@drenthe.nl>; [redacted]@nom.nl>; [redacted]@middendrenthe.nl' [redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch
Prima [redacted] en anderen, ik zie jullie a.s. dinsdag.
Met vriendelijke groet,

[redacted]

Van: [redacted]@drenthe.nl]
Verzonden: donderdag 7 juni 2018 13:32
Aan: [redacted]@nom.nl>; [redacted]@attero.nl>; [redacted]@middendrenthe.nl' [redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch
Beste alleen,
Laten we dinsdag 12 juni om 15.30 uur bij Attero afspreken.
Ik heb van Nick Bruins nog geen reactie maar verwacht dat hij wel kan aansluiten.
Groet
[redacted]

Van: [redacted]@nom.nl>
Verzonden: woensdag 6 juni 2018 11:19
Aan: [redacted]@attero.nl>; [redacted]@drenthe.nl>; [redacted]@middendrenthe.nl' [redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch
Di 15.30 – 17.00 uur past mij het best. Andere mohgelijkheden zijn moeilijk
[redacted]

Van: [redacted]@attero.nl>
Verzonden: woensdag 6 juni 2018 11:13
Aan: [redacted]@drenthe.nl>; [redacted]@middendrenthe.nl' [redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@nom.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch
Hallo [redacted],
Excuus voor de late reactie. Ik zou dinsdag of donderdagmiddag kunnen. Wijster is ok voor het kleine commite,
Met vriendelijke groet,

Van: [redacted]@drenthe.nl]
Verzonden: maandag 4 juni 2018 10:56
Aan: [redacted]@attero.nl>; [redacted]@middendrenthe.nl'[redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted]
<[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@nom.nl' <[redacted]@nom.nl>
Onderwerp: Attero ETP en Top Dutch

Beste allen,
Graag nodigen ik jullie uit voor een gesprek/brainstorm over hoe we het ETP terrein incl. Attero kunnen laden voor de Top Dutch campagne (www.topdutch.com) en eventueel onderdeel laten uitmaken van Chemport.
Het zou mooi zijn als we daar het ETP terrein irt Attero in kunnen opnemen.
Attero is een grote speler In Noord-Nederland als het gaat om recycling van kunststoffen. Tevens leverancier van groene stoom en groene stroom.
Na de bijeenkomst vorige week over de Grondstofstromenanalyse wordt steeds meer duidelijk dat ook vanuit dat perspectief we kansen hebben in Noord-Nederland.
Lijkt mij goed idee om eerst in klein comité te verkennen wat we willen en wat er mogelijk is.
Ik heb een paar data voorstellen:
@[redacted] zou gesprek bij Attero kunnen plaatsvinden?
Dinsdag 12 juni van 14.00-15.30 of 15.30 -17.00 uur.
Woensdag 13 van 14.00-15.30 of 15.30 tot 17.00
Donderdag 14 juni van 13.30-15.00 uur
Graag jullie reactie.
Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe

[redacted]



provincie Drenthe

provincie Drenthe


provincie Drenthe

Subsidieregeling voor innovatieve mkb-ers in Noord-Nederland

VIA Versneller Innovatieve Ambities

SNN

EUROPESE UNIE

provincie Drenthe

www.snn.eu/via

Date : 9-10-2018 13:52:13
From : "[redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : RE: Attero ETP en Top Dutch
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;image004.png;image005.png;

Het is in het filmpje verwerkt!
Het filmpje wordt as we speak omgekat tot een goed formaat voor beeldschermen (gaan het daar op de muur doen dus dat is anders blijkbaar).
Zodra ik het heb dan stuur ik het je even door. Attero heeft het zelf wel al gezien.

Groet,
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 9 oktober 2018 13:51
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Ha [redacted] dank voor je reactie aan Marco. Zou Attero een bijdrage leveren dan of is dat in het filmpje verwerkt/
Kan je het filmpje al (vertrouwelijk) delen?

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 9 oktober 2018 13:47
Aan: [redacted]attero.nl>
CC: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Goedemiddag [redacted]

Ik kreeg je e-mail doorgestuurd van [redacted] Ik organiseer het evenement morgenavond in Brussel vandaar.
Het programma, zoals je dat ook in je mail hebt ontvangen is als volgt:

Programma
18.00 – 18.30 uur Inloop en registratie
19.00 – 19.30 uur Top Dutch Experience
19.30 – 22.00 uur Netwerkparty met walking dinner
22.00 Einde programma

Tijdens het programmaonderdeel 'Top Dutch Experience' komt o.a. het filmpje aanbod waar Paul Ganzeboom aan het woord is over Attero.

Is dit voldoende informatie voor nu? Vraag anders geurst.

Hartelijke groet,
[redacted]

provincie Drenthe
T: [redacted]
[redacted]
E: [redacted]@drenthe.nl
Werkdagen: ma – vr

Van: [redacted]@attero.nl>
Verzonden: dinsdag 9 oktober 2018 13:24
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Hallo [redacted]

Zoals besproken ben ik morgenavond in Brussel. Ik heb alleen nog niets gehoord qua programma en of bijdrage vanuit Attero. Kun jij nog eea verhelderen svp?

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 2 juli 2018 13:32
Aan: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: Re: Attero ETP en Top Dutch

Prima! Dank!

Verzonden vanaf mijn Samsung Galaxy-smartphone.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>
Datum: 29-06-18 14:35 (GMT+01:00)
Aan: [redacted] @attero.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Dag [redacted],
Vanuit TopDutch is er interesse in de propositie van Attero.
Is het goed als [redacted] vanuit TopDutch jou hier rechtstreeks over benaderd?
Dan geef ik hem jouw gegevens door.
Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted] @attero.nl>
Verzonden: donderdag 7 juni 2018 15:20
Aan: [redacted] @drenthe.nl>; [redacted] @nom.nl>; [redacted] @middendrenthe.nl' [redacted] @middendrenthe.nl>; [redacted] < [redacted] drenthe.nl>; [redacted] @drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch
Prima [redacted] en anderen, ik zie jullie a.s. dinsdag.
Met vriendelijke groet,

[redacted]

Van: [redacted] @drenthe.nl]
Verzonden: donderdag 7 juni 2018 13:32
Aan: [redacted] @nom.nl>; [redacted] @attero.nl>; [redacted] @middendrenthe.nl' [redacted] @middendrenthe.nl>; [redacted] < [redacted] drenthe [redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch
Beste alleen,
Laten we dinsdag 12 juni om 15.30 uur bij Attero afspreken.
Ik heb van [redacted] nog geen reactie maar verwacht dat hij wel kan aansluiten.
Groet
[redacted]

Van: [redacted]@nom.nl>
Verzonden: woensdag 6 juni 2018 11:19
Aan: [redacted]@attero.nl>; [redacted]@drenthe.nl>; [redacted]@middendrenthe.nl' [redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Di 15.30 – 17.00 uur past mij het best. Andere mohgelijkheden zijn moeilijk

[redacted]

Van: [redacted]attero.nl>
Verzonden: woensdag 6 juni 2018 11:13
Aan: [redacted]@drenthe.nl>; [redacted]middendrenthe.nl' <[redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@nom.nl>
Onderwerp: RE: Attero ETP en Top Dutch

Hallo [redacted]
Excuus voor de late reactie. Ik zou dinsdag of donderdagmiddag kunnen. Wijster is ok voor het kleine commite,
Met vriendelijke groet,

[redacted]

Van: [redacted]@drenthe.nl]
Verzonden: maandag 4 juni 2018 10:56
Aan: [redacted]@attero.nl>; [redacted]@middendrenthe.nl [redacted]@middendrenthe.nl>; [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]@nom.nl' [redacted]@nom.nl>
Onderwerp: Attero ETP en Top Dutch

Beste allen,
Graag nodigen ik jullie uit voor een gesprek/brainstorm over hoe we het ETP terrein incl. Attero kunnen laden voor de Top Dutch campagne (www.topdutch.com) en eventueel onderdeel laten uitmaken van Chemport.
Het zou mooi zijn als we daar het ETP terrein irt Attero in kunnen opnemen.
Attero is een grote speler In Noord-Nederland als het gaat om recycling van kunststoffen. Tevens leverancier van groene stoom en groene stroom.
Na de bijeenkomst vorige week over de Grondstofstromenanalyse wordt steeds meer duidelijk dat ook vanuit dat perspectief we kansen hebben in Noord-Nederland.
Lijkt mij goed idee om eerst in klein comité te verkennen wat we willen en wat er mogelijk is.
Ik heb een paar data voorstellen:
@[redacted] zou gesprek bij Attero kunnen plaatsvinden?
Dinsdag 12 juni van 14.00-15.30 of 15.30 -17.00 uur.
Woensdag 13 van 14.00-15.30 of 15.30 tot 17.00
Donderdag 14 juni van 13.30-15.00 uur
Graag jullie reactie.
Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe

[redacted]



provincie Drenthe

provincie Drenthe


provincie Drenthe

Subsidieregeling voor innovatieve mkb-ers in Noord-Nederland

VIA Versneller Innovatieve Ambities

SNN

EUROPESE UNIE

provincie Drenthe

www.snn.eu/via

Date : 18-1-2019 16:45:20
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl**
Subject : RE: Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx
Attachment : image001.jpg;

Hoi

mijn opmerkingen:

- Werpt het antwoorden van deze vragen een ander licht op de zaak door de Wob verzoek van Groningen?
- Antw 2: typefout: gegenereerde
- Antw 3: kun je een koppeling maken met de gevraagde en afgesproken monitoring en rapportage vanuit de aanbesteding en na gunning? Dat is uitgangspunt waar ze aan moeten voldoen en hoe ze de gegenereerde leads etc. aan moeten tonen.

Gr

Van:
Verzonden: dinsdag 15 januari 2019 14:07
Aan: ; ; ;
Onderwerp: Beantwoording Statenvragen GroenLinks over TopDutch 110119.docx

Hoi collega's,

Hierbij een GS stuk met de beantwoording van statenvragen van GroenLinks over TopDutch.
Zouden jullie deze kunnen screenen? De beantwoording van de vragen ligt in lijn met de beantwoording van FNP statenvragen over TopDutch van de provincie Fryslân.
Volgende week dinsdag gaat het op de routing, dus ik hoor graag uiterlijk deze week jullie reactie.

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

provincie Drenthe

Date : 24-1-2019 12:00:55
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Cc : "Erik Bos" [redacted] **drenthe.nl**
Subject : RE: Beantwoording vragen GL over TopDutch
Attachment : 5-ECO Beantwoording vragen GroenLinks over TopDutch 220119.docx;

Excuses, [redacted]
[redacted] het juiste document.

Groet,
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 24 januari 2019 11:56
Aan: [redacted]
CC: Erik Bos
Onderwerp: RE: Beantwoording vragen GL over TopDutch

Hoi [redacted]

Volgens mij is dit een oudere bijlage die je me vorige keer stuurde?

Gr
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 24 januari 2019 10:54
Aan: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
CC: Erik Bos <[redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: Beantwoording vragen GL over TopDutch

Dag [redacted]

In het GS-voorbereidingsoverleg zijn een paar wijzigingen in genoemde brief aangebracht (zie bijlage).
Akkoord? Dan pas ik het stuk voor je aan en hoef je verder niets te doen.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Voor beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde

Algemene gegevens	
Opsteller	tst.
Team	Economie
Datum	donderdag 10 januari 2019
Uiterste behandeldatum in GS: 29 januari 2019 *Toelichting:* Antwoord moet uiterlijk op vrijdag 1 februari 2019 worden verzonden.	

Teammanager
Erik Bos
Paraaf *Bespreken:*

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie

Akkoord portefeuillehouder
Henk Brink

Intern voorbereid met
1. , BC
2. S&I
3. , FIN

Akkoord provinciesecretaris
Wim Brenkman

Archivering	
Datum:	*Registratienummer:*
	nr.
	nr.
	nr.

Communicatie
Openbaar: Ja, later. Openbaar vanaf ontvangst brief door vragensteller.
Persbericht: Nee
Bekendmaking: Niet van toepassing

Onderwerp

Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde van de GroenLinks-fractie over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Advies

In te stemmen met de brief aan de GroenLinks-fractie, in afschrift aan de overige Statenleden.

Beslissing GS

Risico's

Politieke gevoeligheid rondom TopDutch. Met de brief wordt open en transparant aangegeven hoe hier vanuit Drenthe mee wordt omgegaan. Beantwoording is afgestemd met de provincies Groningen en Fryslân.

Kanttekeningen vanuit de organisatie

Niet van toepassing.

Aanvullende informatie voor GS

Van de drie provincies heeft alleen Drenthe de middelen via PS beschikbaar gekregen voor TopDutch. Op 27 december 2017 is met het Statenstuk 2016-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' door PS besloten om € 400.000,-- beschikbaar te stellen voor de uitvoering van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder de penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân. In september 2017 en februari 2018 zijn de Drentse statenleden bijgepraat over TopDutch.

Tekst openbare besluitenlijst

Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen GroenLinks over Top Dutch

Gedeputeerde Staten beantwoorden vragen van de fractie GroenLinks over de recente ontwikkelingen rondom Top Dutch.

Verzenden

Aan:
de heer H.R. Nijmeijer

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, @
Ons kenmerk @
Behandeld door de heer E.C. Hoppenbrouwer (0592) 36
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Geachte heer Nijmeijer,

In uw brief van 2 januari 2019 stelde u een aantal vragen over de recente ontwikkelingen rondom TopDutch. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1
Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?

Antwoord 1
Medio juli 2018 zijn wij door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming tussen de opdrachtnemer en de door de opdrachtnemer ingeschakelde bedrijven. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als ~~penvoerder (en aanbestedende dienst)~~ aanbestedende dienst (en penvoerder) handelt uit naam van de drie noordelijke provincies.

Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen in het maken van betere afspraken en een constructieve samenwerking voor het vervolg. De provincie Groningen heeft daarop (in overleg)~~, als penvoerder,~~ het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit is niet eerder dan op 17 oktober 2018 gelukt. Aan Initio is in dat overleg aangegeven, dat de opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd moeten worden.

Vervolgens heeft Initio zelf een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (de heer Alfred Welink, voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de provincie Groningen, namens de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, waarin nogmaals duidelijk is gemaakt welke resultaten worden verwacht. Het is nu aan Initio om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door Initio zijn ingeschakeld geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met Initio te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dat moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst.

Als opdrachtgevers sturen wij de hoofdopdrachtnemer Initio, met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben, aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben alleen een afspraak met Initio en niet met de onderaannemers die Initio heeft ingeschakeld. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Drentse partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.

Vraag 2
Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?

Antwoord 2
Ja, er is inzicht in gegenereerde leads en prospects. In overleg met de NOM worden er vanuit TopDutch in verband met vertrouwelijkheid geen lead-lijsten en mogelijke landingen van internationale bedrijven gecommuniceerd.

Vraag 3
Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?

Antwoord 3
Noord-Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch-campagne beschouwen wij als opbrengst en positief resultaat. Daarbij moet in acht worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan bestaan over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties wordt echter ook steeds meer via internet en social media

gedaan. Door de frisse vernieuwende "online"-aanpak, is Noord-Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.

De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de mediawaarde is in de bijlage opgenomen.

Zoals in het statenstuk 2017-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' staat aangegeven is de indirecte doelstelling om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne. Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

Hierbij dient te worden opgemerkt dat de internationale acquisitie van bedrijven een langdurig proces is. In sommige gevallen wordt pas na tien jaar een definitief besluit genomen. Deze marketinginspanning (TopDutch) geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en "landingen" kan dan ook moeilijk worden gelegd. De uitdrukking "onbekend maakt onbemind" gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketinginspanning en inmiddels heeft zich een aantal bedrijven gemeld door de inspanningen van TopDutch. In verband met vertrouwelijkheid van de bedrijven kunnen wij geen namen noemen.

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen die nodig zijn voor de campagnes. Dit zien wij ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes en de branding-projecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basisconcept voor de TopDutch branding-campagne.

Vraag 4

Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Antwoord 4

Nee, wij zien geen noodzaak om bij te sturen. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet vinden, zullen wij wel met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de opdracht. Met de brief van 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, duidelijk aangegeven welke resultaten worden verwacht.

In september 2017 en februari 2018 bent u bijgepraat over TopDutch. Voor de zomer van 2019 willen wij u graag een nieuwe stand van zaken geven over TopDutch.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris , voorzitter

Bijlage: Resultaten TopDutch

Bijlage RESULTATEN

Opbrengsten TopDutch Tesla campagnes

	Hi Tesla (2017)	Are You TopDutch? (2017)	Electrify (2018)
Algemeen			
Eye-balls	2.802.243	1.346.462	1.678.080
Unieke website be-zoekers	10.640	9.858	9.690
Mediawaarde	600k – 800k	200 – 250k	
Social targeting			
Linkedin	4.369 sessies 4.401 unieke gebruikers 75 unieke Tesla VP's		41.504 vertoningen 493 unieke gebruikers
Twitter	1.558 vertoningen 32 unieke Tesla VP's		452.695 vertoningen 1.486 unieke gebruikers
Instagram		58.076 vertoningen 542 unieke gebruikers	122.292 vertoningen 564 unieke gebruikers
Facebook		85.266 vertoningen 2.329 unieke gebruikers 146 directe aanmeldingen	140.748 vertoningen 8.370 unieke gebruikers
Youtube interacties	15.900 vertoningen	7.747 vertoningen	12.322 vertoningen
Overig:		3.341 aanmeldingen	181 x gebeld 28 ingesproken voicemails 34 ingevulde formulieren

Beurs Philadelphia: social ondersteuning op twitter (in 3 dagen)

Algemeen	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
Social targeting	
Twitter	- 479 link-clicks - 266 likes - 150 retweets - 83 nieuwe volgers

Volgers social media kanalen december 2018

	Volgers	Likes
Facebook	622	602
Twitter	3.405	2.147
Linkedin	281	-
Instagram	561	-

LEAD GENERATIE.

In overleg met de NOM en in afstemming met het kernteam worden er vanuit Top-Dutch geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe






IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL



provincie Drenthe


INITIO

Notitie initiatief en verzoek tot versterking logistieke functie Noord-Nederland

Inleiding en doelstelling

Vorig jaar heeft een aantal ondernemers het initiatief genomen om de logistieke sector in Noord-Nederland te gaan versterken.
De sector is prominent aanwezig met diverse toonaangevende bedrijven. Tegelijkertijd blijft de positie van Noord-Nederland achter bij ontwikkelingen in andere delen van Nederland.

Een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing hiervan is nodig. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek. Extra investeringen in het vergaren van kennis lijkt op dit moment een belangrijke randvoorwaarde voor succes welke in o.a. de propositie van de sector tot uiting moet komen. Relevante onderzoeksrapporten van o.a. Roland Berger, Stec Groep, Groenewout Consultants, Buck Consultants en TKI Dinalog naast onderzoek van de RuG en NHL Stenden zijn voorhanden om een eensluidend beeld te schetsen.

Met name Brabant en Limburg positioneren zich nadrukkelijk als logistieke regio's en zijn daarin succesvol. In de logistieke hotspots monitor 2017 komt in de top 20 geen enkele regio in de drie Noordelijke provincies voor.

Bestaande logistieke bedrijven blijven achter in innovatieve ontwikkelingen en groei. Een deel daarvan dreigt zelfs te vertrekken uit Noord-Nederland omdat andere regio's meer mogelijkheden bieden. Ook nieuwe vestigingen van Nederlandse en internationale bedrijven ontbreken doordat zij kiezen voor andere regio's. Inspelen op belangrijke vestigingscriteria vanuit de logistiek is van groot belang, zoals:

(1) beschikbaarheid en kosten van arbeid;

(2) bereikbaarheid over de weg;

(3) multimodale ontsluiting;

(4) nabijheid van afzetmarkten;

(5) (snelle)beschikbaarheid van (grote) kavels en ruimte voor expansie.

Het exacte belang van factoren hangt af van het type goederen, herkomst goederen en afzetmarkten, het type distributiecentrum en gebruik van modaliteiten. Recent onderzoek van onder meer Stec Groep (2017) toont het toenemend belang van arbeidsmarkt. Becijferd is dat tot 2030 maar liefst 350.000 nieuwe mensen nodig zijn in de logistieke sector in Nederland.

En tegelijkertijd biedt Noord-Nederland ook volop kansen. De infrastructuur is goed, congestie komt nauwelijks voor, een enkele zwakke schakel wordt aangepakt. De arbeidsmarkt biedt potentieel over

de gehele breedte. En er is volop ruimte. Het Noorden kan zich hierin onderscheiden van de succesvolle logistieke hotspots elders in Nederland, waar de arbeidsmarkt inmiddels krap is en er nauwelijks meer ruimte beschikbaar is. Al met al voldoende kansen in de topsector logistiek.

Een aantal ondernemers heeft daarom de handen ineengeslagen om de kansen die er zijn te gaan concretiseren.

Uitgangspunt is een integrale aanpak. Het is belangrijk dat ondernemers, kennisinstellingen en overheid gezamenlijk optrekken. Vanuit het gemeenschappelijk belang is het noodzakelijk dat ondernemerschap, kennis en regelgeving bij elkaar komt. Alleen door een breed gedragen onderbouwde én onderscheidende positionering kan Noord-Nederland zijn logistieke functie effectief versterken.

De opdracht is tweeledig:

1) Noord-Nederland nationaal en internationaal nadrukkelijk op de kaart zetten als logistieke regio met veel mogelijkheden en kansen; en
2) De succesvolle realisatie van diverse logistieke projecten in Noord-Nederland.

Ad 1) Dit is een belangrijk deel van onze opdracht: Noord-Nederland nationaal en internationaal nadrukkelijk op de kaart zetten als regio met veel mogelijkheden en kansen voor de logistieke sector. In de nog op te stellen propositie willen we helder benoemen wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland? Etc. etc.

Ad 2) Een ander deel van onze opdracht is de succesvolle realisatie van diverse logistieke projecten in Noord-Nederland. Er zijn veel vraagstukken en projecten voorhanden. Per project is maatwerk vereist, door telkens weer de relevante partijen (ondernemers, kennisinstellingen en overheid) bij elkaar te brengen. Inmiddels is een aantal projecten benoemd waarvoor relevante partijen bij elkaar worden gebracht. De volgende stap is per project de projectdoelstellingen en de planning definiëren.

Concrete (willekeurige) voorbeelden van dit soort projecten zijn:

- E-commerce; hoe kunnen we de diverse webwinkels in Noord-Nederland versterken en nieuwe partijen enthousiasmeren door een logistieke infrastructuur die voldoet aan de specifieke distributie-eisen van deze branche?
- Stadsdistributie; hoe kunnen we bijdragen aan het ontwerp, de realisatie en succesvolle invulling van stadsdistributie?

- Spoorvervoer naar Duitsland; hoe kunnen we het goederenvervoer per spoor naar Duitsland activeren?
- Waterwegen; hoe kunnen we de waterwegen intensiever gaan benutten?
- …

Er zijn legio projecten voorhanden. Bovenstaande projecten staan bij ons inmiddels op de agenda. Alle projecten hebben gemeen dat ze onderdeel zijn van de economie in Noord-Nederland en brengen investeringen en werkgelegenheid met zich mee. Uiteindelijk versterken ze gezamenlijk de economie van Noord-Nederland.

Organisatie & governance

Er is al een samenwerkingsverband van logistieke ondernemers uit de 3 Noordelijke provincies gevormd. is projectvoorzitter, is projectleider.
De ondernemers van het eerste uur zijn:

Deze groep vormt de projectgroep. Er wordt gedacht aan het betrekken van meer noordelijke logistieke ondernemers in de projectgroep, voor Drenthe bijvoorbeeld vanuit BADEC, Port of Zwolle, of vanuit GAE, Voor Fryslân bijvoorbeeld Fritom Logistic Solutions.

De projectgroep zoekt actief de verbinding met de vele stakeholders. Dit zijn allereerst de logistieke ondernemers, de kennisinstellingen RuG en NHL Stenden en overheden in Noord- Nederland. Hiertoe behoren ook partijen als de NOM (en NFIA), SNN en de Noordelijke Innovation Board. Zij ondersteunen het initiatief van harte. De Innovation Board heeft aangegeven dat “Logistiek” zal worden opgenomen in zijn productportfolio.
Daarnaast wordt samenwerking gezocht met partijen die nationaal of internationaal van belang zijn. Denk hierbij aan de Topsector Logistiek, TLN en Nederland Distributieland.

Regionaal zal worden afgestemd met trajecten Veendam/Groningen en Coevorden/Bentheim en is er bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie specifieke aandacht per provincie:

a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;
b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.

Als er een goede propositie ligt zal deze mee worden genomen in de Top Dutch campagne in het laatste trimester van 2018.

Verder willen wij een stuurgroep instellen o.l.v. een onafhankelijke voorzitter uit ondernemerskringen. De stuurgroep bewaakt en stuurt de doelstellingen en uitvoering van het gehele project en van de onderliggende individuele projecten.
In de stuurgroep kunnen zitting hebben ondernemers, vertegenwoordigers van de 3 Noordelijke overheden en de kennisinstellingen.

Voor de hosting en penvoering gaan we een beroep doen op de VNO-NCW organisatie. VNO-NCW beschikt immers over een professionele uitvoeringsorganisatie. De door VNO-NCW recent opgerichte stichting 'Noord-Nederland Next Level' wordt verantwoordelijk voor de uitvoering van het project. Deze stichting organiseert, bewaakt en verantwoordt de financiën.

Missie

Door een actieve en gezamenlijke inspanning van ondernemers, kennisinstellingen en overheid de positie van Noord-Nederland in de logistieke sector versterken.

Visie

In 2025 neemt Noord-Nederland in de topsector logistiek een vooraanstaande positie in. We staan bekend als een innovatieve regio waarin nationale en internationale logistieke bedrijven zich vestigen. Dit creëert economische bedrijvigheid, werkgelegenheid en een innovatief klimaat.

Uitvoering en planning

De projectgroep is inmiddels van start gegaan. Zij heeft maandelijks contact en overleg. De eerste concrete projecten zijn benoemd. Voor elk project wordt bepaald wat de doelstellingen zijn, wie de betrokkenen zijn en er wordt een planning gemaakt.

De stuurgroep moet nog vorm krijgen. Wat ons betreft doen we dit mede op grond van de wensen van de provincies.

Doel is 4 x per jaar een stakeholder bijeenkomst te houden, bij voorkeur op locatie van een concreet project. Tijdens de stakeholder bijeenkomsten worden relevante partijen zoals logistieke ondernemers, specialisten van noordelijke provincies en gemeentes, kennisinstellingen, NOM, SNN, NIB, TKI, TLN, NDL, EVO, etc. bijgepraat en gevraagd om input en participatie met betrekking tot lopende projecten en nieuw te ontwikkelen projecten.








You
Tube

Date : 28-6-2017 10:12:06
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl" [redacted] provinciegroningen.nl, [redacted] provinciegroningen.nl"' [redacted] @provinciegroningen.nl
Cc : "[redacted] ([redacted] fryslan.frl)" [redacted] fryslan.frl, "[redacted] drenthe.nl, "Henk Brink" [redacted] drenthe.nl, "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl, "[redacted] [redacted] drenthe.nl, "[redacted] [redacted] drenthe.nl
Subject : RE: Documenten aanbesteding TopDutch
Attachment : image002.png;image003.jpg;

Hallo Erik,

Top Dutch hen ik er uit gehaald.
De planning staat in Negometrix

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Aanbestedingsdeskundige

provincie Drenthe

[redacted] drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag t/m vrijdag

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 28 juni 2017 10:10
Aan: [redacted] provinciegroningen.nl; [redacted] @provinciegroningen.nl'; [redacted]
CC: [redacted] ([redacted] fryslan.frl); [redacted] Henk Brink; Erik Bos; [redacted] [redacted]
Onderwerp: FW: Documenten aanbesteding TopDutch

Dag [redacted]

Hierbij nog een paar kleine opmerkingen in de bijlage. Zijn de opmerkingen van [redacted] nog meegenomen (zie bijlage 3).

Daarnaast nog de volgende punten:

- Bij Negometrix vroeg ik mij af of bij referenties opdrachten niet langer dan 2 jaar niet wat kort is?
- Verder mag een combinatie uit maximaal 3 combinanten bestaan zag ik.
- Er mist nog een planning.
- Tot slot kom ik de term topdutch nog bij diverse documenten tegen. Is dat de bedoeling, gelet op het feit dat het in de uitvraag bewust niet wordt genoemd?

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Verzonden vanaf Samsung-tablet.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: "[redacted] < [redacted] provinciegroningen.nl>
Datum: 27-06-2017 16:38 (GMT+01:00)
Aan: [redacted] < [redacted] fryslan.frl>, [redacted] < [redacted] drenthe.nl>, "Brouns P.H.R." < [redacted] provinciegroningen.nl>

Cc: Erik Bos < drenthe.nl>, ' @provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Fwd: Documenten aanbesteding TopDutch

en Erik hierbij alle stukken voor de aanbesteding die we graag donderdag open willen stellen. De aanbesteding is begeleid door inkoop Groningen en Drenthe. Willen jullie de bijlagen met de opdrachtbeschrijving en de gunningscriteria voorleggen aan jullie gedeputeerden?
Procedure van deze openbare Europese aanbesteding is als volgt:
De ontvangen inschrijvingen worden beoordeeld op de eerste drie gunningscriteria door
Drie medewerkers van de drie provincies en van het SNN onder begeleiding van medewerker inkoop groningen die het proces in de gaten houdt. Na de scorebord ezel drie criteria worden er maximaal 5 bureaus geselecteerd die hun aanbieding mogen toelichten in een pitch aan de drie noordelijke EZ gedeputeerden en drie medewerkers acquisitie van de drie provincies weer onder begeleiding van inkoop groningen. Alle zes beoordelaars mogen die pitches scoren. De totaal score van pitches en voortraject bepalen welk bureau de hoogste totaalscore krijgt. Deze overall winnaar gaat vervolgens in overleg met de drie provincies haar voorstel nader uitwerken waarbij opdrachtgever en opdrachtnemer het proces zo inrichten als de opdrachtgever wil. Daarna volgt de definitieve aanbieding met een bijbehorende prijs. Zo kunnen we goed sturen op aansturing, werkwijze en prijsvoering in de te volgen tweejaarlijkse campagne. Na de bestuurlijke beoordeling/goedkeuring van de aanbieding kan dan definitieve gunning plaatsvinden dit is naar verwachting eind september.
Volgens mij hebben we de aanbesteding nu afgestemd op de wensen van alledrie bestuurders. Ik hoor graag morgen en anders uiterlijk donderdag om 12 uur of deze uitvraag wat jullie betreft zo de deur uit kan.
Vriendelijke groet

Verstuurd vanaf mijn iPad

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** ' < drenthe.nl>
> **Aan:** ' < provinciegroningen.nl>, "Erik Bos" < drenthe.nl>, '
> < drenthe.nl>, ' @provinciegroningen.nl>
> **Onderwerp: Documenten aanbesteding TopDutch**
>
> Bijgaand de laatste versies van de documenten, alsmede de vragenlijsten uit (Negometrix Top Dutch.pdf).
> Met vriendelijke groet,
>
> | drenthe.nl
> Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
> *werkdagen: maandag t/m vrijdag*

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/


provincie Drenthe

provincie Drenthe

Date : 28-6-2017 10:22:01
From : "drenthe.nl
To : "drenthe.nl
Subject : RE: Documenten aanbesteding TopDutch
Attachment : image001.png;image002.jpg;

Ja vanochtend gedaan

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag t/m vrijdag

Van:
Verzonden: woensdag 28 juni 2017 10:15
Aan:
Onderwerp: RE: Documenten aanbesteding TopDutch

Dag uit alle documenten? Kwam het her en der nog tegen namelijk.

Van:
Verzonden: woensdag 28 juni 2017 10:12
Aan: provinciegroningen.nl; @provinciegroningen.nl'
CC: (fryslan.frl); Henk Brink; Erik Bos;
Onderwerp: RE: Documenten aanbesteding TopDutch

Hallo Erik,

Top Dutch hen ik er uit gehaald.
De planning staat in Negometrix

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag t/m vrijdag

Van:
Verzonden: woensdag 28 juni 2017 10:10
Aan: provinciegroningen.nl; @provinciegroningen.nl';
CC: (fryslan.frl); Henk Brink; Erik Bos;
Onderwerp: FW: Documenten aanbesteding TopDutch

Dag ,

Hierbij nog een paar kleine opmerkingen in de bijlage. Zijn de opmerkingen van nog meegenomen (zie bijlage 3).

Daarnaast nog de volgende punten:

- Bij Negometrix vroeg ik mij af of bij referenties opdrachten niet langer dan 2 jaar niet wat kort is?
- Verder mag een combinatie uit maximaal 3 combinanten bestaan zag ik.
- Er mist nog een planning.
- Tot slot kom ik de term topdutch nog bij diverse documenten tegen. Is dat de bedoeling, gelet op het feit dat het in de uitvraag bewust

niet wordt genoemd?

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Verzonden vanaf Samsung-tablet.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: " < provinciegroningen.nl>
Datum: 27-06-2017 16:38 (GMT+01:00)
Aan: < fryslan.frl>, < drenthe.nl>, "Brouns P.H.R." < provinciegroningen.nl>
Cc: Erik Bos < drenthe.nl>, " @provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Fwd: Documenten aanbesteding TopDutch

en Erik hierbij alle stukken voor de aanbesteding die we graag donderdag open willen stellen. De aanbesteding is begeleid door inkoop Groningen en Drenthe. Willen jullie de bijlagen met de opdrachtbeschrijving en de gunningscriteria voorleggen aan jullie gedeputeerden?
Procedure van deze openbare Europese aanbesteding is als volgt:
De ontvangen inschrijvingen worden beoordeeld op de eerste drie gunningscriteria door
Drie medewerkers van de drie provincies en Sigrid Sengers van het SNN onder begeleiding van medewerker inkoop groningen die het proces in de gaten houdt. Na de scorebord ezel drie criteria worden er maximaal 5 bureaus geselecteerd die hun aanbieding mogen toelichten in een pitch aan de drie noordelijke EZ gedeputeerden en drie medewerkers acquisitie van de drie provincies weer onder begeleiding van inkoop groningen. Alle zes beoordelaars mogen die pitches scoren. De totaal score van pitches en voortraject bepalen welk bureau de hoogste totaalscore krijgt. Deze overall winnaar gaat vervolgens in overleg met de drie provincies haar voorstel nader uitwerken waarbij opdrachtgever en opdrachtnemer het proces zo inrichten als de opdrachtgever wil. Daarna volgt de definitieve aanbieding met een bijbehorende prijs. Zo kunnen we goed sturen op aansturing, werkwijze en prijsvoering in de te volgen tweejaarlijkse campagne. Na de bestuurlijke beoordeling/goedkeuring van de aanbieding kan dan definitieve gunning plaatsvinden dit is naar verwachting eind september.
Volgens mij hebben we de aanbesteding nu afgestemd op de wensen van alledrie bestuurders. Ik hoor graag morgen en anders uiterlijk donderdag om 12 uur of deze uitvraag wat jullie betreft zo de deur uit kan.
Vriendelijke groet

Verstuurd vanaf mijn iPad

Begin doorgestuurd bericht:

> **Van:** " < drenthe.nl>
> **Aan:** " < provinciegroningen.nl>, "Erik Bos" < drenthe.nl>, " < drenthe.nl>, @provinciegroningen.nl>
> **Onderwerp: Documenten aanbesteding TopDutch**
>
> Bijgaand de laatste versies van de documenten, alsmede de vragenlijsten uit (Negometrix Top Dutch.pdf).
> Met vriendelijke groet,
>
> | drenthe.nl
> Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
> *werkdagen: maandag t/m vrijdag*

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/


provincie Drenthe

provincie Drenthe

Date : 30-10-2018 10:23:09
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : RE: Drentse producten webshop TopDutch

Hoi

Nog wat voorbeelden:
Lopifit (loopfiets Bruin Bergmeester, Valthe)
Dopper
Maallust biertjes
Healthcoin
Nachtkijkers (Photonis)
Games (Team 6 / Vasco games),
Iets uit de Catawiki catalogus
Vouwwagen van Campooz
Tiny House van Tralaluna
Slimme lantaarnpaal armatuur van Sustainder
Sense glove
Scoozy scootmobiel
Een product van VDH
Slagroomspuit (H&P moulding)
Dacom akkerbouwsensor (regenmeter op LoRa)
https://www.emmenmaakhetmee.nl/ondernemen/made-in-emmen

Van:
Verzonden: dinsdag 30 oktober 2018 9:59
Aan: < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Drentse producten webshop TopDutch

Paar voorbeelden.

Plastic Whale table en chairs van VEPA
Westerzwam Grow Kit van Westerzwam
Waterstof pomp/station van Resato

Van:
Verzonden: maandag 29 oktober 2018 14:29
Aan: < drenthe.nl>
Onderwerp: Drentse producten webshop TopDutch

Hi allen,

Er wordt momenteel gewerkt aan een webshop voor TopDutch met artikelen uit de regio, die aansluiten bij de hoofdgedachte van TopDutch: vergroening & digitalisering.
We hebben bijvoorbeeld de Dopper als mooi Drents product. Wat zouden we nog meer kunnen aanbieden in deze webshop, aansluitend op de thema's groene chemie, agri/dairy, logistiek, medtech, water(stof), digitalisering, htsm?
Ik hoor het graag, dan neem ik het mee in het volgende kernteamoverleg!

Gr

Date : 28-1-2019 12:39:02
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : RE: Engels tekstje digitale economie en vraag IoT hackathon
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Thnx! Stuur het direct door. Topper!

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 28 januari 2019 12:05
Aan: [redacted]
CC: [redacted]
Onderwerp: Engels tekstje digitale economie en vraag IoT hackathon

Hello,

Hierbij:

In Drenthe we are working on a dynamic approach for the digital economy.

We are living in a fast changing world due to disruptive technologies. The digital transition has an impact in every policy field and every market sector.
It is of great importance to help the economy in Drenthe (95% SME and some top sectors > 40.000 companies in Drenthe) adjust to the changeing needs of the future economy/society.

Drenthe is a fieldlab voor technological development: creating smart solutions for societal challenges. We (government, education, business) are working on e.g.: smart industry, smart farming, smart mobility and logistics (drones), smart health (sensortechnology), big data (ASTRON), 5G, Internet of Things, Blockchain, 21st century skills etc.

Our approach focuses on:

1. Stimulating and connecting digital initiatives, innovation and startups;
    a. Advance digital entrepreneurship (it will become an extra asset in our 'Ik Ben Drents Ondernemer.nl' entrepreneurship programme)
    b. Boosting Drenthe's Internet of Things initiative (free LoRaWAN); smart industry; blockchaintechnologie/commonization.
2. Transforming existing companies so that they can stay competitive in a digital world;
    a. Broad SME approah
    b. Thematic and tailormade approaches on: agrifood, smart industry, logistics, leisure economy, retail, e-commerce, farming, circular and biobased economy, green chemistry and health.
3. Cybersafety and cybersecurity
    a. Digital resilience of SME's
4. Keep and attract companies (branding, acquisition and enhancing our business climate)

- Together with Suffolk we are in a European Interreg North Sea Region project LIKE! which is about creating an innovation culture.
  One of the work packages is about the Internet of Things. And to be more specific, we are organizing an international Internet of Things hackathon on 9-10 March.
  Every partner of the project is about to send a team of 5-6 persons: coders, pitchers, creative people, startups etc.
  My colleague of Suffolk ([redacted]) is responsible for the Suffolk team. Seeing your knwoledge of (tech)companies, perhaps you can help [redacted]? I've also mentioned your name to her.
  More info: teaser movie https://youtu.be/uQq9uAvGO2c and www.whatthehackathon.nl

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]
[redacted]

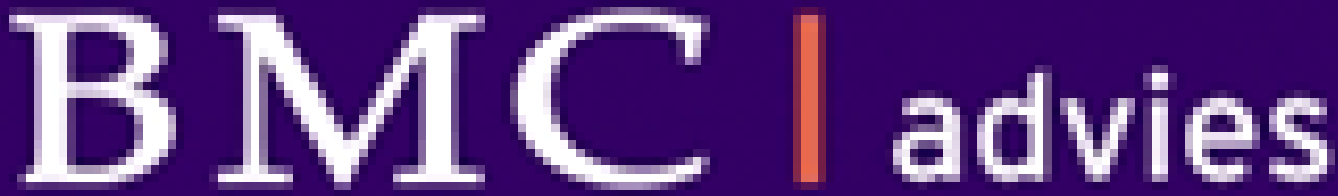
IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe

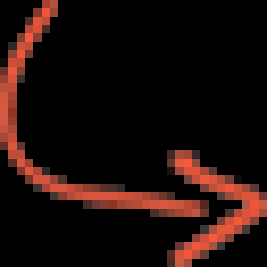


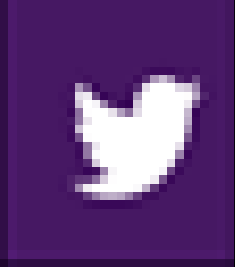

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe


BMC
advies

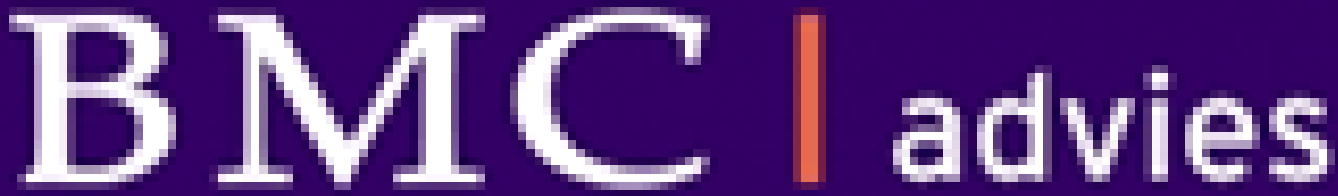




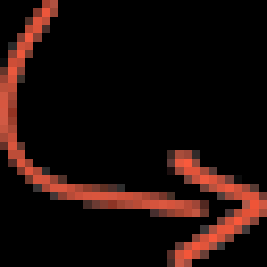


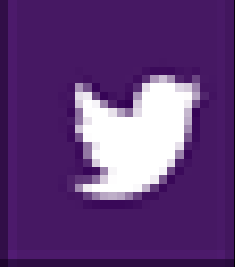


provincie Drenthe


BMC
advies









Date : 16-10-2018 22:26:18
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl**
Subject : Re: GS PS Brief Stand van zaken TopDutch.docx

Mooie voorzet idd ook nog een paar aanpassingen gedaan en met Henk afgesproken morgenochtend hier even over te bellen.

Groeten,

Verstuurd vanaf mijn iPhone 7

Op 16 okt. 2018 om 17:21 heeft < drenthe.nl> het volgende geschreven:

> Hallo
>
> mooie eerste aanzet. Ik heb wat suggesties gedaan.
>
> Groeten,

Date : 22-2-2018 14:20:44
From : "[redacted]
To : "[redacted]**drenthe.nl,**[redacted]**@drenthe.nl**
Subject : RE: Idee om Drenthe en Topdutch te pluggen? EU sustainable energy awards
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Was even benieuwd of hier iets mee gedaan wordt ☺

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 23 januari 2018 14:09
Aan: [redacted] ; Martien Haasjes
CC: [redacted]
Onderwerp: Idee om Drenthe en Topdutch te pluggen? EU sustainable energy awards

Ha [redacted] en [redacted]

Idee om Drenthe / TopDutch te pluggen? >> H2O Tesla?, Resato?, groene energie-initiatieven?
https://ec.europa.eu/easme/en/news/eu-sustainable-energy-awards-competition-kicks-eusew-2018

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 19-4-2017 15:52:07
From : "
To : " **drenthe.nl**
Subject : RE: Jobdutch

Heb je hier al (re0actie op gehad?

Van:
Verzonden: maandag 10 april 2017 16:03
Aan:
CC: Erik Bos
Onderwerp: Jobdutch

Hi

Via de groepsapp Tesla/Topdutch kwam dit voorstel van

Beste allen. Op de achtergrond wordt er momenteel hard gewerkt aan het vervolg van de Tesla campagne. Eén van de grootste vraagstukken, wanneer je een nieuwe vestiging van een grote fabriek wilt openen, is het vinden van je nieuwe medewerkers. Dat zal voor Tesla (maar ook andere bedrijven zich aangesproken voelen door de TopDutch propositie) ook spelen. We willen aan alle TopDutch studenten, werkzoekenden en potentieel talent de volgende vraag stellen: 'Stel Tesla (of andere wereldveranderaar) komt naar Noord Nederland, zou je bij dat bedrijf willen werken?' De site krijgt een live-teller waarmee we weer aan Elon kunnen laten weten dat wij alvast één van zijn vragen getackled hebben. We gaan een aparte project-appgroep openen waarbij we alle Noordelijke onderwijsinstellingen aangesloten willen te krijgen. , zouden jullie het voortouw willen nemen om iedereen in het groepje te krijgen. Meer liefhebbers? Meer dan welkom! Het idee is om JobDutch op 1 mei te lanceren. Dag van de arbeid! Groet,

Wie vanuit onderwijs Drenthe kunnen we hierbij betrekken?

Gr

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

Date : 8-11-2017 15:08:42
From : " **nom.nl**
To : " **drenthe.nl**
Subject : Re: Kernteam TD
Hoi

Dank! Nee, is daar niet bij

Mvg,

Sent from iPhone

Op 8 nov. 2017 om 14:11 heeft < drenthe.nl> het volgende geschreven:

> Hi hierbij nog het vergaderschema voor kernteam Topdutch. Sluit hier nu ook bij aan? Gr






You
Tube

provincie Drenthe

Date : 11-12-2017 10:41:58
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Cc : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : RE: Lijstje van 25 voor GS

Hoi [redacted] dank voor het delen.

Weet jij ook hoe de themasessies voorbereid gaan worden? Ik stel de vraag mede in relatie tot TopDutch en Economische marketing/profilering.

Groet [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 11 december 2017 10:33
Aan: [redacted] Erik Bos; [redacted]
CC: [redacted]
Onderwerp: FW: Lijstje van 25 voor GS

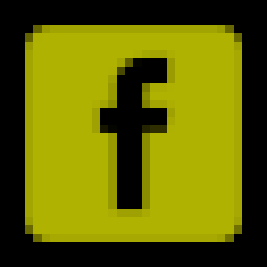
Hoi allemaal,

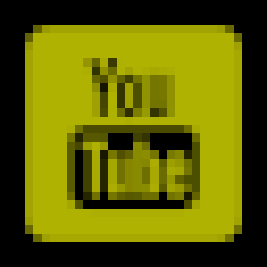
Onlangs heeft [redacted] een vraag uitgezet in de organisatie om mee te denken over een 25tal themasessies die in aanmerking kunnen komen om samen met GS te bespreken/te verdiepen. Met input vanuit de Public Affairs club, de strategen club en het CMT is dit de lijst geworden.
Zie bijlage, ter info ☺

Groetjes
[redacted]








You
Tube


NOM
Contact us to learn about the investment climate in the Northern Netherlands
More information

Date : 21-9-2017 21:20:03
From : "Erik Bos" drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Subject : Re: Logo provincie Drenthe
Attachment : image001.jpg;

Ik ga Henk Brink polsen.
Hou je ook een kaart voor mij beschikbaar.

Mooi initiatief, ook voor het vervolg.

Groet,

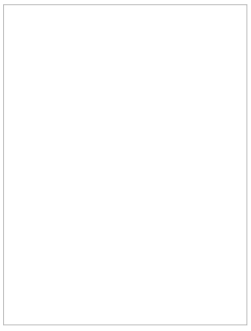
Erik

Op 21 sep. 2017 om 13:06 heeft < drenthe.nl> het volgende geschreven:

> Hoi Erik,
>
> Ik heb contact gehad met van ndc mediagroep over het noordelijk event Trendship. https://www.trendship.nl heeft eerder contact gehad met en die had hem doorverwezen naar Drenthe en Friesland.
> Trendship is het noordelijk event voor innovatieve ondernemers. SNN staat prominent vermeld maar de provincies zijn hier nog helemaal niet zichtbaar in.
> Groningen en Friesland willen graag structureel participeren in Trendship en de provincies daar een prominentere rol in laten spelen.
> Voor het aanstaande event op 12 oktober is dit nog te korte termijn, maar Trendship gelooft in de samenwerking en stuurt beide provincies ca 30 vrijkaarten (a 400 per stuk) toe die men kan uitdelen in het eigen netwerk.
> Zowel Groningen als Friesland hebben aangegeven een stimulans te willen geven van €10.000,-
>
> Dezelfde vraag ligt nu voor aan Drenthe. Heb aangegeven dat ook wij interesse hebben in participatie en dat hij ons ook 30 kaarten mag toesturen.
> De logo's van de provincies voor komend event worden gepubliceerd en wij mogen 30 mensen uit ons netwerk uitnodigen.
> Een symbolische bijdrage a la Friesland en Groningen is welkom maar niet per se een voorwaarde. Maar het lijkt me goed een zelfde bijdrage te leveren.
> Voor de volgende edities lijkt me koppeling met Topdutch een logische. Ik heb ook als gepolst en die zagen wel mogelijkheden.
>
> had het er ook nog over om voorafgaand aan Trendship een (noordelijke) lunch met de genodigden te organiseren, maar dat is aan ons.
>
> Ik zal vanuit communicatie ook nog even bijpraten.
>
> Ben jij akkoord met een bijdrage van €10.000,- voor deze editie?
>
> Met vriendelijke groet,
>
> Provincie Drenthe – Economie
> Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
> t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl
>
> **een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?**
>
> **Van:** @ndcmediagroep.nl]
> **Verzonden:** donderdag 21 september 2017 12:11
> **Aan:**
> **Onderwerp:** Logo provincie Drenthe
>
> Hoi Erik,
>
> Hierbij mijn email. Ik zou jullie logo graag ontvangen zodat wij voor jullie een gepersonaliseerde omgeving/uitnodiging kunnen maken zodat deze een op een doorgestuurd kan worden. Dit scheelt jullie weer tijd en energie.
> Als ik dit binnen heb krijgen jullie van mij dan ook de communicatiekit + codes + uitnodigingstraject etc.
>
> Voor wat betreft de invulling van de mediacampagne zou ik graag een afspraak willen maken zodat we qua inhoud en storyline

eventjes met elkaar van gedachten kunnen wisselen. Het verhaal wordt geplaatst in onze zakelijke uitgave die maandelijks verschijnt. Het is eventueel mogelijk om dit verhaal mee te nemen in de uitgave van 12 oktober voorafgaand aan Trendship. Echter kunnen we het ook in navolging van Trendship plaatsen en refereren aan en daarbij praktische voorbeelden van ondernemers uit etaleren. Hierover wissel ik graag met jullie van gedachten.

Met vriendelijke groet,



provincie Drenthe

Date : 7-3-2019 11:35:02
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : RE: Memo POHO Economie propositie logistiek Topdutch.docx
Attachment : image001.png;image002.png;image003.png;image004.jpg;image006.jpg;image008.png;image009.jpg;

Thnx [redacted] Ik neem dit mee! ☺

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 7 maart 2019 10:30
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: Memo POHO Economie propositie logistiek Topdutch.docx

He [redacted]

Zie bijlage voor wat aanvullingen/opmerkingen.

Ik kwam nog een memo over TDL tegen aan Henk waarin het volgende nog stond opgenomen. Handig om mee te nemen naar poho als ahtergrondinfo:

- Voor Drenthe is logistiek een belangrijke sector:
  - **Speerpunt Dutch TechZone**: Logistiek is één van de prioritaire sectoren binnen Dutch TechZone. De regio heeft een ideale ontsluiting richting Duitsland, Scandinavië en de Baltische staten. Rotterdam, Amsterdam en de Groninger Eemshaven zijn verrassend dichtbij. De vele industriële bedrijven – Emmen alleen al is de grootste industrieconcentratie van Noord-Nederland - brengen een enorme stroom aan in- en uitgaande ladingen en dus ook veel logistieke activiteiten met zich, wat dagelijks zichtbaar is aan het vele (en groeiende) vrachtverkeer op de A37 en N34. Drenthe is bovendien groene chemiepoort van Europa.
  - **Dryport**: samen met gemeenten in Dutch TechZone en het bedrijfsleven werken we via het project Dryport samen om meerwaarde te creëren met het transport van goederen langs, van en naar de regio. Het doel is te komen tot een concentratie van logistieke bedrijven, diensten en infrastructuur. Daarmee bieden we oplossingen aan de Rotterdamse en Amsterdamse zeehavens, waar de ruimte schaars is en de afvoerwegen dichtslibben. Het project heeft de regio op de logistieke kaart van Nederland gezet, er zijn nieuwe shuttleverbindingen (o.a. met Malmö) uit voortgekomen, er is een netwerk (o.a. met de zeehavens) opgebouwd, er is nieuw vakonderwijs (o.a. Lectoraat Green Logistics aan Stenden) en een samenwerkingscluster van bedrijven (BADEC) ontstaat en het heeft aanzet gegeven tot infrastructurele verbeteringen.
  - **Verladersplatform**: Het verladersplatform NewWays Drenthe betreft een samenwerking tussen de vervoersector, regionale ondernemers en DTZ. Het doel is met zoveel mogelijk producerende bedrijven in de regio een collectief te vormen waarin wordt samengewerkt om de verschillende ladingstromen stelselmatig te bundelen, om zo de meest efficiënte en duurzame logistieke oplossingen (synchromodaal) te verkrijgen..
  - **Haven Meppel**: Meppel beschikt over de grootste binnenvaartcontainerterminal van Noord-Nederland. Dit is onderdeel van Port of Zwolle, waarin de havens van Zwolle, Kampen en Meppel samenwerken. In samenwerking met Meppel willen we via het project Blueport de functie van Meppel als multimodaal knooppunt voor de overslag van containers en bulkgoederen verder versterken. Het accent ligt daarbij op water en weg.



Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 7 maart 2019 9:50
Aan: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
CC: [redacted] <[redacted] provinciegroningen.nl>; [redacted] <[redacted] fryslan.frl>
Onderwerp: Memo POHO Economie propositie logistiek Topdutch.docx

[redacted]

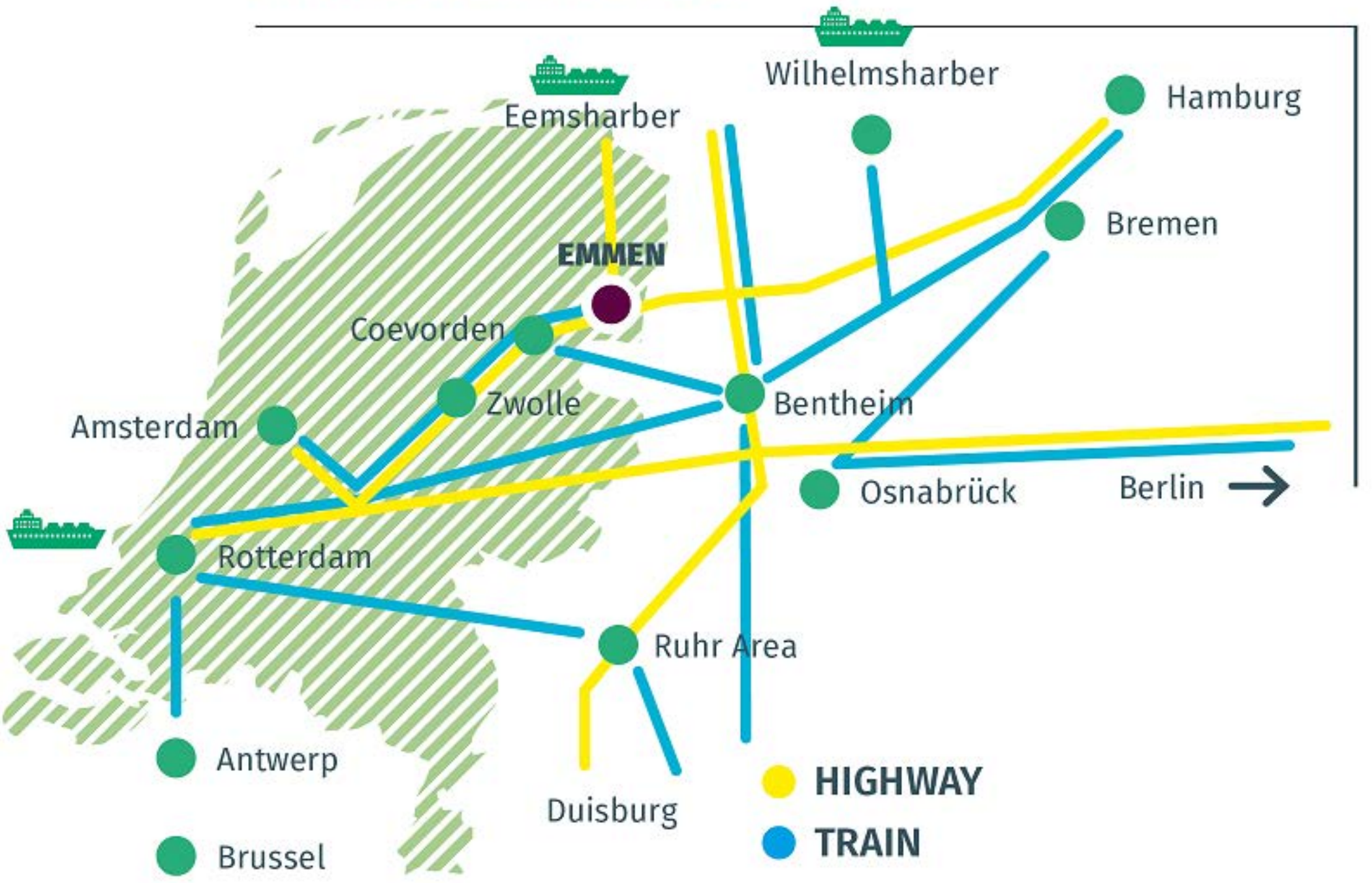
[redacted] de memo die aanstaande maandag op de agenda staat van Henk Brink. Insteek is om hem mee te nemen in de concept propositie die er momenteel ligt. Er zijn nog tal van open einden, waarbij we als noordelijke provincies nog vragen over hebben. Neemt niet weg dat het goed is om hem mee te nemen in het proces en hem input te laten geven over de concept propositie die er voorligt vanuit logistiek.

@ & mogelijk dat jullie dit kunnen gebruiken als input voor het informeren van jullie bestuurders? Ik heb het enigszins beperkt gehouden, hoe meer ik opschrijf, hoe meer vragen er volgen. Eerst maar eens peilen hoe 'enthousiast' hij wordt van dit concept wat er nu ligt.

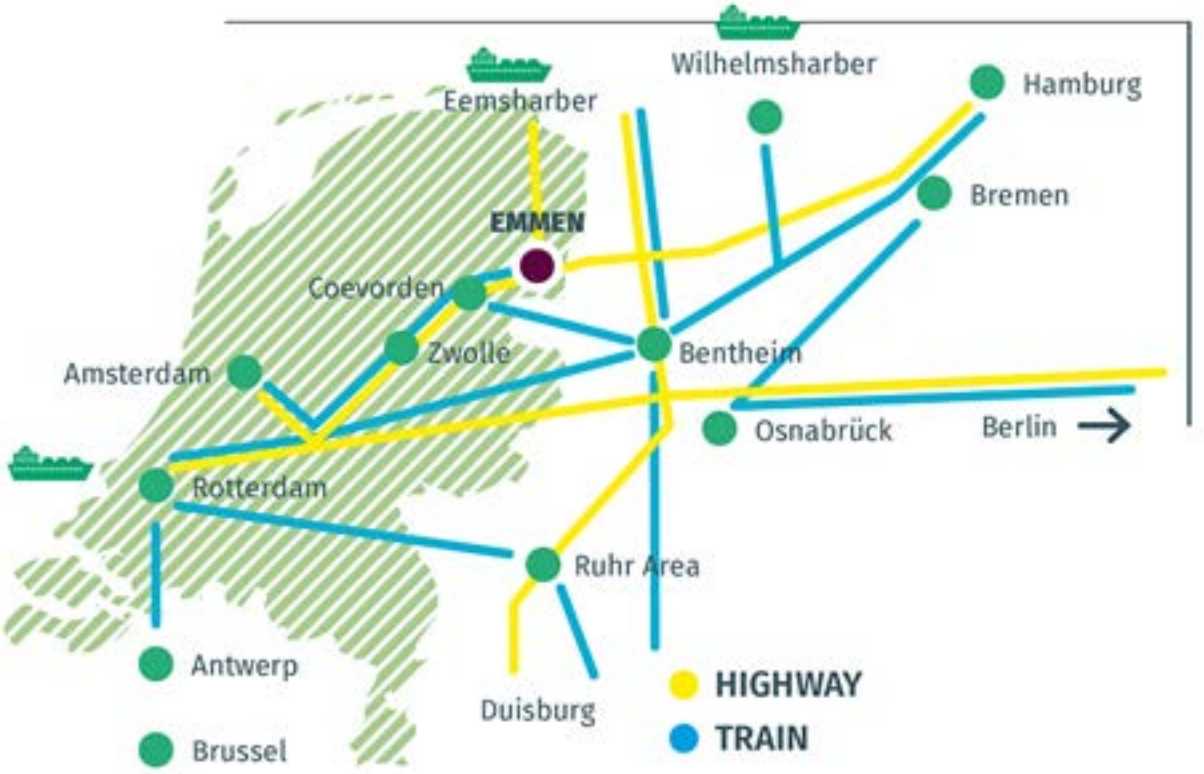
Met vriendelijke groet,

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-
Email: drenthe.nl

LOGISTIC HOTSPOT



LOGISTIC HOTSPOT





STRATEGIC LOCATION

On the A28/A37 (E233) transport route to the German harbours and Scandinavia.



FASTEST/SHORTEST CONNECTION

From the Randstad to Bremen, Hamburg and Scandinavia via the E233. This is currently being updated to a motorway.



RAIL CONNECTION

A cross-border railway at Coevorden, that connects the Dutch Railway network with the rest of Europe. Daily direct goods trains via the railway terminal in Coevorden and via the terminal in Bentheim to Rotterdam, Malmö, Budapest and other destinations.



STRATEGIC LOCATION
On the A28/A37 (E233) transport route to the German harbours and Scandinavia.

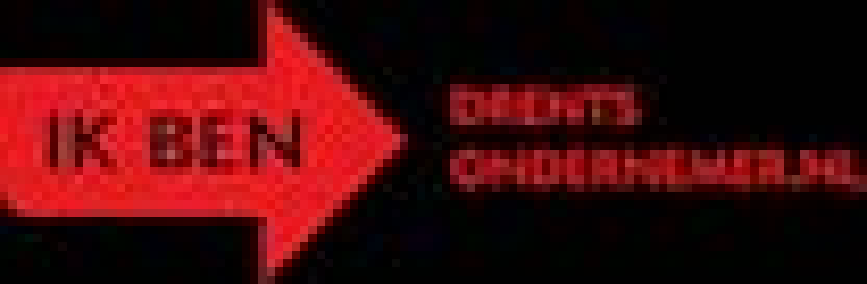


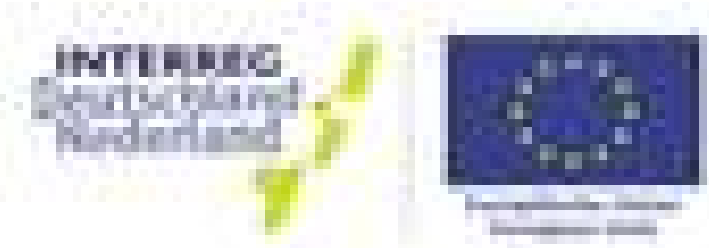
FASTEST/SHORTEST CONNECTION
From the Randstad to Bremen, Hamburg and Scandinavia via the E233. This is currently being updated to a motorway.



RAIL CONNECTION
A cross-border railway at Coevorden, that connects the Dutch Railway network with the rest of Europe. Daily direct goods trains via the railway terminal in Coevorden and via the terminal in Bentheim to Rotterdam, Malmö, Budapest and other destinations.


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Memo POHO Economie	provincie Drenthe
Gedeputeerde	Henk Brink
Afschrift	Erik Bos
Datum	27-11-2018
Poho datum	3-12-2018
Opsteller	
Afgestemd met	Erik Bos,
Onderwerp	Voortgangsrapportage TopDutch
Doel memo	☒ Ter discussie ☐ Ter informatie ☐ Ter besluitvorming
Bijlage	2
Naar GS	nee

Inleiding
Maandag 3 december is er een EZ-gedeputeerdenoverleg, waar onder meer TopDutch op de agenda staat. Vanuit de opdrachtnemer is er een voortgangsrapportage opgesteld, inclusief een jaarplanning 2019. Tijdens het gedeputeerdenoverleg op 3 december worden het overall concept, de communicatie- en campagnestrategie en de ondersteunende technologische infrastructuur gepresenteerd. Daarnaast wordt 3 december ook de chemie thema-campagne gepresenteerd. Deze presentatie is aan de kerngroep en de communicatie adviseurs getoond.

In deze memo staan de belangrijkste aandachtspunten op een rij. Dit ter bespreking voor het poho op maandagochtend voorafgaand aan het EZ-gedeputeerdenoverleg.

Aandachtspunten Voortgangsdocument TopDutch
De rapportage blikt kort terug, geeft de huidige status weer en geeft een vooruitblik. Sinds september heeft Initio zich volledig toegelegd op het ontwikkelen van de basis van het TopDutch merk. Hieronder vallen o.a. de definitieve positionering, het overall communicatie-concept, de communicatie en campagnestrategie en de samenwerking met de NOM. Vanuit deze basis gaat Initio vanaf 16 december alle campagnes opbouwen en uitvoeren.

Hieronder een aantal aandachtspunten/vragen:

- Initio is ingehuurd om suspect (mogelijke 'klanten') in kaart te brengen en via een campagne te benaderen zodat ze prospects ('klanten') worden. In de eerder gegeven presentatie kwam dit onvoldoende naar voren. Ook het verband tussen de oude en de nieuwe campagne miste. Wat kunnen we behouden van het bravoure van de oude campagne en waar, hoe, wat, wanneer en hoe vaak gaan we nu verder? Wat wordt onze (campagne) focus?
- We zijn nu twee jaar bezig met TopDutch. Hoeveel leads/prospects zijn er binnengekomen?
- We zitten op 45% van het budget en er is nog geen campagne geweest. Hoe kan dat? Wat betekent dit voor de campagnes, minder budget?
- In 2018 zouden er drie campagnes draaien, er komt er nu 1 in december. Wat betekent dit voor de planning? En wat gaat deze campagne inhouden?
- Er is een nieuwe basis voor het TopDutch merk ontwikkeld. Voor wie is dit nu ontwikkeld (welke doelgroep) en hoe bereikt het deze doelgroepen? Wat is het advies van Initio op welke doelgroepen we ons moeten gaan richten? Wat zijn de laaghangende vruchten en waar zetten we op langere termijn voor in? Hoe lang moet de campagne in totaal duren? En vanaf wanneer mogen we resultaat verwachten van de campagne?
- Het idee is om een breinpositie te verkrijgen bij internationale bedrijven die mogelijk willen verhuizen, voordat ze zich hebben gemeld bij het NFIA. Hoe bereik je nu (online) welke internationale bedrijven?
- Het idee is om per thema vijf succesverhalen in artikelvorm te maken. Hoe gaan deze succesverhalen gerealiseerd/ gecreëerd worden? Wie levert input en wie bepaalt of de verhalen akkoord zijn? Is dit onderdeel van een propositie?

- Wat gaat er precies gebeuren bij de lancering van een themacampagne? Worden hier de vijf verhalen getoond? Hoe wordt dan traffic bij wie gegenereerd? Hoe zit dat met de targetbedrijven?
- Wat gaat er vanuit TopDutch op 16 december gebeuren bij Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen? Waar is de propositie Chemie?
- Er worden naast de themacampagnes drie Hero-campagnes uitgevoerd. Wat houdt dit in en wie is de doelgroep? Is dat bijv het groots lanceren van de nieuwe ~~-~~campagne/ ingeslagen weg~~website~~?
- Hoe is door het consortium Initio- en gereageerd op het voorstel van Zijn ze eruit gekomen?
- Is er al een onafhankelijke voorzitter op het oog?
- In de presentatie aan de communicatie adviseurs is een nieuw logo gepresenteerd. Het advies is om het huidige logo te behouden. De kosten om over te gaan op een nieuw logo zijn groot. En al helemaal om over te gaan op het nieuwe logo wat is gepresenteerd: een logo met kleurverloop. Dit betekent hoge drukkosten.


provincie Drenthe

provincie Drenthe

Date : 28-6-2017 15:15:11
From : "[redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : Re: n.a.v. TT
Attachment : image001.jpg;

Bedankt voor bericht [redacted] top!!

Groeten [redacted]
Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: [redacted]
Datum: 28-06-17 15:08 (GMT+01:00)
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: n.a.v. TT

Dag [redacted]
In de bijlage het programma en de deelnemers.
Het ging om een netwerkbijeenkomst voor de mensen die zich bezighouden met Topdutch (campagne om Tesla batterijfabriek naar Noord-NL te verleiden).
We waren met 25 deelnemers uit het noorden vanuit onderwijs/bedrijfsleven/overheid/NOM. Op uitnodiging van Henk Brink was dit de 1e keer dat we elkaar face-to-face spraken.
Insteek was netwerken, terug- en vooruitblik Topdutch en ideeën uitwisselen. Ook het gezamenlijk topdutch-gevoel uitdragen. Overal lagen groene Topdutch-brillen en Topdutch bierviltjes.
Henk heeft vol enthousiame als gastheer opgetreden. Naast de TT-box zijn we achter de schermen geweest op de Paddock en heeft Henk geregeld dat we in de toren konden en met [redacted] in gesprek konden. Vanuit toren uniek zicht op start/finish.
Dynamische omgeving TT was perfecte locatie! Na afloop kregen we ook zeer positieve reacties terug! Al met al een zeer geslaagde dag!
Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 27 juni 2017 17:34
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: n.a.v. TT
Graag ☺

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 27 juni 2017 16:44
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: n.a.v. TT
Ha [redacted] Ja sorry, gisteren was ik vrij en ben nu door de mails aan het ploeteren. Mag ik hier morgen op reageren?

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 27 juni 2017 16:44
Aan: [redacted]
Onderwerp: FW: n.a.v. TT
Hallo [redacted]
Zie onderstaande 'enthousiaste' reactie van [redacted], mag ook korter hoor ☺
Gr. [redacted]

Van: Herman Cock
Verzonden: maandag 26 juni 2017 13:45
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: n.a.v. TT
Hoi [redacted]
Van mij het volgende.
Op zaterdag 24 juni is een netwerk bijeenkomst gehouden in de VIP-box van de provincie Drenthe op het TT-circuit, met als thema : Circulaire economie In Drenthe.
Het programma (opgenomen in bijgevoegde uitnodiging) lipe van 11.00 -15.00 uur. Bijgevoegd de lijst van deelnemers op 24 juni.
De uitnodiging was namens de provincie Drenthe en NICE. (Noordelijke Innovatielab Circulaire Economie)
Doel van het programma was netwerken en versterken onderlinge relaties. De samenstelling van de groep was 1/3 overheid,1/3 onderwijs en 1/3 MKB.
De gasten werden aan het begin van het programma welkom geheten door de voorzitter van TT Circuit, Arjen Bos, waarna Tjisse Stelpstra de

gasten namens de provincie welkom heette en hij het belang van de circulaire economie en de rol van de provincie Drenthe daarin nog eens benadrukte. Vlak voor de lunch sprak de kwartiermaker van NICE , [redacted], de gasten toe en heeft hij kort uiteen gezet wat NICE zou kunnen doen in de regio voor de circulaire economie.
De deelnemers zijn ook nog aan het werk gezet. Zij werden gevraagd om op flaps aan de geven welke kansen men ziet op het gebied van circulaire economie in Drenthe. Van deze mogelijkheid werd gretig gebruik gemaakt.
Veel van de gasten vonden het een geslaagde bijeenkomst omdat er veel nieuwe contacten zijn gelegd en vervolg-afspraken werden gemaakt.
Om 17.00 uur waren de meeste gasten vertrokken en konden we terug zien op een geslaagde netwerk bijeenkomst.
Dat de het TT circuit en onze VIP box een extra uitstraling betekent werd mij voor de zoveelste keer weer duidelijk.
Deelnemers die voor het eerst werden uitgenodigd op deze locatie waren erg enthousiast. Eén van de deelnemer kwam er zelfs voor uit Zeeland naar Assen. Ik ben er van overtuigd dat deze persoon nooit was gekomen als deze bijeenkomst op een andere minder aansprekende locatie was georganiseerd.
Tot slot was de ondersteuning weer voortreffelijk geregeld en daarvoor een groot compliment aan met name [redacted] die de hele dag alle horeca taken voor haar rekening heeft genomen.
Tot zover
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 26 juni 2017 12:28
Aan: [redacted]
Onderwerp: n.a.v. TT

Hallo [redacted] en [redacted]
Willen jullie mij even kort mailen hoe afgelopen vrijdag en zaterdag is gegaan, ter info voor GS en directie.

- Aantal personen:
- Op uitnodiging van ???:
- Doel:
- Programma:
- Aanwezige 'VIP's':
- Overige (wat je kwijt wil ☺):

Alvast bedankt !!!
Gr. [redacted]

provincie Drenthe

Date : 21-7-2017 13:19:21
From : @drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Subject : RE: noordelijke dag
Attachment : image001.png;

Top!beneden in kantine

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Team Communicatie |PROVINCIE DRENTHE | Postbus 122, 9400 AC | Assen
T (0592)
@drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag-dinsdag-donderdag-vrijdag

Van:
Verzonden: vrijdag 21 juli 2017 13:19
Aan:
Onderwerp: RE: noordelijke dag

Ik kan tot 14 uur, daarna moet ik weg. Waar gaan jullie zitten?

Van:
Verzonden: vrijdag 21 juli 2017 13:18
Aan:
Onderwerp: RE: noordelijke dag

Volgens mij niet.. als ik het goed begreep heeft hij vakantie. Maar blijft denk ik handig dat jij ook even aansluit (als je tijd hebt) om mee te denken..

Van:
Verzonden: vrijdag 21 juli 2017 13:03
Aan:
Onderwerp: RE: noordelijke dag

weet je al of aansluit?

Van:
Verzonden: donderdag 20 juli 2017 8:29
Aan:
Onderwerp: RE: noordelijke dag

Om 13.30 hier in het provinciehuis.
Hgr

Van:
Verzonden: woensdag 19 juli 2017 9:12
Aan:
Onderwerp: RE: noordelijke dag

Op zich ok dat hij meekomt, kunnen we ideeën uitwisselen. Hoe laat is de afspraak?

Van:
Verzonden: dinsdag 18 juli 2017 14:32
Aan:
Onderwerp: RE: noordelijke dag

Ja vroeg of hij dan ook moest uitnodigen... dat leek logisch..

Van:
Verzonden: dinsdag 18 juli 2017 14:32
Aan:
Onderwerp: RE: noordelijke dag

Naar voren geschoven door [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 18 juli 2017 14:31
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: noordelijke dag

[redacted] is tot nu toe helemaal niet betrokken hierbij… hij komt in principe vrijdag ook mee..

Gr [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 18 juli 2017 14:24
Aan: [redacted]
Onderwerp: RE: noordelijke dag

Hoi [redacted],

Op welke manier is [redacted] nu betrokken bij dit traject?

En hij komt vrijdag ook mee?

Gr
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 18 juli 2017 9:11
Aan: [redacted]
Onderwerp: noordelijke dag

Hoi [redacted]
Wat betreft de Noordelijke dag zal Top Dutch toch meer in de uitstraling naar voren komen dan tot nu toe het geval was.
De vraag is even wat dit betekent voor de inhoudelijke boodschap(pen). Jij bent degene hier in huis die helemaal op de hoogte is van topdutch toch? Vrijdag is [redacted] hier en waarschijnlijk ook [redacted] Misschien zie je kans om aan te sluiten? Anders van te voren misschien nog tijd om elkaar even te spreken?
Hgr [redacted]


provincie Drenthe

Date : 18-10-2017 15:38:33
From : "[redacted]@dewoldenhoogeveen.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : Re: Notulen vorige Acq. overleg
Attachment : image002.jpg;image003.png;

Helder. Weet ik wat hiermee exact werd bedoeld.
Hiervan was ik al op de hoogte.
Dank voor je reactie.
Groe[redacted]

Verzonden vanaf mijn Huawei mobiele telefoon

------- Oorspronkelijk bericht -------
Onderwerp: RE: Notulen vorige Acq. overleg
Van: [redacted]
Aan: "[redacted]"
Cc:

Dag [redacted]

Hieronder wat info over Topdutch:

Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Tesla zoekt namelijk nog een locatie voor een fabriek in Europa. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord-Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify.

Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. De gewenste campagne gaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Vanwege de omvang van een tweejarige noordelijke campagne a EUR1,2 miljoen was het nodig een Europese aanbesteding op te zetten. Op 27 september is in PS Drenthe akkoord gegeven op het beschikbaar stellen van de middelen. De gunning is verstrekt aan het noordelijk consortium Initio (Groningen), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Friesland).

De nieuwe campagne is erop gericht om Noord-Nederland te presenteren als aantrekkelijke regio om een (internationaal) bedrijf te vestigen. Met de internationale campagne gaan we uitleggen waar we trots op zijn. Dat we Top Dutch zijn. Doel van de tweejarige campagne is om de drie noordelijke provincies sterker te profileren voor internationale acquisities op het gebied van de chemische sector, circulaire economie, HTSM, healthy ageing, energie, agri/dairy, water, digitalisering, vrijetijdseconomie en mobiliteit. Binnen vijf jaar na de campagnestart moeten er 2.000 nieuwe arbeidsplaatsen worden gecre?erd.

Vanuit Vierkant voor Werk is het handig hierop aan te haken, dus ook deze regio voor het voetlicht brengen in Topdutch. Wat is onze propositie bijv tav chemie, energie, htsm en mobiliteit? Hierbij de sterke en onderscheidende punten naar voren laten komen.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
[Beschrijving: Beschrijving: untitled]
Provincie Drenthe - Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen - Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t +31 (0592) [redacted] | @[redacted]drenthe.nl<mailto[redacted]drenthe.nl> | i www.provincie.drenthe.nl<http://www.provincie.drenthe.nl/>

P een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]@dewoldenhoogeveen.nl]
Verzonden: woensdag 18 oktober 2017 10:01
Aan: [redacted]
Onderwerp: Notulen vorige Acq. overleg

[redacted]

Ik zag in de notulen van het vorige acq. werkgroep overleg, (waar ik helaas niet bij kon zijn) het volgende staan bij je naam:

- 2 jaar noordelijke campagne Topdutch is 3x4 ton beschikbaar gesteld. Hier goed aanhaken en inbrengen

o Wat bedoel je hier precies mee? Wat wordt er van ons verwacht?

Alvast bedankt voor je reactie.

Met vriendelijke groet,

[redacted]@dewoldenhoogeveen.nl>
Aanwezig: di, wo, do, vr
[http://www.dewoldenhoogeveen.nl/logo/gemeentedewoldengemeentehoogeveen.png]

--

****

Dit bericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Als u niet de geadresseerde

bent en toch dit bericht heeft ontvangen, verzoeken wij u vriendelijk contact met de

afzender op te nemen en het e-mailbericht te verwijderen.

****

provincie Drenthe





Gemeente
Hoogeveen

Date : 20-10-2017 11:44:37
From : "
To : "' provinciegroningen.nl, " fryslan.frl" fryslan.frl,
@provinciegroningen.nl
Subject : RE: Opdrachtverlening
Attachment : Opdrachtverlening eh.docx;

Dag allen,

Het stuk heb ik doorgenomen en het ziet er al goed uit.
In de bijlage nog wat aanvullingen en opmerkingen.
Moet we a la opdrachtverstrekking NOM niet ook wat kpi's benoemen in dit stuk?

Gr

Van: [mailto: provinciegroningen.nl]
Verzonden: donderdag 19 oktober 2017 11:30
Aan: fryslan.frl; Huneman B.D.
Onderwerp: Opdrachtverlening

Dame Heren
Wil dit als basis gebruiken, hebben jullie aanvullingen/opm.?
Schrijf na de FO's de GS Nota en de opdrachtbrief aan initio
Vr gr

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het samenwerkingsverband Initio DBK uit Groningen (penvoerder en opdrachtnemer), Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drenthe~~bedrijf INITIO~~ heeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit ~~bureau~~ samenwerkingsverband worden gegund. Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing

Met opmerkingen [ ]: Deze twee onderdelen worden hieronder niet uitgewerkt

Aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Dit kernteam belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (NOM), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Huneman (Groningen). Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Organisatie

In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland. Als mogelijke campagne onderwerpen zijn genoemd:

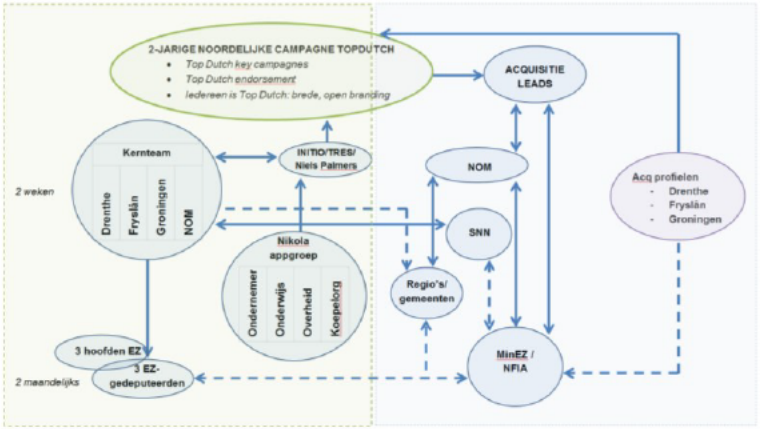
- Vergroening chemie / Circulaire economie
- Water
- Medtech / Life science
- Agri / Dairy

- ICT
- Vrijetijds-economie

Het kernteam zal hiervoor voorstellen doen richting de EZ gedeputeerden, campagnes worden pas gestart na goedkeuring van deze bestuurders.

Met opmerkingen [ ]: Dit zal op korte termijn zijn. Wat is het procesvoorstel om te komen tot de keuze?

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom Topdutch en het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden. In het linkerdeel staat de organisatiestructuur rondom Topdutch weergegeven en in het rechterdeel de structuur ten aanzien van leads/acquisitie gekoppeld aan Topdutch.



De deelnemers van het kernteam zijn ~~voor hun eigen organisatie~~ de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd. Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whats-app groepen, met daarbij een brede hoofd whatsapp groep en thematische deelgroepen.

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies (Als een andere provincie deze rol graag wil overnemen is dat natuurlijk mogelijk).Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

Met opmerkingen [ ]: Tijdens ons vorig overleg was het idee dat Drenthe penvoerder wordt omdat het terugploegpotje van de NOM door drenthe beheert wordt. Ik moet dit nog even met Erik bespreken

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor Topdutch.
- Besluit om Initio een voorschot van € 300.000,- te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Verdere bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

Met opmerkingen [eri4]: had het vorige keer over een soort financieel dashboard met info over wat waar voor nodig is

Date : 20-12-2018 10:40:02
From : " [redacted] **topdutch.com**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Re: Opties inzet campagne budget

Hi [redacted]

Dan moet je (of je collega) dit vooraf met je gedeputeerde overleggen.
Bij voorstel 2 staat LS&H, of Energie, of Tech/HTSM?

Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: [redacted]
Date: Thursday, 20 December 2018 at 10:18
To: [redacted]
Cc: [redacted]
Subject: RE: Opties inzet campagne budget

Hoi [redacted] dit besluit is aan de EZ-gedeputeerden lijkt mij. En waarom staat van de 6 gekozen thema's LS&H bij voorstel 2 als key story? Gr [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 20 december 2018 10:14
Aan: [redacted]
CC: [redacted]
Onderwerp: Opties inzet campagne budget
Hi kernteam,
Zoals jullie weten is er binnen de nieuwe budgetverdeling een totaal van 487.500,- gereserveerd voor de campagnes.
Hiervan is al 122.000,- ingezet. Voor de huidge chemie campagne zetten wij ongeveer 60.000,- in.
Voor de verdere inzet van het budget, leg ik graag de volgende twee voorstellen aan jullie voor – zoals gister gepresenteerd.
Voorstel 1 heeft onze voorkeur. Zo kunnen we namelijk alle thema's (sectoren) uitwerken en presenteren voor TopDutch en de NOM.
Deze thema's kunnen ook allemaal worden meegenomen in de social listening campagne-strategie.
Daarbij is dit voorstel ook conform aanbesteding (4 – 6 campagnes), met een totaal van 5 campagnes (inclusief Electrify) in deze twee jaren TopDutch.

Voorstel 1 (voorkeur)

- Electrify campagne: 103,5k
- Chemie campagne fase 0 (Q2 / Q3 2018): 19k
- 4 campagnes - compleet: 240k
  - Chemie
  - Agridairy/agrifood
  - Logistiek
  - WaterTech
- 4 thema - key stories: 75k
  - Digital
  - Life Sciences & Health
  - Energy
  - Tech/HTSM
- Social listening & beheer : 50k

Voorstel 2

- Electrify campagne: 103,5k
- Chemie campagne fase 0 (Q2 / Q3 2018): 19k
- 5 thema campagnes - compleet: 300k
  - Chemie
  - Agrifood/dairy
  - Logistiek
  - WaterTech
  - Digital
- 1 thema - key stories : 15k
  - Life Sciences & Health *of* Energy *of* Tech
- Social listening & beheer: 50k

Zullen/kunnen we hier bij het eerstvolgende kernteam-overleg op **16 januari** een besluit over maken?
Met hartelijke groet,
[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com

Date : 22-1-2019 15:36:53
From : "provinciegroningen.nl
To : "Erik Bos" drenthe.nl
Cc : "fryslan.frl" fryslan.frl, "drenthe.nl
Subject : Re: Organisatie TD update
Attachment : image001.png;image002.png;

Eens erik

Vriendelijke groet

Op 22 jan. 2019 om 13:50 heeft Erik Bos < drenthe.nl> het volgende geschreven:

10.2g

Groeten,

Erik

Van: < provinciegroningen.nl>
Verzonden: dinsdag 22 januari 2019 13:17
Aan: fryslan.frl; Erik Bos < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
Onderwerp: FW: Organisatie TD update

Van: < topdutch.com>
Verzonden: maandag 21 januari 2019 12:27
Aan: < < provinciegroningen.nl>
CC: < initio.nl>
Onderwerp: Organisatie TD update

Hi en

Hieronder input van mijn kant. Wellicht kunnen jullie kijken of dit voldoende is, danwel welke tekst/uitleg verder benodigd is?

Hoor graag.

Organisatie update TopDutch
Organisatie als beschreven in aanbesteding:
Organisatie na uittreden en

Rol strategie en concept opgepakt door creatief directeur van Initio; content-ontwikkeling opgepakt door team journalisten/copy writers.
Rol online campagnestrategie, media-inkoop en rapportage opgepakt door Harvest Digital.

Met hartelijke groet,

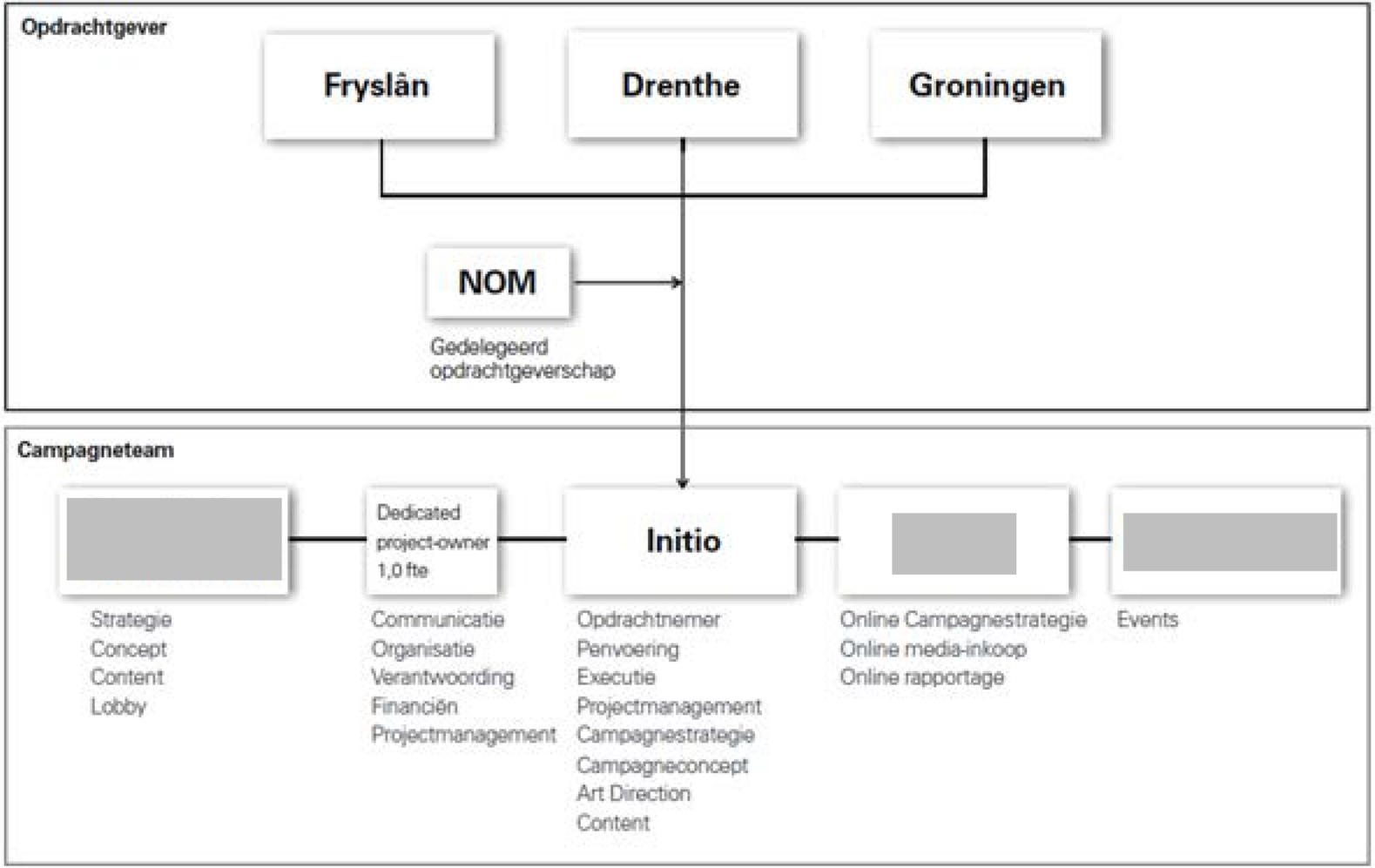
t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com
Met hartelijke groet,

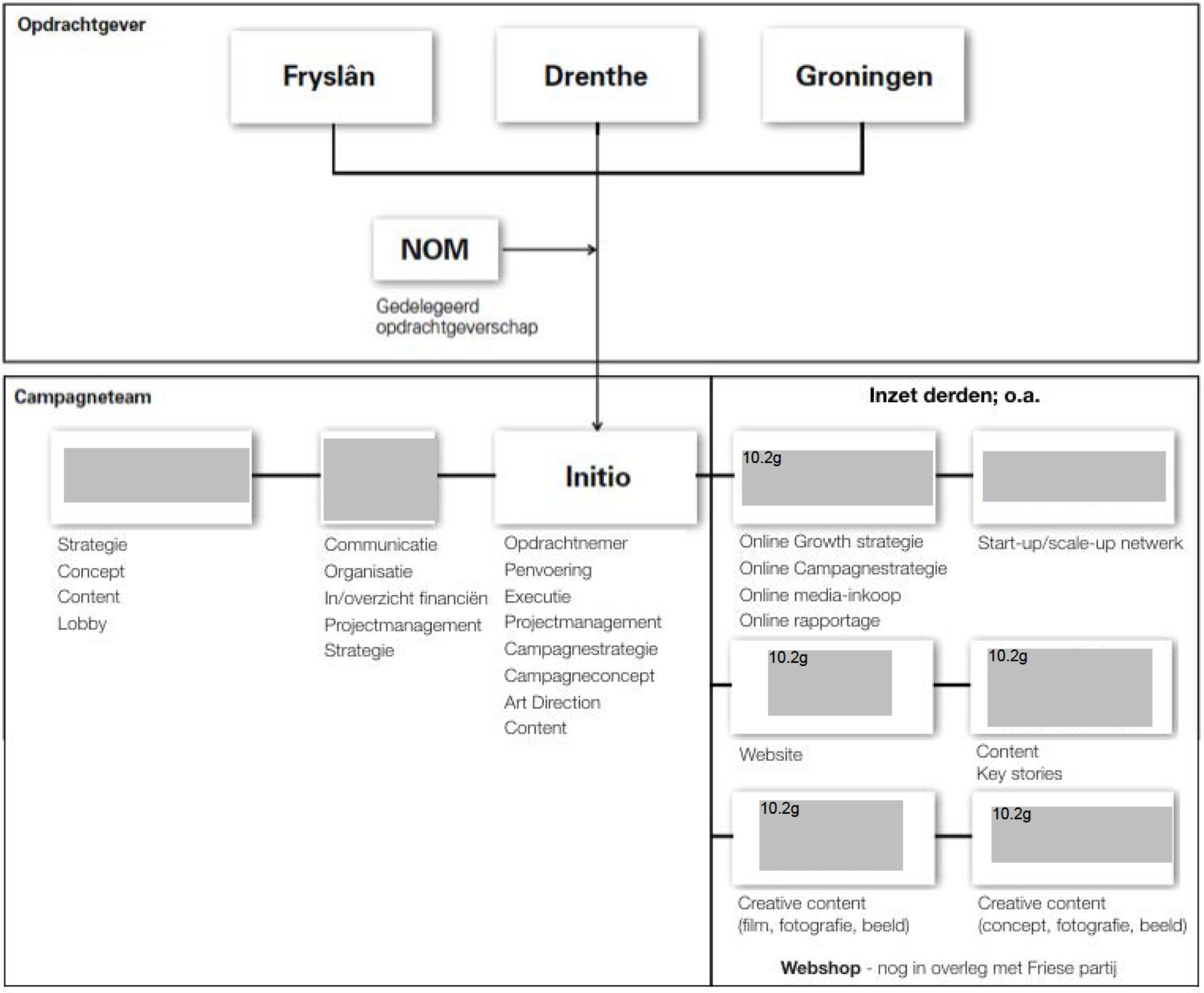
t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

Op onze website kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.

https://www.provinciegroningen.nl/servicenormen/

Op onze website kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
https://www.provinciegroningen.nl/servicenormen/


Opdrachtgever
Fryslân
Drenthe
Groningen
NOM
Gedelegeerd opdrachtgeverschap
Campagneteam
Dedicated project-owner 1,0 fte
Initio
Strategie
Concept
Content
Lobby
Communicatie
Organisatie
Verantwoording
Financiën
Projectmanagement
Opdrachtnemer
Penvoering
Executie
Projectmanagement
Campagnestrategie
Campagneconcept
Art Direction
Content
Online Campagnestrategie
Online media-inkoop
Online rapportage
Events


Opdrachtgever
Fryslân
Drenthe
Groningen
NOM
Gedelegeerd opdrachtgeverschap
Campagneteam
Initio
Strategie
Concept
Content
Lobby
Communicatie
Organisatie
In/overzicht financiën
Projectmanagement
Strategie
Opdrachtnemer
Penvoering
Executie
Projectmanagement
Campagnestrategie
Campagneconcept
Art Direction
Content
Inzet derden; o.a.
10.2g
Online Growth strategie
Online Campagnestrategie
Online media-inkoop
Online rapportage
Start-up/scale-up netwerk
10.2g
Website
10.2g
Content
Key stories
10.2g
Creative content
(film, fotografie, beeld)
10.2g
Creative content
(concept, fotografie, beeld)
Webshop - nog in overleg met Friese partij

Date : 18-10-2017 14:01:19
From : "
To : "' provinciegroningen.nl
Cc : " fryslan.nl" fryslan.nl
Subject : RE: Overleg topdutch morgen om 9.00 provinciehuis zaal Wierum
Attachment : Strategie.docx;

Hi hierbij het schema. Gr

-----Oorspronkelijk bericht-----
Van: [mailto provinciegroningen.nl]
Verzonden: dinsdag 17 oktober 2017 10:47
Aan:
CC: fryslan.nl
Onderwerp: Re: Overleg topdutch morgen om 9.00 provinciehuis zaal Wierum

Mannen ik ga m'n best doen het morgenmiddag af te ronden en rond te sturen

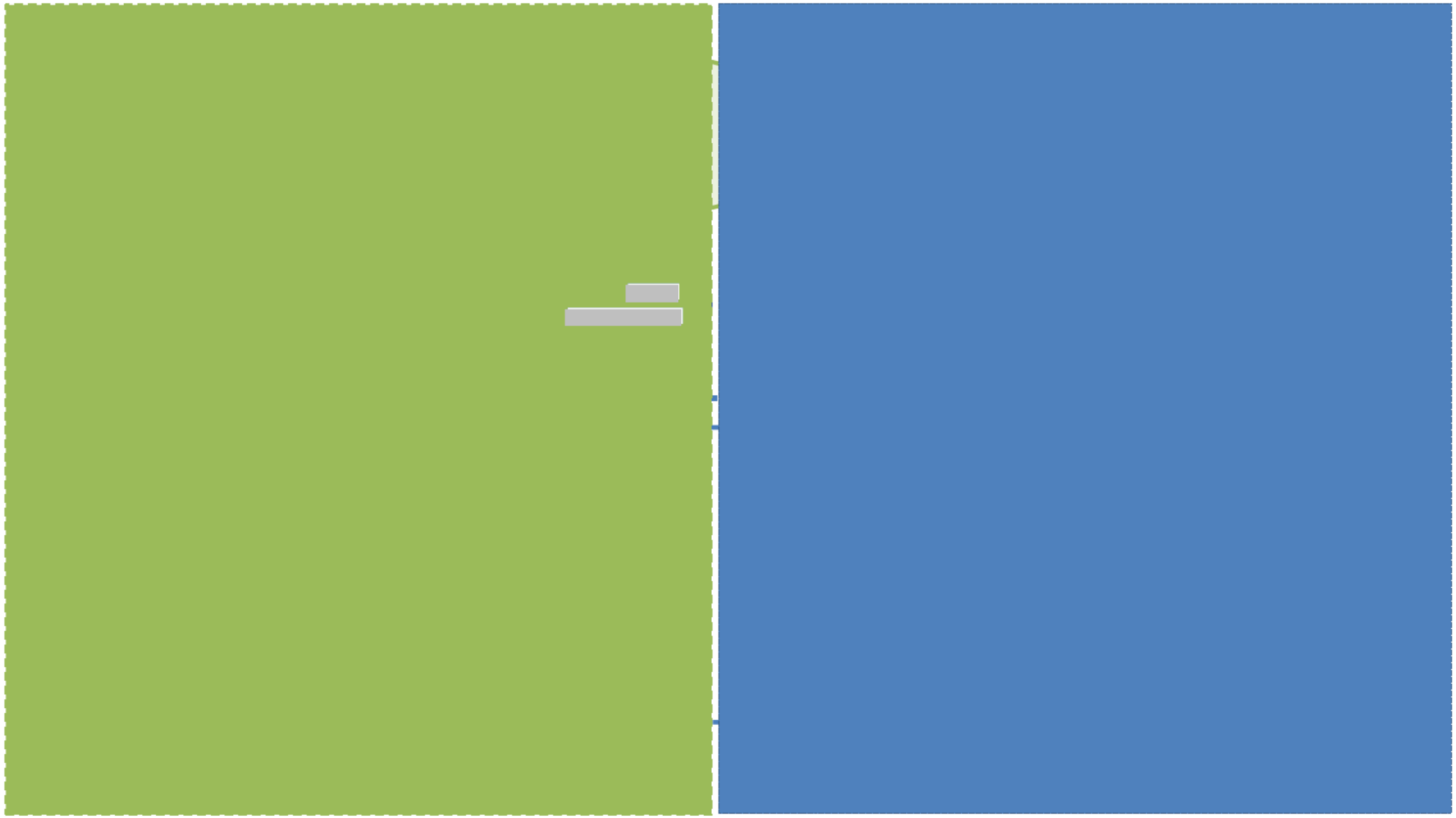
Vriendelijke groet

> Op 17 okt. 2017 om 09:57 heeft < drenthe.nl> het volgende geschreven:
>
> Ha
>
> Wanneer denk je concept gs nota rond te kunnen sturen?
> Ik weet niet hoe het bij jullie zit, maar bij ons moet het een week van tevoren op de routing.
> Als we voor di 31 okt gaan (nog voor 3 EZ-gedeputeerden overleg van 3 nov) en ik het ook nog met Henk wil bespreken dan moet het uiterlijk deze donderdag klaar zijn.
> Besluitvorming 3 EZ-ged op 3 nov gaat dan over:
> - opdracht Initio met alle voorwaarden en aard 7 richting campagne
> - daarnaast besluitvorming over opdracht 2018 aan NOM
>
> @ we hebben afgesproken om iedere 2 weken met de kerngroep (jij, en af te spreken en te rouleren qua locatie. We hebben een vaste dag, nl de wo ochtend van 9.30-11.00 uur. De eerstvolgende bijeenkomst is wo 1 nov om 9.30 uur op provinciehuis te Assen.
>
> Met vriendelijke groet,
>
>
> Vestigingsklimaat
> & acquisitie
>
> Provincie Drenthe – Economie
>
> | @ drenthe.nl | i
> www.provincie.drenthe.nl
>
> P een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?
>
>
>
>
> -----Oorspronkelijk bericht-----
> Van: [mailto provinciegroningen.nl]
> Verzonden: woensdag 11 oktober 2017 20:32
> Aan: growventures.nl; initio.nl; fryslan.frl;
> Onderwerp: Overleg topdutch morgen om 9.00 provinciehuis zaal Wierum
>
> Hallo allemaal,
> Vorige week hebben en ik om de tafel gezeten om de organisatie van de tweejarige campagne te bespreken. Zaken die we toen besproken hebben zet ik hieronder even op een rij, en kunnen wat mij betreft morgen ook zo als agenda worden benut.
>
> 1) Opdrachtverlening
> In Drenthe is er bestuurlijk akkoord gegeven voor de inzet van de middelen voor een tweejarige campagne, in Friesland en Groningen moet dit nog. Voor alle drie provincies geldt dat de organisatiestructuur en beschrijving van de werkwijze nog moet worden vastgesteld in de colleges van GS.
> Voorstel: werkt de afspraken die we morgen met elkaar maken rondom organisatie en structuur uit in een GS notitie en regelt daarmee eveneens de formele opdrachtverlening van de drie provincies. De notitie wordt door en voor besluitvorming ingediend in resp. Fryslân en Drenthe. De opdracht aan initio zal Daan bestaan uit een relatief eenvoudig standaardcontract en een begeleidende brief waarin we de door ons gewenste werkwijze en governance vastleggen.
> Daarnaast is afgesproken dat via de mail Initio op de hoogte brengt van het feit dat de Alcatel termijn vwb de aanbesteding is verlopen en dat er door andere indieners geen bezwaar is aangetekend. Dit betekent dat de opdrachtnemer er vanuit mag gaan dat de opdracht wordt gegund. (Wat mij betreft is dit die mail). De formele opdrachtbrief namens de drie provincies volgt begin november.
>
> 2) governance
> A) beslisstructuur, voorstel we gaan werken met een kleine kerngroep bestaande uit vertegenwoordiger(s) opdrachtnemer en en namens opdrachtgevers. In deze groep worden over en weer relevante zaken voorgelegd waar bestuurders van op de hoogte moeten zijn of over moeten beslissen. In eerste instantie zal het de eerste keren gaan over de opdrachtomschrijving de te kiezen thema's en inregelen financiële structuur. Voorstel is deze kerngroep iedere twee weken samen te laten komen. Relevante voorstellen uit deze groep worden uitgewerkt en maandelijks voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.
> Nog uitwerken: welke provincie wordt penvoerder, wie wordt eerste aanspreekpunt provincies voor snelle tussendoortjes etc.
> wordt contactpersoon voor relatie campagne en opvolgende acquisitie. Morgen een en ander verder bespreken.
>

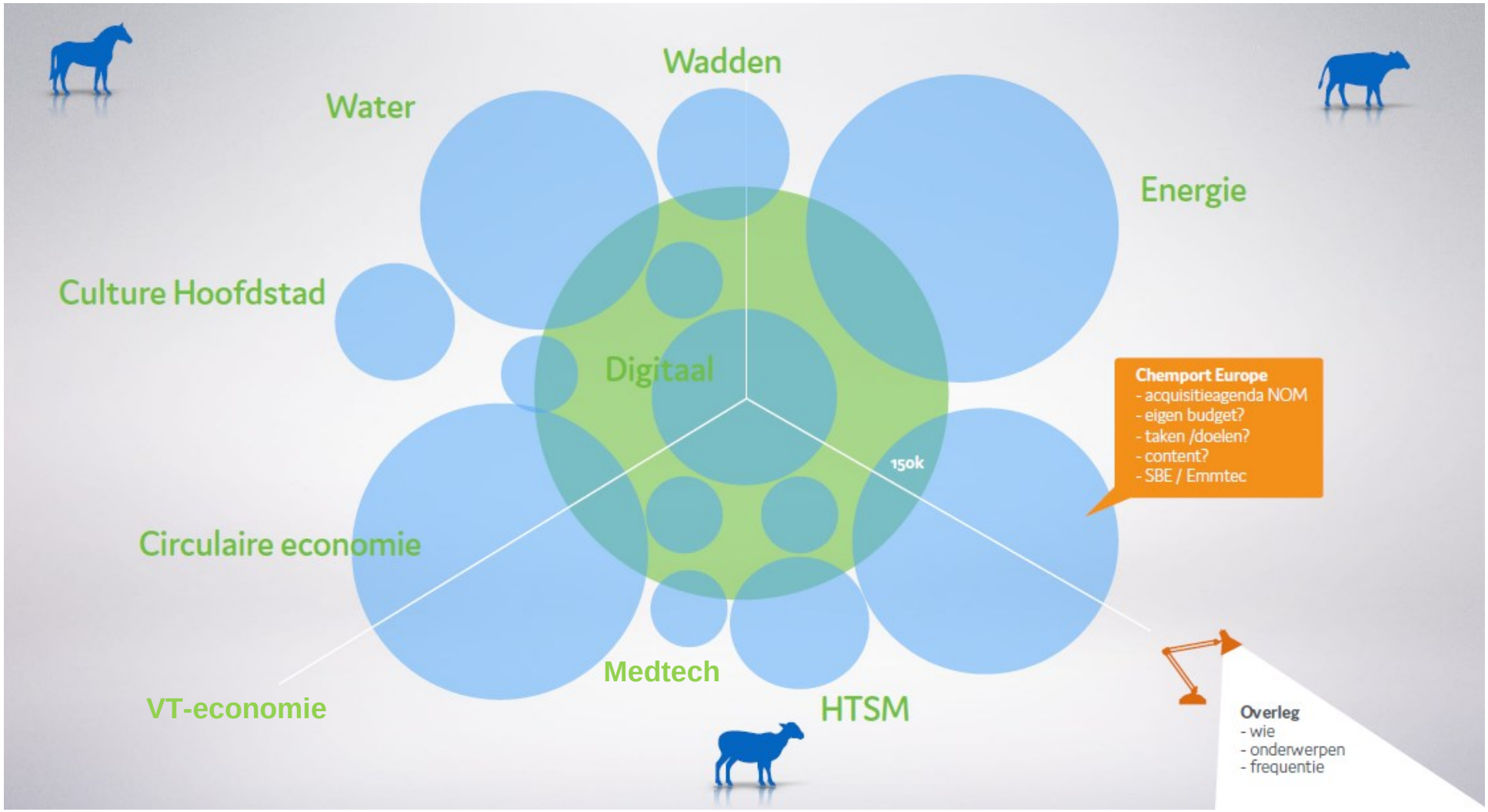
> B) financiën
> Voorstel: maandelijks financiële voortgang bespreken in kerngroep en
> per kwartaal een overzicht naar EZ gedeputeerdenoverleg
>
> Voorstel voor financiering: opdrachtgever maakt bij opdrachtverlening een voorschot van 25% over en verdere bevoorschotting wordt gedaan afhankelijk van de voortgang.
>
> 3) Alle andere zaken die we relevant vinden Mensen ik heb
> parkeerplekken voor jullie gereserveerd tot morgen Vr gr
> Verstuurd vanaf mijn iPad
>
> _____
>
> In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
> http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteits
> handvest/

_____

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/



Strategie: Vergroening en digitalisering



Date : 5-12-2018 12:08:38
From : ' **vdgdrenthe.nl**
To : ' **drenthe.nl, '** **drenthe.nl**
Subject : RE: Portefeuillehoudersoverleg EZ 20-12
Attachment : image001.png;

Dag en

Via kom ik bij jullie voor het aankomende portefeuillehoudersoverleg Economische zaken. Ik wil daar graag twee dingen agenderen:
Topdutch: in het ambtelijk overleg werden we meegenomen in de doorontwikkeling en achtergronden van TOPdutch. Dit lijkt mij ook relevant voor de bestuurders;
IWCN: Maartje de Jonge deed in het ambtelijk overleg een presentatie over het functioneren van het IWCN, deze wil ik graag bestuurlijk herhalen. Dit heb ik ook al afgesproken met Maartje. Ik begrijp dat jullie als provincie er ook annex mee zijn, kunnen jullie hier nog iets aan toevoegen?

Groet,

vdgdrenthe.nl
I: www.vdgdrenthe.nl

Bezoekadres:
Raadhuisplein 24
7901 BW Hoogeveen

Postadres:
Vereniging van Drentse Gemeenten
Postbus 20.000
7900 PA Hoogeveen

Van: **@drenthe.nl]**
Verzonden: donderdag 29 november 2018 14:39
Aan: a
CC:
Onderwerp: Re: Portefeuillehoudersoverleg EZ 20-12

Hallo ,

Voor genoemde onderwerpen kun je het beste contact opnemen met (Top Dutch) en (IWCN). Ik zal binnen ons team je vraag uitzetten.

Groet
Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 29 nov. 2018 om 14:20 heeft @vdgdrenthe.nl> het volgende geschreven:

> Dag
> 20 december is er een portefeuillehoudersoverleg Economische zaken. Ik vraag me af of daar nog onderwerpen vanuit de provincie voor zijn.
> Wat ik in ieder geval zou willen agenderen is het International Welcome Centre.
> Daarnaast zou ik graag iets met Top Dutch willen doen. Wie in jullie huis is hierbij betrokken?
> Ik hoor graag van je.
>
> vdgdrenthe.nl
> I: www.vdgdrenthe.nl
> **Bezoekadres:**
> **Raadhuisplein 24**
> **7901 BW Hoogeveen**
> **Postadres:**
> **Vereniging van Drentse Gemeenten**
> **Postbus 20.000**
> **7900 PA Hoogeveen**
>
> **********
>
> Dit bericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Als u niet de geadresseerde bent en toch dit bericht heeft ontvangen, verzoeken wij u vriendelijk contact met de af
>
> **********

****

Dit bericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Als u niet de geadresseerde bent en toch dit bericht heeft ontvangen, verzoeken wij u vriendelijk contact met de afzend

****



VERENIGING VAN
DRENTSE GEMEENTEN

Date : 5-11-2018 14:24:26
From : "Claudia drenthe.nl
To : " drenthe.nl, " drenthe.nl
Subject : RE: Positionering en voortgangsplanning

Voor elke woensdag geldt voor mij hetzelfde. Omdat we toch door moeten, vind ik het prima als dan alleen gaat.

Van:
Verzonden: maandag 5 november 2018 14:21
Aan:
CC:
Onderwerp: Re: Positionering en voortgangsplanning

21e zou ik kunnen tussen 12-14, maar dat is zonder dan en niet zo handig.

Verstuurd vanaf mijn iPad

Op 5 nov. 2018 om 13:18 heeft < drenthe.nl> het volgende geschreven:

> Kunnen jullie een week later vraagt of geldt dan hetzelfde voor jullie?
>
> **Van:**
> **Verzonden:** vrijdag 2 november 2018 10:11
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** RE: Positionering en voortgangsplanning
> Nee, dat is op mijn opleidingsdag.
> Lekker geregeld... Ik heb in mijn mail nog gezocht op en op 14 november omdat ik dacht dat ik het misschien gemist heb/ vergeten ben. Maar op beide zoekacties komt er niks naar boven.
>
> **Van:**
> **Verzonden:** vrijdag 2 november 2018 10:08
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** RE: Positionering en voortgangsplanning
> Pfff, zei dat ze alle drie de comm adviseurs had gevraagd.
> Je kan ook niet?
>
> **Van:**
> **Verzonden:** vrijdag 2 november 2018 10:07
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** RE: Positionering en voortgangsplanning
> Nee, ik ben niet gevraagd.
>
> **Van:**
> **Verzonden:** vrijdag 2 november 2018 9:49
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** RE: Positionering en voortgangsplanning
> ben jij überhaupt wel gevraagd?
>
> **Van:**
> **Verzonden:** vrijdag 2 november 2018 9:44
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** RE: Positionering en voortgangsplanning
> Of we even het signaal af dat we hier graag bij willen zijn, geven ze een sneer dat ze hier eerder mee moeten komen ☺ en vragen ze een nieuwe datum te plannen....
>
> **Van:**
> **Verzonden:** vrijdag 2 november 2018 9:42
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** RE: Positionering en voortgangsplanning
> Tja helaas, moeten ze ook eerder mee komen ☹
>
> **Van:**
> **Verzonden:** vrijdag 2 november 2018 9:33
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** RE: Positionering en voortgangsplanning
> Hoi Erik,
> We hebben dan de begrotingsbehandeling is PS, beetje onhandig. Ik had er graag bij willen zijn, maar dat lukt niet.
> Groeten,
>
> **Van:**
> **Verzonden:** donderdag 1 november 2018 14:49
> **Aan:** < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
> **Onderwerp:** FW: Positionering en voortgangsplanning
> Hoi
> Beetje laat, de stukken, want deze wilde ik meenemen naar afspraak met Henk.
> @ ik ga ervan uit dat jij bent uitgenodigd voor 14 november om 10.30 uur bij de NOM voor de presentatie van de

TopDutch positionering.
@ lukt het jou ook om erbij te zijn?
Met vriendelijke groet,

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: <topdutch.com>
Verzonden: donderdag 1 november 2018 13:25
Aan: <drenthe.nl>
Onderwerp: Positionering en voortgangsplanning

Hi
Zat de hele tijd in overleggen, maar begreep dat je graag de positionering en voortgangsplanning op de mail wilde hebben.
Zie bijlage.
Bij vragen hoor ik het graag!
Met hartelijke groet,

t +
e opdutch.com
w www.topdutch.com

Date : 3-12-2018 10:18:16
From : " **topdutch.com**
To : " **provinciegroningen.nl, "** **fryslan.frl, "** **drenthe.nl, "** **nom.nl, "** **nom.nl, "** **"** **a@nom.nl, "** **nom.nl**
Cc : " **initio.nl**
Subject : Re: Presentatie gedeputeerdenoverleg
Attachment : image001.png;

Hieronder de download-links naar de PDF en ppt versies:

https://wetransfer.com/downloads/ee662c731ab4ce6a76479825eb749f9120181203091606/41c93a689fea2d7bab026d2066d03c3720181203091606/4bac9b

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From:
Date: Monday, 3 December 2018 at 10:03
To: ' , ' , , , ,
Cc:
Subject: Presentatie gedeputeerdenoverleg

Goedemorgen,
In de WeTransfer link hieronder kun je de presentative voor het gedeputeerdenoverleg downloaden om te bekijken.
Het deel voor de chemie campagne wordt nog uitgebreid.
Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From: WeTransfer
Reply-To:
Date: Monday, 3 December 2018 at 10:01
To:
Subject: topdutch.com heeft je bestanden gestuurd via WeTransfer

Image removed by sender.

topdutch.com
heeft je bestanden gestuurd

1 bestand, in totaal 316 MB • Wordt verwijderd op 10 december 2018

Download je bestanden
Download je bestanden

Bijgaand de presentatie voor vanmiddag. Deel chemie campagne wordt

uitgebreid.

Download link

https://wetransfer.com/downloads/68f9f8b6f6850221d698da3294a420e620181203090028/6bf266d4ee195d90838482c58d23c6c920181203090028/f0a4b5

1 bestand

TopDutch - presentatie.key

Voeg noreply@wetransfer.com toe aan je contactpersonen om onze e-mails goed te ontvangen.

Over WeTransfer · Help · Algemene voorwaarden · Deze transfer rapporteren als spam

Download je bestanden

Date : 3-12-2018 15:00:10
From : " [redacted] **topdutch.com**
To : " [redacted] **provinciegroningen.nl, "** [redacted] **fryslan.fri, "** [redacted] **drenthe.nl, "** [redacted] **nom.nl, "** [redacted] **nom.nl,** [redacted] **@nom.nl, "** [redacted] **nom.nl**
Cc : " [redacted] **initio.nl**
Subject : Re: Presentatie gedeputeerdenoverleg
Attachment : image001.png;

Hi kernteam,

Hieronder de link naar de laatste versie van de presentatie (ditmaal in keynote en PDF):

https://wetransfer.com/downloads/6e8bb5e5b0eaf492f9c76a6692492fa920181203131306/342d0ec21189d9ba1fe84cf1f3aa218e20181203131306/c647a6

@[redacted] Soraya Ludema: inclusief stap 0!

Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: [redacted]
Date: Monday, 3 December 2018 at 10:18
To: [redacted]
Cc: [redacted]
Subject: Re: Presentatie gedeputeerdenoverleg

Hieronder de download-links naar de PDF en ppt versies:
https://wetransfer.com/downloads/ee662c731ab4ce6a76479825eb749f9120181203091606/41c93a689fea2d7bab026d2066d03c3720181203091606/4bac9b
Met hartelijke groet,
[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: [redacted]
Date: Monday, 3 December 2018 at 10:03
To: [redacted]
Cc: [redacted]
Subject: Presentatie gedeputeerdenoverleg
Goedemorgen,
In de WeTransfer link hieronder kun je de presentative voor het gedeputeerdenoverleg downloaden om te bekijken.
Het deel voor de chemie campagne wordt nog uitgebreid.
Met hartelijke groet,
[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: WeTransfer
Reply-To:
Date: Monday, 3 December 2018 at 10:01
To:
Subject: [redacted] topdutch.com heeft je bestanden gestuurd via WeTransfer

Image removed by sender.

[redacted] topdutch.com
heeft je bestanden gestuurd

1 bestand, in totaal 316 MB · Wordt verwijderd op 10 december 2018

Download je bestanden

Download je bestanden

Bijgaand de presentatie voor vanmiddag. Deel chemie campagne wordt uitgebreid.

Download link

https://wetransfer.com/downloads/68f9f8b6f6850221d698da3294a420e620181203090028/6bf266d4ee195d90838482c58d23c6c920181203090028/f0a4b5

1 bestand

TopDutch - presentatie.key

Voeg noreply@wetransfer.com toe aan je contactpersonen om onze e-mails goed te ontvangen.

Over WeTransfer · Help · Algemene voorwaarden · Deze transfer rapporteren als spam

Download je bestanden

Date : 18-10-2018 13:31:28
From : "[redacted]nom.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Cc : "[redacted]@drenthe.nl
Subject : Re: Propositie Tech TopDutch
Attachment : image001.jpg;

Dag [redacted] en [redacted]. Goed plan. Is 30 okt. Vroeg genoeg? Zou dat in Emmen kunnen? Ik kan nog die hele dag. Gr. [redacted]

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 18 okt. 2018 om 10:18 heeft [redacted] < [redacted]drenthe.nl> het volgende geschreven:

> Dag [redacted]
>
> Wij hebben elkaar nog niet ontmoet, maar ik heb je naam al meerdere malen gehoord ☺
> Voor TopDutch is een aantal thema's gekozen waarop campagne gevoerd gaat worden.
> Hiermee wordt het Noorden (inter)nationaal beter in beeld gebracht bij internationale prospects en andere beslissers.
> Per thema moet er een propositie liggen op basis waarvan campagne kan plaatsvinden.
> De verantwoordelijkheid voor het aanleveren van de proposities ligt bij de combinatie NOM/provincie.
> Voor de propositie 'Tech' (of HTSM) werd jouw naam genoemd, samen met die van mij vanuit Drenthe.
> Kunnen we hier binnenkort een afspraak voor inplannen? Dan sluit mijn collega Willeke de Roo ook aan.
>
> Met vriendelijke groet,
>
> [redacted]
> Provincie Drenthe – Economie
> Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
> t [redacted] | @ [redacted]drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl
> een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

provincie Drenthe

Date : 2-11-2018 17:20:55
From : [redacted]@tcnn.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : RE: Propositie TopDutch logistics
Attachment : TDL propositie.pdf;Voorstel campagne TDL.docx;TopDutch 18-19 DEF.docx;image002.jpg;image003.png;image004.png;image005.png;image006.jpg;

Beste [redacted]

[redacted] ontvang je de concept propositie van Initio (bijlage) zoals die er nu in concept ligt.

-De door jou hieronder genoemde punten komen nog onvoldoende terug in dit stuk. Initio is al in een vroeg stadium op de hoogte gebracht dat deze punten moesten worden opgenomen in de propositie.
-Bij de ING bank (sectorspecialist) ligt nu een verzoek om de huidige N-NL sector cijfermatig in kaart te brengen zodat we op basis hiervan ook een ambitie voor de toekomst kunnen formuleren.
-De stuurgroep buigt zich nog over de paragraaf infrastructuur en of we ons aansluiten met wat de SER N-NL hier vorig jaar over heeft aanbevolen.
-Verder komt de stuurgroep nog met een 'brede samenwerkingsvisie' die wel eens exact zou kunnen beschrijven hoe we in de nabije toekomst met elkaar om kunnen gaan.

Inmiddels heeft de stuurgroep de globale inhoud van de campagne goedgekeurd (bijlage). Al eerder hebben we een visie/werk document (bijlage) met de stuurgroep geformuleerd.

Vergeet overigens niet dat het budget van Initio voor het formuleren van de propositie fors is verlaagd (van 35 naar 15k) dus we moeten waarschijnlijk de verwachtingen enigszins temperen.

Misschien is het goed deze punten globaal in de komende stuurgroep vergadering mee te nemen waar jij, [redacted] en [redacted] ook aanwezig zijn.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

TechnologieCentrum Noord-Nederland
Paterswoldseweg 810
9728 BM GRONINGEN

Postbus 424
9700 AK GRONINGEN
T + 31 (0)50 575 28 26
www.tcnn.nl

Volg ons ook op social media

Nieuwsbrief TCNN | Disruptieve technologieën in het Noord-Nederlandse MKB!

Aanmelden voor onze nieuwsbrief? Klik hier

De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. TCNN is niet verantwoordelijk voor de inhoud van dit e-mailbericht en ook niet voor de juiste, volledige en tijdige verzending en ontvangst. Zij aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met de risico's die zijn verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

Van: [redacted]
Verzonden: vrijdag 2 november 2018 15:05
Aan: [redacted]
Onderwerp: Propositie TopDutch logistics

Ha [redacted],

Van [redacted] begreep ik dat jij de concept propositie TDL hebt. Zou je me die ook kunnen sturen?

Ik heb nog eens naar de offerteaanvraag gekeken inzake de propositie. Sluit het concept hierop aan?
Dit staat hierover opgenomen:

- Bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie dient er specifieke aandacht per provincie te zijn voor:

  a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;
  b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
  c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.

- Kom met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing van propositie. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek.

- Benoem in propositie wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland?

Resultaat:
Een breed gedragen onderbouwde én onderscheidende noordelijke Logistieke propositie die als input dient voor de logistieke campagne TopDutchResultaat:

- Een breed gedragen onderbouwde én onderscheidende noordelijke Logistieke propositie die als input dient voor de logistieke campagne TopDutch

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
| @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?








You
Tube

provincie Drenthe

Date : 22-11-2018 20:11:59
From : "Erik Bos" drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Cc : " drenthe.nl, " drenthe.nl, " drenthe.nl
Subject : Re: propositie
Attachment : image001.png;image002.png;image003.png;image004.png;image005.png;image006.png;

Het goede nieuws: er ligt een propositie.

Belangrijkste vraag: vinden we dit goed genoeg?
Is er op een of andere manier Drenthe in verwerkt?

Ik heb het redelijk snel gelezen en denk dat we nog een hoop Drentse input moeten nasturen.
ga jij dit organiseren? maandag of dinsdag komen we weer bij elkaar.

Groeten,

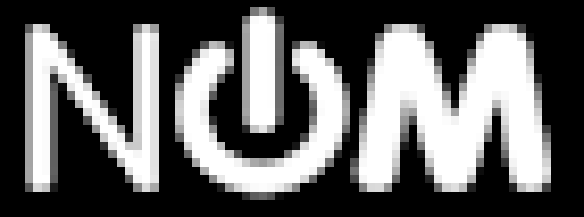
Erik

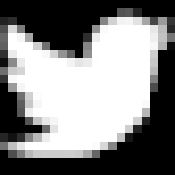
> Op 22 nov. 2018 om 14:38 heeft < drenthe.nl> het volgende geschreven:
>
> En hierbij twee vd drie proposities TopDutch: logistiek en agri-dairy. Groene Chemie zou ik nog ontvangen.
> Beiden nog in concept en vertrouwelijk.
>
> Van:
> Verzonden: dinsdag 20 november 2018 15:48
> Aan: Erik Bos < drenthe.nl>; < drenthe.nl>; < drenthe.nl>;
< drenthe.nl>
> Onderwerp: FW: proposities
>
> Hoi collega's,
>
> Hierbij de proposities van de NOM. Dit is het algemene verhaal dat bij NFIA ligt, bedoeld om te prikkelen.
> Bij specifieke evenementen of leads passen ze de inhoud aan en wordt content toegevoegd (maatwerk).
> stelde voor om een afspraak met Henk Brink te maken en in korte presentaties te laten zien wat de NOM op acquisitie-gebied doet in Drenthe. Zowel (Dairy) als (IT/datacenters) kan dan bijvoorbeeld vertellen hoe ze in Drenthe bezig zijn. Lijkt mij wel een goed plan. Alleen de timing moet goed zijn.
>
> Groeten,
>
>
>
>
>
> Van: < nom.nl<mailto nom.nl>>
> Verzonden: dinsdag 20 november 2018 14:12
> Aan: < drenthe.nl<mailto drenthe.nl>>
> Onderwerp: proposities
>
> Download de bijlagen <https://app.attachingit.com/e28cc459-ee6f-42b2-9bfb-e8b7ca2114ec>
>
>
> [https://aitbackend.blob.core.windows.net/0e3dca5a-d18c-4acf-a449-fddb7ad8e02e/branding_link?sv=2015-12-11&sr=c&sig=KC6XYdAZsvINpZe2KcpK8%2BZCR8VtS48Ru%2F3%2BfliI7bY%3D&se=9999-12-31T22%3A59%3A59Z&sp=r]<https://www.nom.nl>
>
> Powered by AttachingIT<https://www.attachingit.com/>
>
>
> Kijk eens Ik hoor graag als je nog vragen hebt. Onder de bullets ligt natuurlijk nog aanvullende informatie.
>
> Met vriendelijke groet,
>
> .
>
>
>
>
>
> .
>
> N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland
>
> T
>
>
>
>
>
> M
>

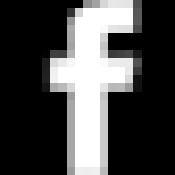
> +31 6 215 185 00
>
> E
>
> nom.nl<mailto nom.nl>
>
>
> .
>
> Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
>
> Lees ons NOMMER<https://issuu.com/nvnom/docs/nommer_32?e=0> magazine!
>
>
> [cid:image001.png@01D48271.156BAB00]<http://www.nom.nl/>
>
> .
>
> [cid:image002.png@01D48271.156BAB00]<http://www.nom.nl/>
>
> [cid:image003.png@01D48271.156BAB00]<http://www.twitter.com/
>
> [cid:image004.png@01D48271.156BAB00]<http://www.facebook.com/HetisTijdvoordeNOM>
>
> [cid:image005.png@01D48271.156BAB00]<http://www.linkedin.com/in/
>
> [cid:image006.png@01D48271.156BAB00]<http://www.youtube.com/user/NOMNV>
>
>
>
>
>
>
>
> www.nom.nl<http://www.nom.nl>
>
>
>
>
>
> De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische
> verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.
>
>
>
> AttachingIT voor Outlook
>
> 2018_NOM_Proposities_Overzicht.pptx
>
>
>
> <TDL propositie.pdf>
> <propositie Holland - Dairy Valley 5.docx>
> <image001.png>
> <image002.png>
> <image003.png>
> <image004.png>
> <image005.png>
> <image006.png>

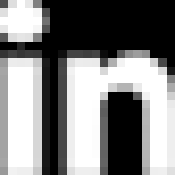
NOMA

ONDERNEMINGEN
DOEN **GROEIEN**


NOM








You
Tube

Date : 26-11-2018 13:38:00
From : "provinciegroningen.nl
To : "topdutch.com, "drenthe.nl, "initio.nl, "fryslan.frl, "Erik Bos" drenthe.nl
Cc : "@initio.nl
Subject : RE: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg
Attachment : image001.jpg;

Dank voor de snelle reactie ik had inderdaad met Erik Bos overlegd dat we de rapportage in zouden korten en niet meer alle financiële tabellen zouden presenteren. Dus heb vrijdag samen met dit zo doorgelopen. Leek mij voldoende deze keer om vooral accent van Topdutch op de presentatie te leggen. Als jullie (Erik en dat anders willen hoor ik het graag
Vr gr

Van: [mailto topdutch.com]
Verzonden: maandag 26 november 2018 13:26
Aan: ; ; ; ; Erik Bos
CC:
Onderwerp: Re: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Hi en Erik,

Hieronder onze antwoorden/reactie:

- Hoe ziet de presentatie er uit aan de gedeputeerden? Jullie hebben maar een half uur. Krijgen we die ook nog van tevoren opgestuurd? ***– Dit wordt een ingekorte/compacte versie van de concept-presentatie (na eventuele aanpassingen o.b.v. presentatie van vanmiddag), inclusief chemie thema campagne en concept webshop. Deze ontvangen jullie eind deze week.***
- Zijn de kosten uitgevoerde werkzaamheden van sept-nov nader te specificeren? – ***dit zijn met name kosten voor de concept- en campagne-ontwikkeling. Op verzoek van zo kort mogelijke rapportage.*** Zitten hier ook al kosten voor de campagne chemie in? - ***kosten voor de chemie thema-campagne zijn hierin nog niet meegenomen. Specificatie alle kosten is aanwezig, kan bijgevoegd worden indien jullie dit willen. Stemmen jullie (Provincies) dit onderling met elkaar af?***
- Graag korte uitleg over wat TopDutch Talent behelst. ***– wordt aangevuld.***
- Bij Status Key Campagnes erg veel (Engelstalige) vaktermen. Graag wat meer in jip-en-janneke taal. ***– zullen proberen! Maar wordt ook toegelicht in de presentatie.***
- Wat gaat er nu precies gebeuren bij de lancering van een campagne? Hoe wordt traffic bij wie gegenereerd? Hoe zit dat met de targetbedrijven? Worden alleen de verhalen via social media verspreid? ***–Chemie wordt als thema-campagne ingericht en uitgelegd in de presentatie.***
- Kunnen wij de 5 verhalen van Chemport ook krijgen? ***– ja, wanneer deze gereed zijn.***
- Wat gaat er vanuit TopDutch op 16 december gebeuren bij Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen? ***–Programma wordt samen met Chemport Europe opgezet, volgt zsm.***

  - **'TopDutch Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitielijst bekend' -> op kwantitatieve onderbouwing na is wel wat kort door de bocht. Hieronder een overzicht van wat in de propositie TDL opgenomen moet zijn. Zit dit er voldoende in? Acquisitielijst/Targetlijst is ons niet bekend.

  - *Bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie dient er specifieke aandacht per provincie te zijn voor:*

    a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;
    b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
    c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.
    Het is niet per provincie benoemd, maar de onderdelen zitten erin verwerkt.

  - *Kom met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing van propositie. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek.*

    Omvang en economische betekenis wordt momenteel door ING Economisch bureau cijfermatig onderbouwd.

  - *Benoem in propositie wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland?*

    Acquisitie-behoefte op basis van het huidige aanwezige (zich ontwikkelend) ecosysteem is bekend, geen specifieke acquisitie-lijst.

- Medtech: vanuit gremium Health Hub wordt propositie opgebouwd. Dit vanuit noordelijk perspectief insteken. ***– Zou je me hier meer over kunnen vertellen? Is daar een opdracht neergelegd? Wat kunnen we hierover opnemen in het document (graag tekstvoorstel).***

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From: < drenthe.nl>
Date: Monday, 26 November 2018 at 12:55
To: < initio.nl>, " < provinciegroningen.nl>, " < fryslan.frl>, Erik Bos < drenthe.nl>
Cc: < topdutch.com>, @initio.nl>
Subject: RE: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Dag
Dank voor de stukken. Erik en ik hebben er naar gekeken. Hierbij nog wat opmerkingen:

- Hoe ziet de presentatie er uit aan de gedeputeerden? Jullie hebben maar een half uur. Krijgen we die ook nog van tevoren opgestuurd?
- Zijn de kosten uitgevoerde werkzaamheden van sept-nov nader te specificeren? Zitten hier ook al kosten voor de campagne chemie in?
- Graag korte uitleg over wat TopDutch Talent behelst.
- Bij Status Key Campagnes erg veel (Engelstalige) vaktermen. Graag wat meer in jip-en-janneke taal.
- Wat gaat er nu precies gebeuren bij de lancering van een campagne? Hoe wordt traffic bij wie gegenereerd? Hoe zit dat met de targetbedrijven? Worden alleen de verhalen via social media verspreid?
- Kunnen wij de 5 verhalen van Chemport ook krijgen?
- Wat gaat er vanuit TopDutch op 16 december gebeuren bij Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen?
- **'TopDutch Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitielijst bekend' -> op kwantitatieve onderbouwing na is wel wat kort door de bocht. Hieronder een overzicht van wat in de propositie TDL opgenomen moet zijn. Zit dit er voldoende in? Acquisitielijst/Targetlijst is ons niet bekend.

  - *Bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie dient er specifieke aandacht per provincie te zijn voor:*

    a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;
    b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
    c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.

  - *Kom met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing van propositie. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek.*

  - *Benoem in propositie wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland?*

- Medtech: vanuit gremium Health Hub wordt propositie opgebouwd. Dit vanuit noordelijk perspectief insteken.

Groet,

Erik en

Van: < initio.nl>
Verzonden: vrijdag 23 november 2018 17:06
Aan: < provinciegroningen.nl>; < fryslan.frl>; < drenthe.nl>; Erik Bos < drenthe.nl>
CC: < topdutch.com>; @initio.nl>
Onderwerp: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Beste allen,
Hierbij het concept van de rapportage voor het gedeputeerden overleg van 3 december. Graag jullie opmerkingen en aanvullingen retour.
Belangrijk is te weten dat we in het halfuur dat we hebben met de gedeputeerden, ze zullen meenemen in de presentatie zoals we afgelopen dinsdag hebben gegeven aan het kernteam en komende maandag gaan geven aan de communicatieadviseurs. De opmerkingen, die uit beide presentaties naar voren kwamen en nog zullen komen, zullen wij in de (beknoptere) presentatie van 3 december verwerken.
Als bijlage sturen we jullie de gevraagde accountantscontrole.
Goed weekend!

INITIO
Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands
t
initio.nl
www.initio.nl
Secretariaat
initio.nl
m

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/


INITIO

Date : 27-11-2018 12:05:12
From : "topdutch.com
To : "provinciegroningen.nl, "drenthe.nl, "initio.nl, "fryslan.frl, "Erik Bos" drenthe.nl
Cc : "@initio.nl
Subject : Re: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg
Attachment : image001.jpg;

Dank voor je opmerkingen wordt aan gewerkt!

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From:
Date: Tuesday, 27 November 2018 at 11:08
To: , , , , Erik Bos
Cc:
Subject: RE: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Goedemorgen allemaal, nog even een korte reactie naar aanleiding van de presentatie gisteren.
En dan vooral hoe deze nu om te bouwen naar eentje geschikt voor gedeputeerden:
Verhaal John over totstandkoming nieuwe slogan:

- Helemaal terugbrengen naar de kern en uitleggen waarom A good placet o be great klopt
- Kort nieuwe mogelijkheden nieuwe typografie laten zien
- Film handhaven en inkorten
- Uitleg geven over de drie doelgroepen, internationaal, nationaal en regionaal en vooral daarbij duidelijk maken wat de strategie per doelgroep is. Voor internationaal doet dat in haar stuk, maar regionaal en nationaal verdienen nog toelichting. Wat is er daarvoor al geregeld en wie moet wat daarin nog doen. Denk aan organiseren noordelijk bedrijfsleven (trots) en voor nationaal hoe komen we in den haag in beeld (aansluiten bij lobbycircuit snn/provincies?)

Verhaal
Was wat mij betreft goed maar moet niet onderbroken worden. Meest compacte variant doen
Minder lawaai meer gericht monitoren en doorsluizen naar NOM.
Vr gr

Van: [mailto topdutch.com]
Verzonden: maandag 26 november 2018 13:26
Aan: ; ; ; ; Erik Bos
CC:
Onderwerp: Re: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg
Hi en Erik,
Hieronder onze antwoorden/reactie:

- Hoe ziet de presentatie er uit aan de gedeputeerden? Jullie hebben maar een half uur. Krijgen we die ook nog van tevoren opgestuurd? ***– Dit wordt een ingekorte/compacte versie van de concept-presentatie (na eventuele aanpassingen o.b.v. presentatie van vanmiddag), inclusief chemie thema campagne en concept webshop. Deze ontvangen jullie eind deze week.***
- Zijn de kosten uitgevoerde werkzaamheden van sept-nov nader te specificeren? – ***dit zijn met name kosten voor de concept- en campagne-ontwikkeling. Op verzoek van zo kort mogelijke rapportage.*** Zitten hier ook al kosten voor de campagne chemie in? - ***kosten voor de chemie thema-campagne zijn hierin nog niet meegenomen. Specificatie alle kosten is aanwezig, kan bijgevoegd worden indien jullie dit willen. Stemmen jullie (Provincies) dit onderling met elkaar af?***
- Graag korte uitleg over wat TopDutch Talent behelst. ***– wordt aangevuld.***
- Bij Status Key Campagnes erg veel (Engelstalige) vaktermen. Graag wat meer in jip-en-janneke taal. ***– zullen proberen! Maar wordt ook toegelicht in de presentatie.***
- Wat gaat er nu precies gebeuren bij de lancering van een campagne? Hoe wordt traffic bij wie gegenereerd? Hoe zit dat met de targetbedrijven? Worden alleen de verhalen via social media verspreid? ***–Chemie wordt als thema-campagne ingericht en uitgelegd in de presentatie.***
- Kunnen wij de 5 verhalen van Chemport ook krijgen? ***– ja, wanneer deze gereed zijn.***
- Wat gaat er vanuit TopDutch op 16 december gebeuren bij Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen? ***–Programma wordt samen met Chemport Europe opgezet, volgt zsm.***

    - **'TopDutch Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitielijst bekend' -> op kwantitatieve onderbouwing na is wel wat kort door de bocht. Hieronder een overzicht van wat in de propositie TDL opgenomen moet zijn. Zit dit er voldoende in? Acquisitielijst/Targetlijst is ons niet bekend.

    - *Bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie dient er specifieke aandacht per provincie te zijn voor:*

        a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;

b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.
Het is niet per provincie benoemd, maar de onderdelen zitten erin verwerkt.

- *Kom met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing van propositie. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek.*

Omvang en economische betekenis wordt momenteel door ING Economisch bureau cijfermatig onderbouwd.

- *Benoem in propositie wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland?*

Acquisitie-behoefte op basis van het huidige aanwezige (zich ontwikkelend) ecosysteem is bekend, geen specifieke acquisitie-lijst.

- Medtech: vanuit gremium Health Hub wordt propositie opgebouwd. Dit vanuit noordelijk perspectief insteken. ***– Zou je me hier meer over kunnen vertellen? Is daar een opdracht neergelegd? Wat kunnen we hierover opnemen in het document (graag tekstvoorstel).***

Met hartelijke groet,

[redacted]
t +
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>
Date: Monday, 26 November 2018 at 12:55
To: " [redacted] < [redacted] initio.nl>, " [redacted] < [redacted] provinciegroningen.nl>, " [redacted] < [redacted] fryslan.frl>, Erik Bos < [redacted] drenthe.nl>
Cc: [redacted] < [redacted] topdutch.com>, [redacted] @initio.nl>
Subject: RE: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Dag [redacted]
Dank voor de stukken. Erik en ik hebben er naar gekeken. Hierbij nog wat opmerkingen:

- Hoe ziet de presentatie er uit aan de gedeputeerden? Jullie hebben maar een half uur. Krijgen we die ook nog van tevoren opgestuurd?
- Zijn de kosten uitgevoerde werkzaamheden van sept-nov nader te specificeren? Zitten hier ook al kosten voor de campagne chemie in?
- Graag korte uitleg over wat TopDutch Talent behelst.
- Bij Status Key Campagnes erg veel (Engelstalige) vaktermen. Graag wat meer in jip-en-janneke taal.
- Wat gaat er nu precies gebeuren bij de lancering van een campagne? Hoe wordt traffic bij wie gegenereerd? Hoe zit dat met de targetbedrijven? Worden alleen de verhalen via social media verspreid?
- Kunnen wij de 5 verhalen van Chemport ook krijgen?
- Wat gaat er vanuit TopDutch op 16 december gebeuren bij Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen?
- **'TopDutch Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitielijst bekend' -> op kwantitatieve onderbouwing na is wel wat kort door de bocht. Hieronder een overzicht van wat in de propositie TDL opgenomen moet zijn. Zit dit er voldoende in? Acquisitielijst/Targetlijst is ons niet bekend.

  - *Bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie dient er specifieke aandacht per provincie te zijn voor:*

    a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;
    b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
    c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.

  - *Kom met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing van propositie. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek.*

  - *Benoem in propositie wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland?*

- Medtech: vanuit gremium Health Hub wordt propositie opgebouwd. Dit vanuit noordelijk perspectief insteken.

Groet,

Erik en [redacted]

Van: [redacted] < [redacted] initio.nl>
Verzonden: vrijdag 23 november 2018 17:06
Aan: [redacted] < [redacted] provinciegroningen.nl>; [redacted] < [redacted] fryslan.frl>; [redacted] < [redacted] drenthe.nl>; Erik Bos < [redacted] drenthe.nl>
CC: [redacted] < [redacted] topdutch.com>; [redacted] @initio.nl>
Onderwerp: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Beste allen,
Hierbij het concept van de rapportage voor het gedeputeerden overleg van 3 december. Graag jullie opmerkingen en aanvullingen retour.
Belangrijk is te weten dat we in het halfuur dat we hebben met de gedeputeerden, ze zullen meenemen in de presentatie zoals we afgelopen dinsdag hebben gegeven aan het kernteam en komende maandag gaan geven aan de communicatieadviseurs. De opmerkingen, die uit beide presentaties naar voren kwamen en nog zullen komen, zullen wij in de (beknoptere) presentatie van 3 december verwerken.
Als bijlage sturen we jullie de gevraagde accountantscontrole.
Goed weekend!
[redacted]

INITIO
Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands
t
m
initio.nl
www.initio.nl
Secretariaat
initio.nl
m

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/


INITIO

Date : 26-11-2018 13:26:01
From : "[redacted] topdutch.com
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] initio.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] fryslan.frl, "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] @initio.nl
Subject : Re: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg
Attachment : image001.jpg;

Hi [redacted] en Erik,

Hieronder onze antwoorden/reactie:

- Hoe ziet de presentatie er uit aan de gedeputeerden? Jullie hebben maar een half uur. Krijgen we die ook nog van tevoren opgestuurd? ***– Dit wordt een ingekorte/compacte versie van de concept-presentatie (na eventuele aanpassingen o.b.v. presentatie van vanmiddag), inclusief chemie thema campagne en concept webshop. Deze ontvangen jullie eind deze week.***
- Zijn de kosten uitgevoerde werkzaamheden van sept-nov nader te specificeren? – ***dit zijn met name kosten voor de concept- en campagne-ontwikkeling. Op verzoek van [redacted] zo kort mogelijke rapportage.*** Zitten hier ook al kosten voor de campagne chemie in? - ***kosten voor de chemie thema-campagne zijn hierin nog niet meegenomen. Specificatie alle kosten is aanwezig, kan bijgevoegd worden indien jullie dit willen. Stemmen jullie (Provincies) dit onderling met elkaar af?***
- Graag korte uitleg over wat TopDutch Talent behelst. ***– wordt aangevuld.***
- Bij Status Key Campagnes erg veel (Engelstalige) vaktermen. Graag wat meer in jip-en-janneke taal. ***– zullen proberen! Maar wordt ook toegelicht in de presentatie.***
- Wat gaat er nu precies gebeuren bij de lancering van een campagne? Hoe wordt traffic bij wie gegenereerd? Hoe zit dat met de targetbedrijven? Worden alleen de verhalen via social media verspreid? ***–Chemie wordt als thema-campagne ingericht en uitgelegd in de presentatie.***
- Kunnen wij de 5 verhalen van Chemport ook krijgen? ***– ja, wanneer deze gereed zijn.***
- Wat gaat er vanuit TopDutch op 16 december gebeuren bij Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen? ***–Programma wordt samen met Chemport Europe opgezet, volgt zsm.***

  - **'TopDutch Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitielijst bekend' -> op kwantitatieve onderbouwing na is wel wat kort door de bocht. Hieronder een overzicht van wat in de propositie TDL opgenomen moet zijn. Zit dit er voldoende in? Acquisitielijst/Targetlijst is ons niet bekend.

  - *Bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie dient er specifieke aandacht per provincie te zijn voor:*

    a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;
    b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
    c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.
    Het is niet per provincie benoemd, maar de onderdelen zitten erin verwerkt.

  - *Kom met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing van propositie. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek.*

    Omvang en economische betekenis wordt momenteel door ING Economisch bureau cijfermatig onderbouwd.

  - *Benoem in propositie wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland?*

    Acquisitie-behoefte op basis van het huidige aanwezige (zich ontwikkelend) ecosysteem is bekend, geen specifieke acquisitie-lijst.

- Medtech: vanuit gremium Health Hub wordt propositie opgebouwd. Dit vanuit noordelijk perspectief insteken. ***– Zou je me hier meer over kunnen vertellen? Is daar een opdracht neergelegd? Wat kunnen we hierover opnemen in het document (graag tekstvoorstel).***

Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: [redacted]
Date: Monday, 26 November 2018 at 12:55
To: [redacted] , [redacted] , [redacted] , Erik Bos
Cc: [redacted] , [redacted]
Subject: RE: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Dag [redacted]

Dank voor de stukken. Erik en ik hebben er naar gekeken. Hierbij nog wat opmerkingen:

- Hoe ziet de presentatie er uit aan de gedeputeerden? Jullie hebben maar een half uur. Krijgen we die ook nog van tevoren opgestuurd?
- Zijn de kosten uitgevoerde werkzaamheden van sept-nov nader te specificeren? Zitten hier ook al kosten voor de campagne chemie in?
- Graag korte uitleg over wat TopDutch Talent behelst.
- Bij Status Key Campagnes erg veel (Engelstalige) vaktermen. Graag wat meer in jip-en-janneke taal.
- Wat gaat er nu precies gebeuren bij de lancering van een campagne? Hoe wordt traffic bij wie gegenereerd? Hoe zit dat met de targetbedrijven? Worden alleen de verhalen via social media verspreid?
- Kunnen wij de 5 verhalen van Chemport ook krijgen?
- Wat gaat er vanuit TopDutch op 16 december gebeuren bij Chemport Europe event FC Groningen – FC Emmen?
- **'TopDutch Logistics**, propositie gereed op kwantitatieve onderbouwing na, acquisitielijst bekend' -> op kwantitatieve onderbouwing na is wel wat kort door de bocht. Hieronder een overzicht van wat in de propositie TDL opgenomen moet zijn. Zit dit er voldoende in? Acquisitielijst/Targetlijst is ons niet bekend.

  - *Bij het opstellen van een noordelijke logistieke propositie dient er specifieke aandacht per provincie te zijn voor:*

    a) Voor Drenthe: Vierkant voor Werk (Dutch Tech Zone), Haven Meppel (Port of Zwolle), GAE;
    b) Voor Groningen: Groningen Seaports, GAE, railport Veendam;
    c) Voor Friesland: A7-corridor Afsluitdijk-Sneek-Heerenveen-Drachten, binnenhavens Lemmer-Heerenveen-Sneek-Drachten-Leeuwarden, zeehaven Harlingen.

  - *Kom met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse ter onderbouwing van propositie. Hoe ziet het logistieke speelveld er in Noord-Nederland uit? Wat is de omvang en economische betekenis van de sector, de ontwikkelfase waarin het logistieke cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in deze doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit kan een goede onderbouwing verkregen worden van de échte marktkansen van logistiek.*

  - *Benoem in propositie wat de doelgroep is: aantrekken van bedrijven/goederenstromen en realiseren beleidsmatige/ lobbydoelen. En aan welk type bedrijven in de logistieke sector is behoefte? Wat ontbreekt er in de keten? Wat maakt Noord-Nederland op logistiek gebied nu echt onderscheidend, wat zijn de USP's? Hoe verhoudt dit zich tot andere logistieke regio's in Nederland?*

- Medtech: vanuit gremium Health Hub wordt propositie opgebouwd. Dit vanuit noordelijk perspectief insteken.

Groet,

Erik en

Van:
Verzonden: vrijdag 23 november 2018 17:06
Aan: ; ; ; Erik Bos
CC: ;
Onderwerp: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Beste allen,
Hierbij het concept van de rapportage voor het gedeputeerden overleg van 3 december. Graag jullie opmerkingen en aanvullingen retour.
Belangrijk is te weten dat we in het halfuur dat we hebben met de gedeputeerden, ze zullen meenemen in de presentatie zoals we afgelopen dinsdag hebben gegeven aan het kernteam en komende maandag gaan geven aan de communicatieadviseurs. De opmerkingen, die uit beide presentaties naar voren kwamen en nog zullen komen, zullen wij in de (beknoptere) presentatie van 3 december verwerken.
Als bijlage sturen we jullie de gevraagde accountantscontrole.
Goed weekend!

INITIO
Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands
t
m
initio.nl
www.initio.nl
Secretariaat
initio.nl
m


INITIO

Date : 27-11-2018 12:17:42
From : " **topdutch.com**
To : " **fryslan.frl, "** **nitio.nl, "** **provinciegroningen.nl, "** **drenthe.nl, "Erik Bos"** **drenthe.nl**
Cc : " **@initio.nl**
Subject : Re: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg
Attachment : image001.jpg;

Hi

Hierbij reactie op jouw opmerkingen:

1. Het financieel overzicht is op het totaalnivo. Is er een onderverdeling in de hoofdposten te zien zoals we die eerder hebben gerapporteerd ? ***Ik kan deze onderverdeling aan jullie rondsturen, moet deze voor het gedeputeerdenoverleg ook nog naar*** ***Opnieuw: graag afstemming Provincies onderling.***
   Waar m.i. zeker inzicht in moet worden geboden is hoeveel budget voor welke campagnes is besteed en nog beschikbaar is.
   Resterend budget 657.838; waar wordt dit nog aan besteed ? ***Er wordt nu gewerkt aan een herverdeling van het budget, zo gedetailleerd mogelijk. Deze ontvangen jullie eind deze week en wordt ter goedkeuring aan jullie voorgelegd bij volgend kernteam overleg.***
2. Ken de Top Dutch Logisitics propositie worden bijgevoegd ? ***Nee, nog niet, is namelijk nog niet definitief. Wytze Rijke kan hier uitspraak over doen.***
3. Tech: niet relevant voor de rapportage maar waarom is Friesland niet bij het proces betrokken ? ***Waarom is Tech niet relevant? Coordinatie Tech is bij kernteam vergadering van 10 oktober ondergebracht bij Provincie Drenthe (en NOM natuurlijk). Uiteraard is Friesland betrokken, ICD (Drachten) en ROSF zijn aangehaakt.***
4. Water: gesprek gevoerd met provincie en NOM. Propositie watertechnologie is als concept gereed. Propositieontwikkeling Maritiem start a.s. vrijdag. Q1 2019 gereed. ***Super, dank voor de aanvullingen, nemen we mee. En ben benieuwd!***

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

From: "
Date: Tuesday, 27 November 2018 at 09:53
To: , ' , , Erik Bos
Cc: ,
Subject: RE: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg

Goedemorgen
Dank voor de rapportage.
Ik heb de volgende opmerkingen:

1. Het financieel overzicht is op het totaalnivo. Is er een onderverdeling in de hoofdposten te zien zoals we die eerder hebben gerapporteerd ?
   Waar m.i. zeker inzicht in moet worden geboden is hoeveel budget voor welke campagnes is besteed en nog beschikbaar is.
   Resterend budget 657.838; waar wordt dit nog aan besteed ?
2. Ken de Top Dutch Logisitics propositie worden bijgevoegd ?
3. Tech: niet relevant voor de rapportage maar waarom is Friesland niet bij het proces betrokken ?
4. Water: gesprek gevoerd met provincie en NOM. Propositie watertechnologie is als concept gereed. Propositieontwikkeling Maritiem start a.s. vrijdag. Q1 2019 gereed.

Tot vanmiddag.
Groet,

---

vVan:
Verzonden: vrijdag 23 november 2018 17:06
Aan: ; ; ; Erik Bos
CC: ;
Onderwerp: Rapportage tbv gedeputeerdenoverleg
Beste allen,
Hierbij het concept van de rapportage voor het gedeputeerden overleg van 3 december. Graag jullie opmerkingen en aanvullingen retour.
Belangrijk is te weten dat we in het halfuur dat we hebben met de gedeputeerden, ze zullen meenemen in de presentatie zoals we afgelopen dinsdag hebben gegeven aan het kernteam en komende maandag gaan geven aan de communicatieadviseurs. De opmerkingen, die uit beide presentaties naar voren kwamen en nog zullen komen, zullen wij in de (beknoptere) presentatie van 3 december verwerken.
Als bijlage sturen we jullie de gevraagde accountantscontrole.
Goed weekend!

INITIO
Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands
t
m

[redacted] initio.nl
www.initio.nl
Secretariaat
[redacted]
[redacted] initio.nl
m [redacted]

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.


INITIO

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Op onze website kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
https://www.provinciegroningen.nl/servicenormen/

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Op onze website kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
https://www.provinciegroningen.nl/servicenormen/

Date : 12-12-2017 15:05:04
From : "[redacted]@drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : RE: stukken Top Dutch
Attachment : image001.gif;image002.jpg;

Hi [redacted]

Prima plan. Fijn als je me in de uitnodiging kunt meenemen dan bekijk ik of dat lukt. Zal me afmelden als er iets tussen komt.
Dank alvast en groetjes,

[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 12 december 2017 15:01
Aan: [redacted]
Onderwerp: Re: stukken Top Dutch

Jazeker, het idee is om intern een bijpraatsessie te organiseren iedere keer nadat ik kernteam overleg heb gehad met topdutch. [redacted] en [redacted] staan hier open voor, zou mooi zijn als jij hier op kan aansluiten. Ik heb eens in de 2 weken overleg op de woensdagochtend. Daarna zou een goed bijpraatmoment kunnen zijn. Gr [redacted]

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: Margreet van Es <M.vanEs@drenthe.nl>
Datum: 12-12-17 14:49 (GMT+01:00)
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: FW: stukken Top Dutch

Hi [redacted]
Zou je mij aub ook aangesloten willen houden vanuit het belang om branding van NNL en PA goed op elkaar af te stemmen?
Dank alvast en groetjes,
[redacted]

Van: [redacted]@fryslan.frl]
Verzonden: dinsdag 12 december 2017 14:38
Aan: [redacted]
Onderwerp: Re: stukken Top Dutch
Allen,
Via mijn collega [redacted] ben ik [redacted] op dit thema. Interessant. Er vindt nu een brede orientatie plaats op de verbreding van acquisitie naar branding. Ik heb gevraagd of ze mij ook willen consulteren op het brandingsaspect vanuit Fryslan.
Groet,
[redacted]

Van: [redacted]Es@drenthe.nl>
Datum: woensdag 6 december 2017 om 11:28
Aan: [redacted]@fryslan.frl>, '[redacted]@fryslan.frl>, [redacted]@snn.eu>, [redacted]@snn.eu>, "'[redacted]@drenthe.nl>, [redacted]@drenthe.nl>, [redacted]@snn.eu>, [redacted]@provinciegroningen.nl>, [redacted]@groningen.nl>, '[redacted]@provinciegroningen.nl>, [redacted]@assen.nl>, [redacted]@groningen.nl>, [redacted]@leeuwarden.nl" [redacted]@leeuwarden.nl>, [redacted]@emmen.nl>, [redacted]@provinciegroningen.nl>, [redacted]@drenthe.nl" [redacted]@drenthe.nl>, [redacted]@drenthe.nl>, [redacted]@snn.eu" <[redacted]@snn.eu>, [redacted]@snn.eu>, [redacted] <[redacted]@snn.eu>
Onderwerp: Re: stukken Top Dutch
Beste allen,
Mijn collega [redacted] bevestigt brede insteek TooDutch, dus zoals [redacted] maandag in Regiegroep benoemde. Mooi want biedt dus goede kansen voor o.a. Haags Event.
Groetjes,
[redacted]
Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: "[redacted]@fryslan.frl>
Datum: 06-12-17 10:43 (GMT+01:00)

provinsje fryslân
provincie fryslân


Date : 21-12-2017 14:09:31
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : RE: stukken voor GS Groningen
Attachment : image003.jpg;image004.jpg;image005.png;

[redacted]

Mooiste zou zijn om het een keer in ons kernteam overleg op maandagmiddag half vier – half vijf te komen in 0.68

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 21 december 2017 12:59
Aan: [redacted]
Onderwerp: FW: stukken voor GS Groningen

Ha [redacted]

Laatst sprak ik je kort even over Topdutch. In de bijlage vind je hier (vertrouwelijk) wat stukken over.
Zoals gezegd gaan we als drie noordelijke provincies de komende twee jaar aan de slag met campagnes om bedrijven naar Noord-NL te verleiden.
Voor 2018 zijn drie thema's gekozen: 1) groene chemie, 2) agri/dairy en 3) transport & logistiek.
Punt 2 is door Friesland ingebracht (Drenthe heeft logistiek en Groningen groene chemie), maar uiteindelijk steken we het natuurlijk noordelijk in.
Zal ik begin volgend jaar met jou hier een afspraak over maken? Wie zal ik er nog meer bij betrekken?

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted] [mailto: [redacted] provinciegroningen.nl]
Verzonden: vrijdag 17 november 2017 10:36
Aan: [redacted] fryslan.frl
Onderwerp: stukken voor GS Groningen

Hallo [redacted] en [redacted] ik heb bijgaande stukken zoals afgesproken op de GS agenda vaan aanstaande dinsdag geplaatst bij ons. Ik stuur jullie de afd nota en de uitgaande brief aan Initio zodat jullie die kunnen gebruiken bij jullie GS traject een week later. Patrick is akkoord en heeft het voorbesproken met andere groninger GS leden, wordt bij ons hamerstuk

Met vriendelijke groet en goed weekend,
[redacted]

provincie groningen

Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Postbus 610
9700 AP GRONINGEN
[redacted]
email: [redacted] provinciegroningen.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Ons programma Economie en Arbeidsmarkt biedt ondernemers kansen en helpt Groningers aan het werk.
Kijk op www.groningenatwork.com en volg ons op Twitter @Groningenatwork.

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

provincie Drenthe



provincie
groningen


groningen
@work

provincie Drenthe

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 13-6-2017 17:22:35
From : "
To : "Henk Brink" **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl, "Erik Bos"** **drenthe.nl**
Subject : RE: Top Dutch
Attachment : FAQ JobDutch.docx;Persbericht JobDutch.docx;TopDutch 9-6.pdf;image001.jpg;

Dag Henk,

Vandaag contact gehad met , bestuursadviseur van Patrick Brouns en het kernteam Topdutch. Hieronder in chronologische volgorde wat aanvullende info mbt de lancering van Jobdutch.
Over de inhoud van Jobdutch heeft je twee weken geleden (zie bijlage pdf presentatie).

Vrijdag 16 juni: persmoment aankondiging lancering Jobdutch 19 juni

- Aanstaande vrijdag zal er een persmoment zijn om de vier grote media NDC, RTV Noord, Omrop Fryslân en RTV Drenthe op de hoogte te brengen over de lancering van Jobdutch op 19 juni.
  Onder zwaar embargo. Het is puur bedoeld om de journalisten voor te bereiden voor maandag en jullie hier dan als gedeputeerden over te spreken. Aanwezigheid vrijdag is niet nodig.
- Aan het persmoment van vrijdag zal een persbericht gekoppeld worden waarbij de lancering op 19 juni wordt aangekondigd. Aan persbericht wordt nog gewerkt.

Maandag 19 juni: lancering Jobdutch bij MG Energy Systems te Leeuwarden

- Voor de lancering van maandag werkt Initio nog druk aan het draaiboek, programma en presentatie. Ik heb gevraagd deze zsm aan te leveren. Voor morgen 11 uur lukte niet, maar wel donderdag.
- Locatie is zoals aangekondigd MG Energy Systems (accufabriek) in Leeuwarden. Locatie is net een week geopend. Zie http://www.lc.nl/economie/Accufabriek-Leeuwarden-klaar-voor-sprong-22277186.html
- Omdat de hal nog leeg is denkt het kernteam nog na over een flitsende lancering/ludieke aankleding, iets met Tesla's. Zodra dit bekend is volgt het draaiboek en programma zsm. Idee is om Sander de Rouwe als gastheer te laten optreden.
- Maandag om 9 uur wordt persbericht via de drie provincies verstuurd. Concept is bijgevoegd. Helder bericht, kan jij je vinden in het citaat? Nog iets zeggen over werkgelegenheidseffect?
- Ter voorbereiding op persvragen is een FAQ toegevoegd. Aanvullende vragen die meegenomen kunnen worden:
  - Er komt ook een vervolg op Topdutch. Kunt u daar iets over vertellen?
  - In Noord-Nederland is sprake van krapte op de arbeidsmarkt op het gebied van o.a. ict, bouw e.d. Hoe verhoudt zich dat tot Jobdutch campagne?
  - Hoe kijkt het Ministerie van EZ aan tegen Topdutch in relatie tot nationale acquisitiestrategie Invest in Holland?

Weken na lancering

- Voor de periode na de lancering van Jobdutch zal een promoteam verschillende locaties in Noord-Nederland bezoeken. Ik heb gevraagd om een breder draaiboek, wat er gaat gebeuren, wanneer en met wie. Initio gaat dit aanleveren.

Zodra ik info heb over draaiboeken, programma en presentatie stuur ik je dit gelijk door.

Morgen om 11 uur spreken we elkaar hierover.

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t +31 | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: Henk Brink
Verzonden: dinsdag 13 juni 2017 8:26
Aan:
CC: Erik Bos;
Onderwerp: FW: Top Dutch

Hallo

Zie onderstaande mail. Dit ter voorbereiding voor Henk.
Henk heeft morgen nog wel ruimte in zijn agenda om dit te bespreken.

Groet,

Van: [redacted]
Verzonden: maandag 12 juni 2017 16:36
Aan: Henk Brink
CC: [redacted]
Onderwerp: FW: Top Dutch

Hallo Henk,

Hierbij het voorstel voor lancering van de vervolgcampagne. Op zich een leuke campagne die vast gaat aanslaan. De organisatie ligt in handen van Groningen en de start is in Friesland. Vraag is wel wat en wanneer Drenthe bediend wordt. Ik neem aan dat dat met [redacted] is kortgesloten maar zeker weten doe ik het niet. Ik ga er vanuit dat je dit in je agenda hebt staan en dat je erbij bent.

Heb jij verder nog opmerkingen?

Groet [redacted]

Van: [redacted]@provinciegroningen.nl]
Verzonden: maandag 12 juni 2017 10:57
Aan: [redacted]fryslan.nl'; [redacted]
Onderwerp: Top Dutch

Beste [redacted] en [redacted]
Cc [redacted] ivm afwezigheid [redacted]

Omdat jullie beiden afwezig zijn tot morgen en aanstaande maandag al de lancering is van de vervolgcampagne is van TopDutch, even een mail om jullie bij te praten.

Aanstaande maandag wordt de vervolgcampagne TopDutch gelanceerd. We doen dat bij MG in Leeuwarden (zie voor meer informatie Accufabriek klaar voor sprong). Omdat deze lancering plaatsvindt in Fryslan willen we vragen of Sander gastheer wil zijn.

De campagne- Are you Top Dutch?
- De vervolgcampgane is gericht op het verzamelen van workforce.
- De campagne richt zich op 16 tot 36 jarigen in de drie Noordelijke provincies en heeft tot doel de doelgroep enthousiast te maken om Top Dutch te worden. Top Dutch worden is laten zien dat je in een gigafactory van Tesla wilt werken, mocht Tesla ervoor kiezen in onze regio een fabriek te bouwen.
- We laten een teller lopen die Elon Musk moet laten zien hoe committed Noord-Nederland is en barst van de talenten en young professionals die staan te trappelen om aan de slag te gaan bij een bedrijf als Tesla.
- Voortgang en resultaten van de werving worden via twitter naar Elon Musk en Tesla gecommuniceerd.
- In het campagnebeeld staan studenten en young professionals centraal en wordt gekozen voor herkenbare locaties in Friesland, Drenthe en Groningen.
- We hebben een groene Top Dutch bril als eye-catcher van de campagne.
- Online werving via een site, waar geïnteresseerden zich kunnen aanmelden (ook via social sign-ins), de teller te vinden is, een uitlegpagina te vinden is, etc.
- Een promotieteam gaat op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn, om de campagne onder de aandacht te brengen en aanmeldingen te genereren.
- Deelnemers hebben kans een reis te winnen naar Sillicon Valley en San Fransisco voor twee personen.

Voor de lancering- tot 19 juni
- Initio is druk met de voorbereidingen van de 6-weekse campagne. Brillen, site, monitoring social media, organiseren van de activiteiten, etc. Meer info over de campagne vind je in de bijgevoegde presentatie.
- Aanstaande vrijdag organiseren we een moment om de pers voor te bereiden om op de 19e maximale media-aandacht te genereren. We willen NDC, RTV Noord, Omrop Fryslan en RTV Drenthe (directeur en redacteur) vrijdagochtend uitnodigen op het provinciehuis in Groningen en ze onder embargo alvast vertellen over de lancering van de campagne. Voorstel is om dit te laten doen door [redacted] (Initio) en [redacted] en de bestuursadviseurs van de drie gedeputeerden.
- Vrijdag willen we ook de gedeputeerden voorbereiden op de lancering. In de bijlage vind je een FAQ-lijst. Deze lijst is niet voor de pers of andere externen, maar puur een document voor ons allemaal zodat we allemaal ongeveer dezelfde boodschap vertellen.
- Programma van de lancering volgt later deze week.

De lancering- 19 juni
- Programma volgt
- Persbericht wordt verstuurd via de drie provincies om maandag 19 juni om 9 uur. Woordvoerders zijn de drie gedeputeerden, drie bestuursadviseurs en twee ondernemers [redacted] van der Schaar en Paul Harms.

Na de lancering- na 19 juni
- Via de app-groep monitoren we persvragen, ontwikkelingen die relevant zijn, monitoren we de teller en stemmen we af waar noodzakelijk.

Handige stukken:
- Draaiboek, volgt zsm.
- Persbericht, zie bijlage
- FAQ, zie bijlage
- Presentatie, volgt zsm.

Vragen:

- Graag jullie reactie op het persbericht en accoord van jullie gedeputeerde.
- Hoe kunnen we jullie gedeputeerde het beste voorbereiden op de lancering?
- Graag even aangeven wie we namens jullie als contactpersoon kunnen vermelden op het persbericht, plus telefoonnummer.
- @Marieke, hoeveel tijd heeft Sander voor de lancering?
- @Marieke, wat zijn de plannen voor 30 juni?

Dit is even heel kort in grote lijnen wat we komende week op de planning hebben. Heel graag jullie reactie op bovenstaande. Mocht je vragen hebben, aanvullende informatie of anderszins, trek dan vooral aan de bel.

Alvast heel erg bedankt.

[redacted]

[redacted]
(Economie, ondernemerschap en innovatie, financiën, bestuurlijke organisatie en toezicht gemeentefinanciën)

Provincie Groningen
Bestuur, Juridische zaken en Communicatie

[redacted] provinciegroningen.nl

Bezoekadres:
Martinikerkhof 12, Groningen

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

FAQ JobDutch woordvoerders

*** document niet delen met de pers ***

Q: Een autofabriek past toch beter in Brabant, waar we een autoindustrie hebben?

A: De Gigafactory is een accufabriek, geen autofabriek. Tesla is een energiebedrijf, dat ook auto's maakt. Met de accutechniek verandert Tesla de energiemarkt, en dat past perfect bij de regio die voorop loopt met energietransitie: TopDutch.

Tesla heeft in februari bewust haar naam veranderd van Tesla Motors naar Tesla Inc. Dit nadat het bedrijf Solarcity heeft gekocht: Tesla bouwt zonneparken en accuparken en exploiteert deze. Haar zonnedakpannen zijn revolutionair en nu al uitverkocht tot 2018. Met de accuparken balanceren ze de netten van energiedistributeurs, ze vangen bij veel wind en zon de piekcapaciteit op en leveren extra stroom als er geen wind en zon zijn.

Q: hebben jullie het verhaal gelezen over onveilige werkomstandigheden bij de Tesla fabriek in Californië?

A: ja daar zijn we van op de hoogte. Veiligheid is belangrijk. Overigens betrof dit incidenten in Tesla's autofabriek. Bij Tesla's Gigafactory in Nevada zijn nauwelijks incidenten. (*Behalve dan door twee journalisten die een Tesla medewerker omver reden toen ze op het terrein werden betrapt*). We gaan er van uit dat Tesla de hoogste standaarden op gebied van veiligheid hanteert.

Q: hoe groot is de kans dat Tesla zich in de regio vestigt?

A: niemand weet dit nog. Er is nog geen officiële uitvraag. We zijn ervan overtuigd dat we Nederland met de vorige campagne goed op de kaart hebben gezet, en onze regio ook. We weten dat Tesla later dit jaar een aantal locaties wil aankondigen, misschien zelfs twee in Europa. Nederland maakt goede kans, want er zijn al banden met Tesla en we hebben veel voordelen zoals taal, cultuur, infrastructuur en fiscaal klimaat. We vinden onze regio de logische keuze, en willen dat met deze campagne nogmaals benadrukken. Deze valt of staat met het enthousiasme van alle Drenten, Friezen en Groningers, dus we hopen dat iedereen meedoet.

Ons doel is niet alleen Tesla werven. We hebben meerdere doelen. We willen meer trots en samenhang in onze regio. Dat is al gelukt en daar blijven we campagne voor voeren. We willen ons explicieter neerzetten als energietransitieregio, en we willen actief elk bedrijf dat zich hiermee bezig houdt acquireren, niet alleen Tesla. Met één bedrijf ben je er niet. We hebben zelf al fantastische bedrijven op gebied van energieopwekking, opslag, transport en beheer, maar we willen meer. We hebben nu de kans om hier positie in te pakken, en een Gigafactory kan hier een fantastisch aanjagende rol in spelen.

Q: al reactie van Tesla gehad?

A: Nee, dat verwachten we ook niet. Tesla wacht rustig af en zal op haar eigen moment beslissen met wie ze wil gaan praten. Wij willen wel minimaal op hun shortlist staan.

Q: wat gebeurt er met de gegevens van mensen die zich aanmelden?

A: we gaan zorgvuldig met deze gegevens om. Mocht Tesla zich melden, dan bieden we onze database aan ze aan. Tesla kan dan zelf bepalen met wie ze contact opnemen. Als Tesla zich niet meldt, dan zoeken we naar andere bedrijven, want ook zij zullen graag met zulke enthousiaste mensen willen werken. De inschrijvers krijgen een transparante privacy policy, die staat online, zie de website.

Q: het is dus geen serieuze campagne om mensen voor Tesla te werven?

A: het is zeker wel een serieuze campagne, we hebben een serieuze boodschap over verduurzaming, we hebben serieus wat te bieden, maar we doen het ook op een ludieke en stoere manier, net zoals de eerste TopDutch campagne. De tijd dat er alleen maar achter de schermen wordt gelobbyd is voorbij.

Q: Hebben jullie al locaties bedacht?

A: Nee, als Tesla naar de regio komt, maakt het ons niet uit waar. Het effect is groot voor de hele regio. Dat denken op de vierkante meter is niet meer van deze tijd. Sterker nog, zelfs als Tesla ergens anders in Nederland komt, hebben we er toch een steentje aan bijgedragen. (*Het is alleen de vraag of ze daar hun gekwalificeerde personeel wel gaan vinden)*

Q: wat vinden Brabant en Den Haag van jullie campagnes?

A: ze moesten even wennen aan het nieuwe geluid uit onze regio, maar sindsdien zijn ze alleen maar positief. Omdat wij voor het eerst gezamenlijk optreden, en met een zelfverzekerd en enthousiast geluid komen. We gunnen Brabant elke autofabriek die ze kunnen krijgen, (*en ook alle varkensstallen ;)* maar wij gaan voor alle bedrijven die iets met energie en energietransitie doen. Uiteindelijk beslist een bedrijf zelf waar ze zich vestigen. Het zou toch wat zijn dat Den Haag een multinational als Tesla iets oplegt. Het is geen staatsbedrijf.

Q: klopt het dat Tesla populair is onder werkzoekenden?

A: Het idee om alvast personeel te gaan werven om Tesla enthousiast te maken voor onze regio ontstond tijdens de voorbereiding van de initiële TopDutch campagne. Teamleden van TopDutch hebben de afgelopen maanden presentaties over TopDutch en verduurzaming gegeven aan groepen studenten, en vroegen of zij liever voor een corporate werkten, of voor een bedrijf als Tesla, dat de wereld verandert. Vrijwel unaniem reageerden de studenten dat ze liever bij Tesla willen werken. Dit laatste werd onlangs bevestigd door een onderzoek waarbij 23 duizend technische en bedrijfskunde studenten aangaven het liefst bij Tesla te willen werken.

Noord-Nederland, 19 juni 2017

Top Dutch gaat personeel werven voor Tesla

“Stel dat de Gigafactory hier komt, zou je er dan willen werken?” Het team van bestuurders en ondernemers achter de Top Dutch-campagne gaat alvast personeel werven voor Tesla’s energiebedrijf. Vandaag begint een campagne. Met deze actie wil Noord-Nederland zich nogmaals actief bij Tesla aanmelden als enthousiaste regio, als eerste keuze voor hun Europese Gigafactory.

Op TopDutch.com kan iedereen zich vanaf vandaag aanmelden als potentieel medewerker voor Tesla. Onder de inschrijvers worden prijzen verloot zoals een reis naar Silicon Valley. Op de site komt een teller te staan met daarop het aantal inschrijvingen. Ook gaat er elke dag een tweet naar Elon Musk en Tesla met het aantal mensen dat voor Tesla wil werken.

Met opmerkingen [ ]: Doelgroep is 16-36 jarigen

Onlangs werd bekend dat Tesla met stip op nummer één staat als meest populaire werkgever in Nederland onder studenten, technici en bedrijfskundigen. Meerdere landen en regio’s dingen naar de gunsten van Tesla om haar Gigafactory accubedrijf er te vestigen. De fabriek is zo groot als honderd voetbalvelden. Er zijn miljardeninvesteringen mee gemoeid en de fabriek kan direct en indirect zo'n 10.000 banen opleveren.

“Een van de grootste uitdagingen voor bedrijven zoals Tesla is het vinden van gekwalificeerd personeel. Je kan heel veel argumenten hebben waarom een bedrijf zich in jouw regio moet vestigen, maar als je geen personeel kan leveren, houdt het op. Wij hebben hier veel talent. Dus hebben we bedacht om dat probleem alvast voor ze op te lossen”, aldus Patrick Brouns, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Groningen.

“Onze regio loopt voorop met nieuwe energie”, vult Henk Brink, gedeputeerde Economische Zaken van de provincie Drenthe aan. "Wij willen niet alleen aan verduurzaming werken, maar we willen ook in verduurzaming werken. Tesla staat bekend als fabrikant van elektrische auto’s, maar in werkelijkheid is het een energiebedrijf, dat grote stappen zet met opwekking en opslag van energie. En waar anders past een energiefabriek zoals de Gigafactory beter dan in onze TopDutch-regio die voorop loopt in de energietransitie.”

Met opmerkingen [ ]:

"We kunnen niemand garanderen dat Tesla zich hier werkelijk vestigt, of dat ze je uitnodigen voor een gesprek", zegt Sander de Rouwe, gedeputeerde van de provincie Fryslân. “Maar wat we met zijn allen wel kunnen laten zien, is dat we er als regio echt met zijn allen voor willen gaan, voor verduurzaming, voor economische groei, voor werk. En andere bedrijven die zich melden worden uiteraard ook met open armen ontvangen."

Volgens ontwikkelingsmaatschappij NOM hebben zich inmiddels drie andere bedrijven gemeld om zich mogelijk in de regio te vestigen. “De trots en ons enthousiasme hebben bedrijven wakker geschud, dus we roepen iedereen op zich aan te melden op TopDutch.com, en de wereld door onze groene bril te bekijken”, zegt Wubbo Everts van de NOM.

“TopDutch campagnes zijn met een knipoog en hebben ook een serieuze boodschap. Onze regio heeft een torenhoge ambitie: vooruitlopen op het gebied van verduurzaming. We tonen met deze campagne de energie aan die we hebben om onze leidende positie uit te bouwen tot de nieuwe energieregio van Europa. Elk bedrijf, zowel regionaal als internationaal, op gebied van duurzame energie wordt hier actief geholpen, zoals aan enthousiast personeel”, zegt XXXXX van XXXXXX.

Noot voor de pers, niet ter publicatie:
Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

XXXXXXXX (Drenthe) xxxxxxxxxxx
XXXXXXXX (Friesland)XXXXXXXX
Xxxxxxxxx (Groningen) xxxxxxxxx
XXXXXXXX (Ondernemer) XXXXXXX
XXXXXXXX (Ondernemer) XXXXXXX

Are You Top Dutch?

versie 09-06-2017

Are You Top Dutch? / idee

If Tesla were to build a Gigafactory here, would you like to work there?

In navolging van de succesvolle lancering van Top Dutch, verzamelt Top Dutch nu al workforce voor Elon Musk.

De voortgang en resultaten van de personeelswerving worden - net als bij de eerste Top Dutch campagne - via Twitter naar Musk en Tesla gecommuniceerd.

Are You Top Dutch? / doelgroep

De campagne personeelswerving is gericht op **16 tot 36-jarigen** in de drie noordelijke provincies. We enthousiasmeren hen om Top Dutch te worden.

Top Dutch worden is laten zien dat je in een Gigafactory wilt werken, als Tesla ervoor kiest om die in de regio te bouwen. We laten hiermee een teller lopen, die Elon Musk moet laten zien hoe **committed Noord-Nederland** is.

Noord-Nederland heeft **talenten en young professionals** die staan te trappelen om aan de slag te gaan bij een bedrijf als Tesla.

Campagneconcept



I Am Top Dutch!

De studenten en young professionals staan centraal in het campagnebeeld. Zij worden geportretteerd op (voor jongeren) herkenbare locaties in **Fryslân**, **Groningen** en **Drenthe.**
Ze hebben er zin in en stralen dat uit.

Naast de foto's zal het moment ook vastgelegd worden op video, om in te kunnen zetten op social media.

Groene bril



In de Top Dutch regio bekijken wij alles door een groene bril!

De groene bril is de **eyecatcher** van de campagne. Hij wordt gebruikt in het campagnebeeld, op de website, door de promotieteams en bij guerrilla-acties in de 3 provincies.

Hiernaast is het ook een handzaam, betaalbaar en ideaal attribuut dat ook daadwerkelijk door de doelgroep gebruikt gaat worden en daardoor goed voor de herkenbaarheid.

Website



Online werving onder de doelgroep

Een website met als doel om aanmeldingen binnen te krijgen.

Op de pagina staat ook de teller die bijhoudt hoeveel mensen al Top Dutch zijn geworden.

FAQ

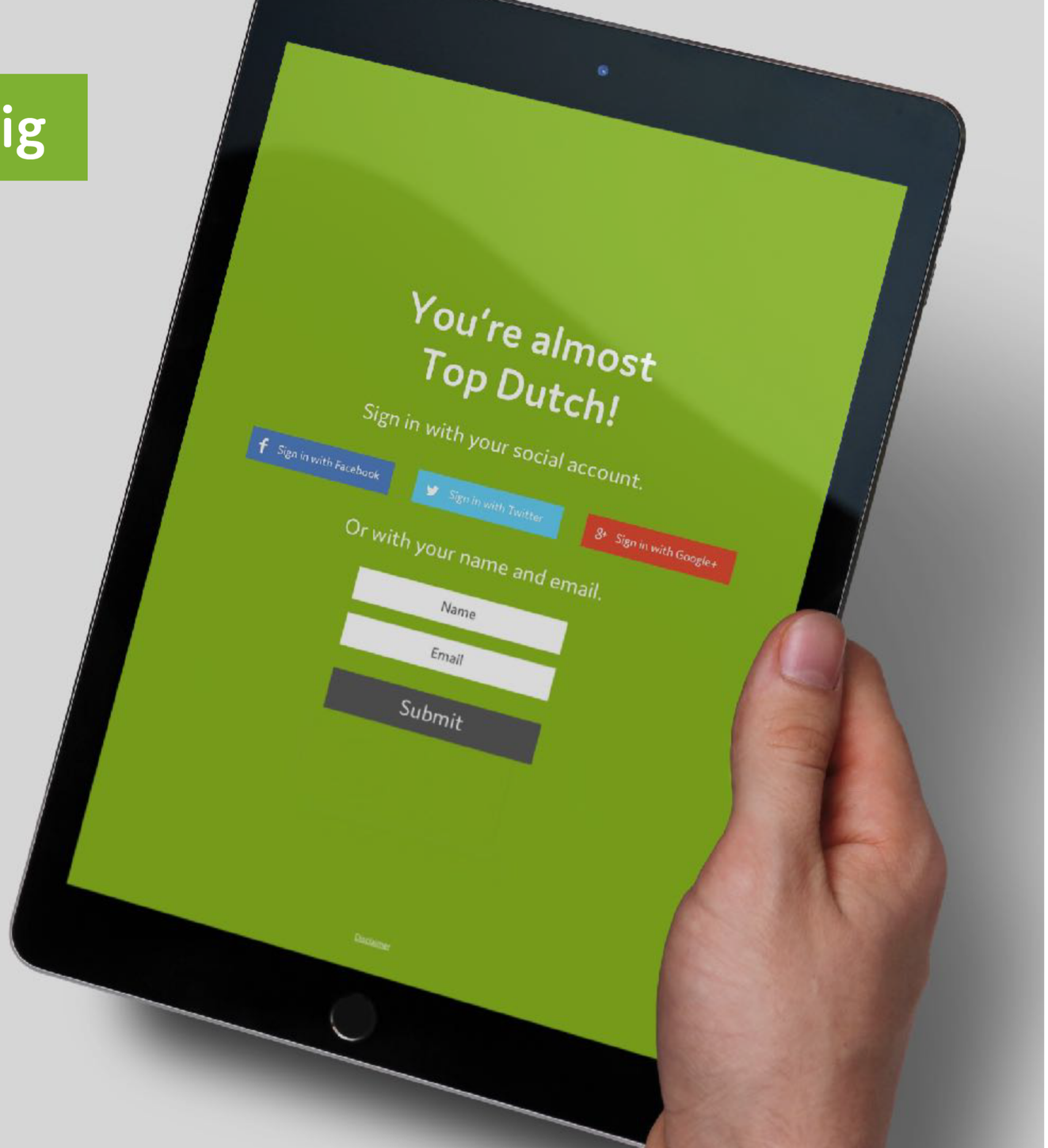


Online werving onder de doelgroep

Er is een handige uitlegpagina, waarin alle informatie op een rijtje staat.

Hier is ook plek voor de nodige terms & conditions en actievoorwaarden.

Laagdrempelig



Social sign-in

De doelgroep kan zich aanmelden als Top Dutch door een naam en e-mailadres in te vullen, of gebruik te maken van een handige social sign-in.

Deze mogelijkheid maakt het gemakkelijk voor de doelgroep om mee te doen. Een social sign-in is laagdrempelig.

Als de deelnemer meer informatie invult (zoals opleiding en baankeus) dan maakt hij of zij kans op leuke prijzen. Op een aparte prijzenpagina is te zien wat er wordt verloot onder de deelnemers.

Promotieteams



Persoonlijk benaderen

Promotieteams gaan op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn. Zij zullen herkenbaar zijn aan **groene polo's** en een groene tas. In de tas nemen zij zonnebrillen mee om uit te delen.

Elk promoteam heeft een iPad bij zich, waarmee de doelgroep zich ter plekke kan aanmelden om Top Dutch te worden. De teams nemen op geschikte plekken ook een crowdball mee voor nog meer zichtbaarheid.

Promotieteams



Persoonlijk benaderen

Promotieteams gaan op pad naar plekken waar veel studenten en young professionals te vinden zijn. Zij zullen herkenbaar zijn aan groene polo's en een **groene tas**. In de tas nemen zij zonnebrillen mee om uit te delen.

Elk promoteam heeft een iPad bij zich, waarmee de doelgroep zich ter plekke kan aanmelden om Top Dutch te worden.
De teams nemen op geschikte plekken ook een crowdball mee voor nog meer zichtbaarheid.

Crowdballs



Stand out in the crowd

Een **crowdball** is een grote opblaasbare bal van 1.50 meter doorsnee. Hij wordt ingezet bij evenementen en zorgt voor veel zichtbaarheid.

Op geschikte locaties **(denk aan het Sneekermeer, Baggelhuizerplas in Assen, het Stadsstrand in Groningen etc)** wordt de bal in het water gelegd waar de aanwezigen ermee kunnen spelen. Ondertussen loopt het promotieteam rond om mensen te werven om

Hoofdprijs



Silicon Valley

Om de doelgroep nog meer aan te moedigen Top Dutch te worden, is een incentive aan de campagne gehangen.

Deelnemers kunnen een reis voor 2 personen winnen naar Silicon Valley en San Francisco.

Ook zullen er nog kleinere prijzen zijn, zodat deelnemers het gevoel krijgen dat er een grote kans is dat zij ook echt wat zullen winnen.

(Bier)viltjes



Biertje?

(Bier)viltjes zijn bij uitstek op elke studentenroeivereniging, hockeyclub of sociëteit een middel om de boodschap over te brengen op de gewenste doelgroep.

We laten een stapel viltjes achter met uiteraard wat Top Dutch brillen.

Online campagne

Taggen, liken, sharen



De primaire doelgroep zijn de 16 tot 36-jarigen. Zij zullen op Facebook, YouTube en Instagram aangesproken worden. Op Facebook en Instagram worden bijvoorbeeld gesponsorde foto's, video's en carrousel advertenties geplaatst. Ook wordt een Facebook Pixel ingezet om de doelgroep opnieuw te bereiken. Op YouTube zal onder meer een bumper video worden ingezet.

Ook worden advertenties geplaatst op de door de doelgroep veel bezochte websites. Door gericht te targeten, zullen zij de eerste twee weken overal Top Dutch voorbij zien komen.

Via Twitter zullen Elon Musk en Tesla net als bij de eerste campagne aangesproken worden. Ook zal hier de secundaire doelgroep (politici, journalisten ea) - de doelgroep van de campagne afgelopen januari - weer bereikt worden. Hierbij zal voornamelijk gebruik worden gemaakt van het eigen netwerk en zullen posts - net als bij LinkedIn - ook ad hoc geboost worden.

Officiële aftrap







Lancering

De campagne wordt officieel afgetrapt door de 3 gedeputeerden.

Datum

19 juni

Tijd

08:30 uur

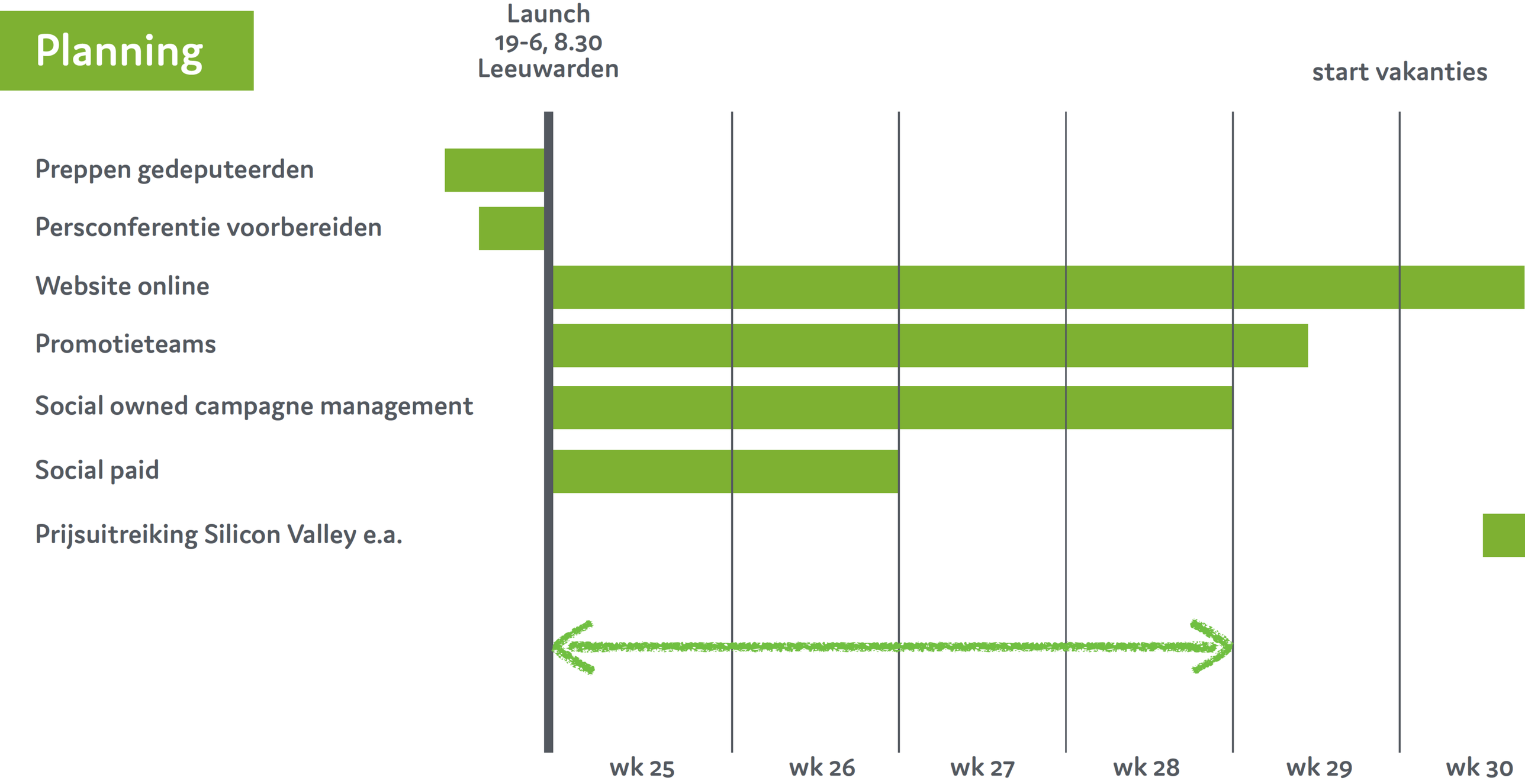
Locatie

MG Energy Systems
Foeke Sjoerdswei 3
Leeuwarden

CEO

[redacted] van der Schaaf

Planning


Launch
19-6, 8.30
Leeuwarden
start vakanties
Preppen gedeputeerden
Persconferentie voorbereiden
Website online
Promotieteams
Social owned campagne management
Social paid
Prijsuitreiking Silicon Valley e.a.
wk 25
wk 26
wk 27
wk 28
wk 29
wk 30

provincie Drenthe

Date : 14-12-2018 16:36:02
From : "[redacted] topdutch.com
To : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] fryslan.frl, "[redacted] drenthe.nl, [redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl, [redacted] @fryslan.frl, "[redacted] fryslan.frl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] nom.nl, "[redacted] nom.nl, "[redacted] @nom.nl, "[redacted] nom.nl, [redacted] @nom.nl
Cc : "[redacted] initio.nl
Subject : Re: TopDutch chemie campagne: update!
Attachment : A good place for green chemicals.pdf;

Hi allen,

De campagne staat helemaal klaar! En zoals beloofd, vandaag het eerste artikel in de bijlage.

Veel leesplezier en een fijn weekend!

Met hartelijke groet,
[redacted]

[redacted]

t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

From: [redacted]
Date: Thursday, 13 December 2018 at 15:37
To: '[redacted] , '[redacted] , [redacted] , '[redacted] " , [redacted] , [redacted] , [redacted] , [redacted]
Cc: [redacted]
Subject: TopDutch chemie campagne: update!

Goedemiddag allen!
Nog een paar dagen tot de TopDutch Chemie campagne van start gaat. Dit keer niet groots met een zonnebrillen-actie of billboards in Silicon Valley, maar inhoudelijk sterk en héel doelgericht. Zo goed mogelijk ons campagnebudget inzetten. Om onze boodschap tussen de oren te krijgen bij de mensen die tellen; potentiele vestigers en hun adviseurs.
In de bijlage vinden jullie een overzicht van de campagne zoals deze nu is ingericht.
Wat je moet weten:

- Wat? Thema campagne: Chemport Europe/TopDutch oplossingen voor het vergroenen van de chemische industrie.
- Waar? Landen: Japan, Duitsland, VS.
- Wie? Key influencers chemische industrie (advieskantoren/international location services) en chemische industrie breed in de drie landen.
- Hoe? De campagne is opgebouwd uit verschillende fases: van paid advertenties op Linkedin, naar organisch en lead nurturing via b2b marketing automation.
- Waarom? TopDutch, met Chemport Europe, positioneren als koploper in het vergroenen van de chemie. Opvallen, contact maken en breinpositie opbouwen bij chemie bedrijven die willen vergroenen, potentiele vestigers en hun adviseurs.

Morgen ontvangen jullie ook vast het eerste artikel in de reeks Chemical TopStories, het verhaal over Green Building Blocks.
Ik hoop jullie hiermee voor nu voldoende te hebben ingelicht, bij vragen/opmerkingen laat het vooral even weten.
Wij zetten de laatste puntjes op de 'i', zo goed als klaar om van start te gaan!
Wij hebben er zin in.
Groeten,
[redacted] en [redacted]
[redacted]
t +[redacted]
e [redacted] topdutch.com
w www.topdutch.com

GREEN BUILDING BLOCKS

Wherever you look, you can't fail to see the results of the chemical industry. Our children's plastic building blocks, our medicines, our food, and the plastic packaging that keeps them fresh for longer. It's almost impossible to imagine modern life without products from the chemical industry. But the main constituents of these everyday products must become greener and more sustainable. According to scientists, that's within our reach. A look into the future of green chemical building blocks.

TOP DUTCH

TIME FOR AN OIL CHANGE: CHEMPORT EUROPE IS DEVELOPING NEW GREEN BUILDING BLOCKS

Plastic drink bottles, LEGO bricks and mattresses – they're all petroleum-based. Of every 20 products manufactured worldwide, 19 depend on the chemical industry. And since we all learned at school that the chemical industry can't do without fossil resources, it will come as no surprise that chemical companies and liquid fuels together are responsible for a quarter of all CO_2 emissions. That's just the way it is.

TIME FOR AN OIL CHANGE

Or is it? Nothing could be further from the truth. New technological developments have long been underway to make plastic bottles, LEGO bricks or mattrasses from sugars or from lactic acid, for example. Some synthetic materials can even be made using greenhouse gases as a raw material. Environmentally friendly bio-based monomers are already the base material for various plastics used by manufacturers of cars, aircraft, toys, computers and mobile phones. Some technologies are already in use, others are still under development. So however much you see the chemical sector as a problem, it's also the solution. Thanks to the chemical industry, we now have batteries for green energy storage and electric cars. If the basic building blocks of chemistry themselves are made more sustainable, it won't be long before the world becomes much more environmentally friendly.

CHEMISTRY: THE GREEN MOTOR

And not before time. Everybody working within the chemical industry is convinced that it urgently needs to become more sustainable. It has to work with green building blocks to achieve the objective of the Paris Agreements.

There's still a long way to go with that. Technology alone is not enough. For oil-based products, processes have been optimized after decades of building and development. The entire infrastructure is ready to carry on producing petroleum-based plastics. Pioneers in sustainable chemistry face a major challenge in building this infrastructure from scratch.
In the Netherlands, the TopDutch region is at the forefront of this. The chemical cluster in that northern part of the Netherlands, Chemport Europe, aspires to become the world's first CO_2 negative production location by 2050. But how? And where can you connect as an entrepreneur in the chemical industry? These are chemistry's three most important new green building blocks, and how they are given shape in the TopDutch region.

1. Biomass
Agriculture and industry in one product stream

THE CHALLENGE: ACCELERATING BIOBASED CHEMISTRY

The first new raw material is biomass. Crops and residual streams from agriculture and the food industry are potential sources of chemicals, materials, fuels and energy. A truly biobased economy is being created as more and more technologies for converting this raw material are developed. Biomass is also expected to replace the role of oil and other fossil fuels in chemistry.

Fun fact: Fossil fuels are actually derived from biomass that was hidden under thick layers of earth ages ago. But could it be possible to speed up this process of millions of years, so that an industry can emerge from it? That is one of the challenges. Another is to make the extraction of chemical building blocks from biomass renewable. For example, energy can be obtained by burning biomass, but this results in the emission of large quantities of particulate matter. Therefore, it is beter to use biomass as a resource for the production of building blocks for bio-based plastics.

Renewable raw material extraction from biomass - what does this call for?

A DEVELOPED AGRICULTURAL HINTERLAND

First of all, an agricultural hinterland. With a large agricultural area and the highest production per hectare in Europe, the Netherlands is assured of a supply of biomass. In the Northern Netherlands there are excellent train, road and water connections between the agricultural hinterland and the chemical cluster. These are residual streams of potatoes, sugar beet, grain, rapeseed, maize and even wood and grass, from which scientists are able to extract useful raw materials. These residual flows are used to generate carbohydrates, proteins, sugars and fibers, which are converted into semi-finished products via biorefinery. For example, a research team led by Gert-Jan Euverink, professor of Biotechnology at the University of Groningen, the Netherlands, is conducting research into shrimp shells. Until recently they ended up en masse on the waste mountain. According to Euverink, that's a pity: there's much to be extracted from this biomass. ‘These shells contain chitin, a component that can be transformed into the substance chitosan, a carbohydrate with antibacterial properties. It could be used for wound sutures, for instance. We're also thinking of antifouling for ships, where chitosan prevents barely any algae from growing, if at all.’

Euverink's research is based at the laboratories of Zernike Advanced Processing (ZAP) in Groningen. Companies can test new technologies together with students and PhD students at this research centre on the university campus. Euverink describes this as an important link between science and business.

'A technology that has proven itself in the lab can be tested here on a larger scale. We're looking into how best to extract a few kilos of raw materials from a particular crop or food waste.'

'A technology that has proven itself in the lab can be tested here on a larger scale. We're looking into how best to extract a few kilos of raw materials from a particular crop or food waste.'

FORESTS FOR WOODCHIPS

Biorefinery plants are essential for a biobased economy, explains professor Euverink. 'As many high-quality products as possible are extracted from biomass at plants such as these. Unlike petrochemicals, this is done at low temperatures and under low pressure, and the procedure is often based on water. The advantage of this is that the various streams remain better usable. In chemical processes at high temperatures, many molecules are so severely damaged that they can no longer be used.'

A big step forward will be taken next year. In 2019 a test plant is due to open to extract glucose from wood chips at the Chemport Industry Campus, a test area in the Northern Netherlands chemical complex. Technology company Avantium is the initiator of this biorefinery.
A commercially exploitable plant, that is yet to be built, will be used to convert woodchips from the Province of Drenthe and Groningen's publicly-managed forests into chemical raw materials such as sugars, glucose and lignin.

'Unlike petrochemicals, this is done at low temperatures and under low pressure, and the procedure is often based on water. The advantage of this is that the various streams remain better usable. In chemical processes at high temperatures, many molecules are so severely damaged that they can no longer be used.'

The sugars obtained from the Avantium biorefinery, for example, could go to the neighboring Nouryon, the former AkzoNobel Specialty Chemicals. Those sugars could subsequently be used to produce acetic acid, a product still made with fossil resources. The other raw material, lignin, is also a valuable material.

What remains of the woodchips ends up as biomass in the RWE power plant. 'The arrival of the Avantium biorefinery is a major breakthrough', says Euverink, who expects more biorefinery plants to emerge in the coming years.

THE AMBITION: SCALING UP BIOBASED CHEMISTRY

The technologies for extracting raw materials from woodchips and shrimp shells have already been tried and tested. But the biggest challenge is to scale up the technology. 'A desirable chemical reaction in a test tube is not easy to reproduce on an industrial scale in new technology',

'A desirable chemical reaction in a test tube is not easy to reproduce on an industrial scale in new technology.'

says professor Euverink. The Dutch chemical sector estimates that by 2030 about 15 percent of the raw materials will be extracted from biomass. That percentage is three times higher than it is now. Chemport Europe, with its sustainable ambition, will take on a leading role in this transition.

2. Carbon dioxide
From greenhouse gases to industrial resource

THE CHALLENGE: CO_2 FROM EMISSION TO INPUT

But as biomass-based production increases, the biggest problem has yet to be addressed: carbon dioxide. The fact is that industry emits greenhouse gases. But what if it were possible to use CO_2 as a raw material for the chemical industry? That would be a win-win situation: thanks to industry, undesirable quantities of greenhouse gases are reduced to an acceptable level and the industry itself emits less. Making this possible is the holy grail for scientists. Some even believe that this is the only way to achieve the agreed CO_2 reduction of 80 percent by 2050 compared to 1990.

THE AMBITION: DEVELOP THE FIRST CO_2-NEUTRAL CHEMICAL CLUSTER

That's why Chemport Europe aims to become the world's first CO_2 negative production location by 2050. But how? The technology to turn CO_2 into a raw material for the chemical industry is still under development. Various scientists in the Netherlands are looking into the possibilities. It's difficult to chemically split CO_2, says Gert-Jan Gruter, endowed professor of Industrial Sustainable Chemistry at the University of Amsterdam. 'The molecule CO_2 is the chemical industry's drain. It takes a lot of energy to turn it into a usable new raw material.'

A much more promising way is to use electricity: with hydrogen, you can convert CO_2 into formic acid, for example. 'That is a very useful building block for the chemical industry: formic acid can even be used as car fuel', says Gruter, who is also Chief Technology Officer at Avantium. Gruter is not in favour of underground CO_2 storage. 'Carbon Capture and Storage (CCS) is a bad idea because it's not a structural solution to the problem. It's a modern-day landfill, that costs a lot of money and does not yield anything.'

'Carbon Capture and Storage (CCS) is a bad idea because it's not a structural solution to the problem. It's a modern-day landfill, that costs a lot of money and does not yield anything.'

CO_2: RAW MATERIAL FOR POLYMERS AND POLYESTERS

Avantium is currently researching the best and most efficient technology for transforming CO_2. A few years ago it took over the American start-up Liquid Light. That company had mastered the technology, but had problems with scaling up and went bankrupt. Avantium acquired the patents and brought the equipment and staff to Amsterdam. Avantium's laboratory now employs a research group of 15 people whose task includes continuing to develop the technology and ultimately scale it up in a pilot plant.

The Amsterdam-based technology company converts CO_2 into formic acid using a catalyst and electricity. This liquid is subsequently reconnected to CO_2 to form oxalic acid, a potential monomer for polymers and polyesters. Professor Gruter: 'There's another chemical process we can use to turn oxalic acid into glycolic acid, which serves as a raw material for specific types of suturing material. These substances dissolve naturally after two weeks.'

Avantium has made a conscious choice not to focus on the production of fuels because raw materials for plastics have a better earning model. In the future, CO_2 in particular may well become lucrative as a raw material for chemical building blocks. 'The switch to renewable energy not only reduces electricity costs. If producers have to pay for their CO_2 emissions, we'll also earn from supplying this raw material', according to the CTO.

'The switch to renewable energy not only reduces electricity costs. If producers have to pay for their CO_2 emissions, we'll also earn from supplying this raw material.'

He believes that it remains a technical challenge to capture CO_2. 'These technologies are also still in their infancy, but it's just a matter of time. On a global scale, a great deal of research is being done in this area.'

CO_2: RAW MATERIAL FOR PET BOTTLES AND LEGO BRICKS

Professor Gruter is also conducting research into oxalic acid with colleagues at the University of Amsterdam. The research group Industrial Sustainable Chemistry (ISC) is conducting research together with toy manufacturer LEGO. They're looking for a way of making the plastic building blocks from CO_2 and biomass in the future. 'We want to make high quality plastics that we can use to make even better plastic bottles in the future. We hope to be able to make a bottle that no longer needs to be melted down after recycling, but can be refilled after a thorough wash. Just as we do with glass beer bottles.' According to the professor, the chemical industry still has many opportunities to achieve a greener society. 'The time has come to once again unravel all the elements of the periodic table.'

' The time has come to once again unravel all the elements of the periodic table.'

CO_2: RAW MATERIAL FOR COSMETICS

At Chemport Europe, the young scale-up Photanol is also innovating with CO_2 as a raw material. The company produces various organic acids from cyanobacteria, solar energy and carbon dioxide, which form the basis for the production of bioplastics and cosmetics. In 2019, construction is due to start on a pilot plant in Delfzijl (province of Groningen), which will source its CO_2 from the neighboring Nouryon plant.

3. Hydrogen
From grey to green

THE CHALLENGE: A GLOBAL HYDROGEN ECONOMY

And then we have a third green building block: hydrogen. In Japan, it is seen as the ingredient for a sustainable society. That country is leading the way in the use of this renewable energy source. The whole world will also experience this during the 2020 Olympic Games in Tokyo. The Olympic village where more than 17,000 athletes and guests are staying will be transformed into a 'hydrogen city'. All accommodation, sports locations and catering establishments will be supplied with electricity and hot water via hydrogen energy. Japan also aims to have around 35 hydrogen filling stations during the Olympic Games. The car brands Toyota and Honda are striving to

put at least 6,000 hydrogen cars on the road. The Japanese government has been investing in large-scale projects to transform the country into a hydrogen-based society since 2014. For the time being, the country is extracting the hydrogen from Australian lignite. The hydrogen is to be extracted from fossil-free energy by 2040.

The Japanese aren't doing this for nothing. Green hydrogen not only serves as an environmentally friendly and safe fuel; it is also a useful building block for the chemical industry. Green hydrogen can be produced from green electricity through electrolysis. It can also be produced from biomass and biogases. This calls for gasification and steam reforming respectively. And the best thing about it: hydrogen can be transported through gas pipelines.

DUTCH HYDROGEN ECONOMY: EXPERTISE, INFRASTRUCTURE AND AMBITION

The Netherlands is also a strong advocate of hydrogen. It appears to present a solution to many problems. For example, the gas can be used to store sustainably generated energy, as large surpluses of wind and solar energy will become available in the future. The green energy can easily be converted into hydrogen, and - at a later stage or at another location - can just as easily be converted into green electricity.
Hydrogen can also be used as a fuel for transport. But especially for the chemical sector, hydrogen is an important green building block. It is not only an alternative to natural gas and oil to run chemical processes, but can also be used as a raw material.

The Netherlands does not yet have a large-scale hydrogen supply. Hydrogen is already being produced, as a residual stream from various chemical processes. But this is 'grey' hydrogen, because it is obtained from fossil natural gas.

SHAPING THE FUTURE HYDROGEN ECONOMY

The big step forward is when hydrogen can be produced on a large scale from sustainable energy - green hydrogen. Dutch industry in the TopDutch region is working hard to scale up the technology. Various research projects are underway. Multinationals such as Shell and Nouryon and energy companies such as Gasunie, RWE, Engie and Nuon form consortia with various knowledge institutions.

Hydrogen is produced through electrolysis. 'With the aid of electricity water is split via an electrolyzer into oxygen and hydrogen', explains Erik Heeres, professor of chemical technology at the University of Groningen. Professor Heeres is involved in Hydrohub, a test center shortly due to be opened, where an electrolyzer with a capacity of 1 megawatt will run. The partners of the project, in which approximately 6 million euros will be invested, are: Shell, TNO, Frames, Nouryon, Groningen Seaports, Hanze University of Applied Sciences, the University of Groningen, GasUnie and the research institute for process technology ISPT.

According to Erik Heeres, the Netherlands has plenty of opportunities to take a leading position in the production of electrolyzers. 'There is enough knowledge available to improve and scale up these electrolyzers.' Hydrogen plants will certainly start operating in the north of the Netherlands in the future. In the north, large amounts of wind energy come ashore from the sea, which can be converted into hydrogen.

'There is enough knowledge available to improve and scale up these electrolyzers.'

Hydrogen takes the greening of chemistry a step closer. In the future, chemical processes that still require fossil resources could partially run on hydrogen. The Groningen-based company BioMCN is a case in point. This company currently produces methanol from natural gas and biogas, but also has plans to produce methanol by having hydrogen react with CO_2. This is making the company's methanol greener and greener. In the longer term, there will be a great opportunity to supply green hydrogen via a shared infrastructure, so that all companies in the chemical cluster can benefit.

THE TOPDUTCH REGION GAINING MOMENTUM

The chemical industry needs green building blocks. This calls not only for pilot plants, but also for sustainable total solutions, an infrastructure and logistics and a culture of intensive cooperation. Such innovations are gaining momentum in the TopDutch region. Working together, these innovative pioneers will help the chemical cluster in the Northern Netherlands to achieve its ambition of producing sustainably and CO_2 negatively by 2050. 'Developments could rapidly gain momentum', predicts biotech professor Euverink. 'Certainly as oil and natural gas become scarce or when governments start putting a price on CO_2 emissions. Companies would do well to prepare for greener business operations.'

JOIN TOPDUTCH

So what will be your new industry? What raw materials does your company need for green and sustainable production? Contact our network of knowledge-intensive institutions and innovative and entrepreneurial companies. You'll soon see for yourself how quickly things get done here in the Northern Netherlands.

Contact
Errit Bekkering
+31 (0)6 250 083 70
bekkering@nom.nl

TOPDUTCH.COM

A good place to be great

Date : 15-1-2019 18:53:14
From : '[redacted]@icloud.com
To : '[redacted]initio.nl
Cc : '[redacted]provinciegroningen.nl, '[redacted]drenthe.nl, '[redacted]fryslan.frl
Subject : Re: TopDutch consortium
Attachment : Aanbestedings TopDutch;inschrijving.zip;BoerenZiel.docx;Overeenkomsten;SG3 - Organisatie, financiën en afstemming.pdf;Ad. 1.3.2. Beschrijving Kerncompetenties.pdf;samenwerking TopDutch;TopDutch actiepunten;Re: TopDutch actiepunten;_chat.txt;Re: TopDutch actiepunten;MO[redacted] CONCEPT.pdf;Top Dutch;TopDutch consortium.docx;Terugkoppeling en startdocument besprekingen;Re: Voorzitter TopDutch;Re: Startdocument;Startdocument;Schermafbeelding 2018-12-14 om 14.56.38.png;Schermafbeelding 2018-12-14 om 15.04.13.png;Schermafbeelding 2018-12-14 om 15.04.52.png;Schermafbeelding 2018-12-03 om 14.31.51.png;IMG_5823.PNG;f0dbf2ea-ae4f-4b53-bbf5-ab65cd73aba4.jpeg;IMG_4017.jpeg;IMG_0062.png;

[redacted]

Helaas heb ik geen reactie van je mogen ontvangen op mijn verzoek van 5 december om de samenwerking rond TopDutch netjes af te handelen.
Helaas moet ik het volgende constateren:

- Je hebt niet geantwoord op mijn vraag of je tijdens het aangaan van de samenwerking en de tenderinschrijving tekenbevoegd was en of je dit nu wel bent, ik zou hier graag alsnog duidelijkheid over willen krijgen;

- Je hebt geen rectificatie doorgevoerd over de beperkte rol van Initio bij het ontstaan van het TopDutch project en verzoek je dit alsnog te doen;

- Je hebt geen voorstel gedaan om netjes zakelijk uit elkaar te gaan voor een tender die gezamenlijk is geschreven, gepitcht en gewonnen, ik heb hier een heel net voorstel voor gedaan;

- Je gaat door met ongefundeerde aantijgingen ondanks mijn dringende verzoek hiermee te stoppen en hebt deze niet ingetrokken.

Ik zal de provincies informeren over de vele pogingen die ik heb ondernomen om vanaf het begin de gelijkwaardige samenwerking in dit project op te zoeken, en zal de communicatie delen waaruit blijkt dat je hier structureel voor bent weggelopen en tegenovergesteld hebt gehandeld, ondanks gedane toezeggingen en gemaakte afspraken. Zie onderaan de betreffende email.

Voor de volledigheid wijs ik nog even op wat in de ingezonden tender staat:

Ad. 1.3.2. Beschrijving Kerncompetenties

Voorwoord

Om maar met de deur in huis te vallen: Hallo Top Dutchers! Want de vlag waaronder de economische propositie van onze regio zou moeten varen is volgens ons die van Top Dutch.

We zijn best een beetje trots dat we vorig jaar samen met jullie een zaadje hebben geplant om onze regio eens goed op de kaart te zetten. De Top Dutch Tesla campagne raakte blijkbaar de juiste snaar op het juiste moment. Vanuit ondernemerschap, een beetje lef en wat humor oversteeg #TeamTopDutch ineens de provinciale grenzen en hervonden inwoners van onze regio hun trots, en vonden ze een gezamenlijke identiteit.

Het was keihard werken, soms ook zoekend naar een modus. Dat hoort nu eenmaal bij pionieren. En wat een plezier hebben we gehad, aan het werken met zo'n kern van enthousiaste mensen die allemaal gingen rennen voor hetzelfde doel. Daar krijgen we energie van en het is gaaf om te zien hoeveel energie anderen hier ook van krijgen. Het gaat om de mensen die het verschil willen maken. Mensen melden zich nog steeds spontaan aan om belangeloos mee te helpen. Nou ja, belangeloos: in het belang van de regio!

We hebben ontzettend veel zin in het samen verder ontwikkelen van Top Dutch tot het internationale merk ter ondersteuning van acquisitie voor de regio. De regio waar wij zijn geboren, wonen, werken, onze vrije tijd besteden, waar onze familie, vrienden en collega's wonen. Waar de partners die ons voorstel mede-onderschrijven ook vandaan komen.

We hebben ook veel geleerd. Bijvoorbeeld dat je nauwelijks hoeft te vergaderen, omdat appgroepjes veel sneller schakelen. Af en toe een borrel helpt mee om de vrolijke en creatieve sfeer erin te houden. We hebben ook geleerd dat zo'n groot project nog strakker georganiseerd en afgestemd kan worden, zonder het meteen te willen institutionaliseren. Daar zetten we met dit voorstel serieuze stappen in. Top Dutch moet van iedereen worden, we maken het daarom mogelijk dat iedereen actief met Top Dutch aan de slag kan.

Tweeduizend arbeidsplaatsen scheppen en bedrijven acquireren zijn mooie doelen. Onze ambitie gaat nog iets verder: we willen onze regio met een internationalere blik naar buiten laten kijken. We willen dat de wereld ons meer ziet als leidend op ondernemerschap, innovatie en organiserend vermogen. We willen dat onze regio vanuit eigen kracht denkt, trots is waar we staan, en de energie toont waar we heen gaan. Over energie gesproken: die wordt groen. En we gaan digitaal. Dat is Top Dutch.

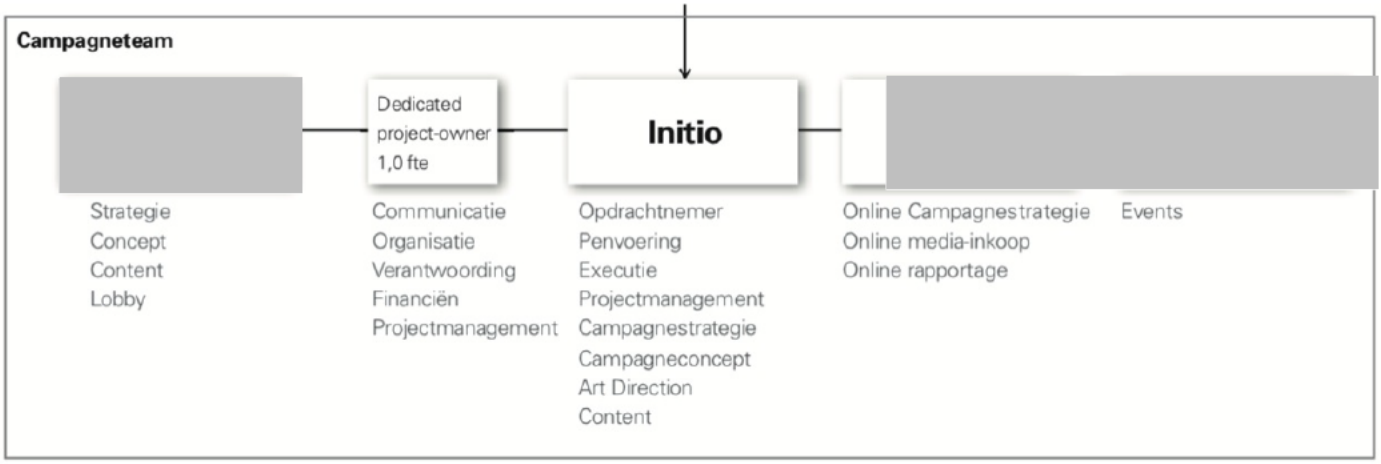
We schrijven in als Initio (er is nu eenmaal een penvoerder nodig). We werken samen als een echt Top Dutch team: [redacted] strak teamverband met Tres Internet uit Fryslân en [redacted] uit Drenthe. Allen ondernemers met de gedrevenheid om de propositie van de Top Dutch regio wereldkundig te maken vanuit hun eigen expertise. Dat is onze gezamenlijke competentie.

Bijgaand vinden jullie de geloofsbrieven van penvoerder Initio. Met het entrepreneurship van [redacted] denken we een committed team te kunnen activeren om de doelstellingen gesteld aan de uitschrijving te behalen.

[redacted]

We (onderschreven door ons samen) schrijven gezamenlijk in.
Er is nu eenmaal een penvoerder nodig, het noemen van een penvoerder onderschrijft de inschrijving als samenwerkingsverband.
Let ook op de woorden *teamverband* en *committed team*.

Schematisch is de samenwerkende inschrijving weergegeven:
Een horizontaal georganiseerd inschrijvend campagneteam, dus geen hiërarchie, met expliciete verdeling van rollen.
[redacted] *niet handelend* vanuit Initio, de project owner *niet handelend* vanuit Initio:



Inschrijving als *samenwerkingsverband*, geen hoofdaannemer met mij of Niels of Chris als onderaannemers:

Samenwerkingsverband bedrijven uit Fryslân, Drenthe en Groningen

Goed voorbeeld doet goed volgen. Wij gaan als drie bedrijven intensief samenwerken, ieder vanuit zijn eigen compentie en kracht.Het samenwerkingsverband bestaat uit de volgende bedrijven: Initio DBK uit Groningen die als penvoerder en opdrachtnemer fungeert, uit Drenthe. Met s een intentieverklaring getekend voor de samenwerking voor 2 jaar. Naast deze bedrijven kan opdrachtnemer besluiten derde partijen (met sterke voorkeur voor enkel regionale partijen) in te huren als onderaannemers zoals bijvoorbeeld filmproductie bedrijven, webbouwers, fotografen en copywriters.

Het samenwerkingsverband (ander woord voor consortium)

Er wordt wel gesproken over onderaannemers maar dat zijn derden: niet ik wij zijn integraal onderdeel van het samenwerkingsverband, net als Initio.
Het is essentieel dat onderscheid te maken: ik, zijn *geen derden of onderaannemers* maar onderdeel van het *samenwerkingsverband* waarmee is ingeschreven en waarop is gegund.

Initio heeft geen zwaardere of invloedrijker rol behalve dan de verantwoordelijkheid om het penvoerderschap te dragen.
Die rol geeft Initio geen grotere stem in dit project.

Grote delen van de inschrijving heb ik zelf bedacht en geschreven. Ik heb ook gepitcht.
Zie mijn eerste opzet van de tenderinschrijving waarop Initio verder kon bouwen:

Op grote delen van de gunning punten zijn verleend dankzij mijn inbreng.
Dit gaat bijvoorbeeld maar niet uitsluitend om deze punten:
- G1 kwaliteit, 100 punten
- SG1 strategie en plan van aanpak, 30 punten
- SG3 Organisatie, financiën en afstemming, 20 punten
- SG4 Pitch, 30 punten

Uit alles blijkt mijn cruciale rol bij het totstandkomen van deze inschrijving, de pitch en de gunning, en mijn cruciale rol bij de uitvoer van het project.

Uit alles blijkt dat er nooit sprake is geweest van een hoofdaannemerschap van Initio met mij, als (mogelijke) onderaannemers.

Ik heb ook aan geen andere vorm dan een gelijkwaardige en gezamenlijke inschrijving medewerking verleend.
Zeker niet aan een vorm als onderaannemer met Initio als hoofdaannemer.
Dit blijkt wel uit onze bijgaande correspondentie, zowel vooraf als na het gunnen van de tender aan ons. Zie daarvoor de bijgaande vorige email onderaan.

Zie de verschillen van de eerste aanzet met de definitieve inschrijving:

Overigens zie ik dat je diverse opmerkelijke wijzigingen hebt doorgevoerd in de definitieve inschrijving. Hier vier voorbeelden:
- Mijn persoonlijke referentie blijkt uit de inschrijving te zijn verwijderd;
- De door mij ingebrachte TopDutch referentie wordt ineens als Initio referentie opgegeven;
- Je hebt zonder overleg toegevoegd dat er een schriftelijke intentieverklaring met zou zijn, wat niet waar is;
- Je hebt zonder overleg additionele rollen aan Initio toegekend zoals opdrachtnemer, executie, campagnestrategie, campagneconcept en content.

Door:
- je verantwoordelijkheid als penvoerder niet het initiatief te nemen om de samenwerking met alle partijen te formaliseren;
- te beloven de samenwerking alsnog te gaan formaliseren, maar ondertussen als hoofdopdrachtnemer te handelen;
- door er bij meerdere voorstellen en pogingen tot overeenstemming te komen herhaaldelijk voor en letterlijk bij weg te lopen;
- door tegen de afspraken en de tenderinschrijving in je eigen rol en die van de project owner te vervlechten met die van Initio;
- mij als onderaannemer te behandelen;
- me buiten besluiten en gesprekken en toezeggingen naar derden te houden;
- door niet transparant te handelen in uitvoering, planning, financiën en tarieven en afspraken hierover te negeren;
- door en niet aan te haken;
- door werk door derden uit te laten voeren dat bij mij en de samenwerkingspartners ligt;

- me in een rol te willen duwen als ZZP-er bij Initio met je MO voorstel en daarmee de samenwerking op te blazen;
- door te bevestigen dat er geen samenwerkingsverband is en zal komen, en daarmee de samenwerking op te blazen;
heeft Initio een wezenlijke wijziging doorgevoerd in de uitvoering van de tender.

Ik heb door inkoop- en aanbestedingsjuristen laten uitzoeken wat deze situatie inhoudt en heb je eerder op dit risico gewezen:

- Er wordt niet meer voldaan aan de gunningscriteria.
- Initio DBK heeft als verantwoordelijke en penvoerende partij een *wezenlijke wijziging* doorgevoerd.

Dit betekent in beide gevallen dat de tender *ongeldig* is.

En even los van al dat juridische: zo ga je niet met partijen om. Je hebt een tweede kans gekregen om dit alsnog op te lossen. En we leken eruit te zijn, we waren allen akkoord met Alfred's suggestie om de tenderinschrijving en gunning, de gelijkwaardigheid en de samenwerking alsnog recht aan te doen, maar kwam je hier met je laatste voorstel weer op terug, bovendien bleef je doorgaan met ongefundeerde aantijgingen. Je blies alsnog de samenwerking op en toonde je wederom als onbetrouwbaar partner, een penvoerder onwaardig.

Ik verzoek je in het belang van alle partijen dringend om alsnog de ontstane situatie - waarvoor Initio DBK zowel formeel als penvoerder, en ook door haar handelen verantwoordelijk is - netjes op te lossen. Zie daarvoor de suggesties onderaan bijgaande email.

Op 5 dec. 2018, om 23:33 heeft [redacted] < [redacted] vdziel.com> het volgende geschreven:

[redacted]

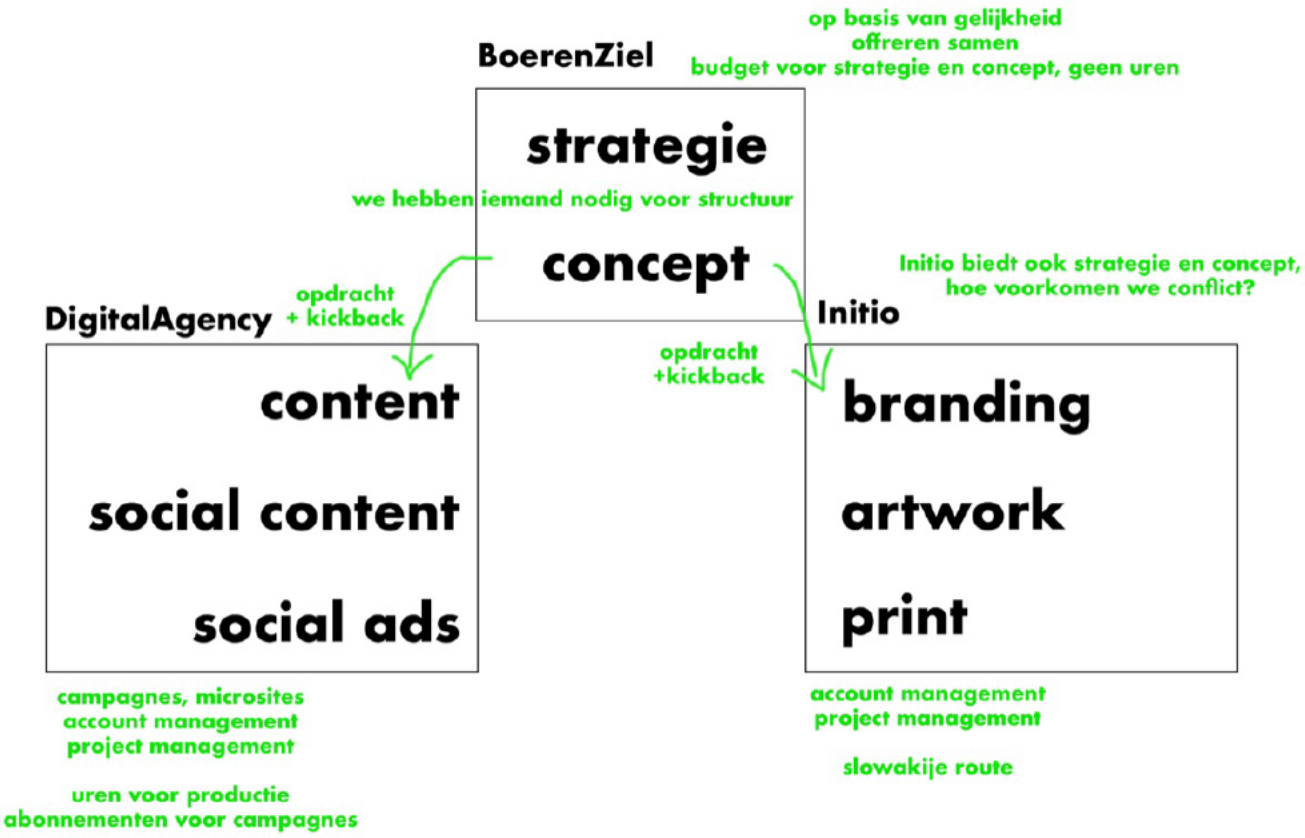
zoals je wellicht al van [redacted] hebt vernomen heb ik besloten niet in te gaan op je voorstel.

Ik heb voor de volledigheid een feitelijk overzicht gemaakt van de gang van zaken rond het vormen van de samenwerking van TopDutch:

---

24 juli 2017

Documentatie wat we bespraken om de samenwerking te formaliseren in een gezamenlijke BV, zie Boerenziel.docx. We vragen [redacted] hier naar te kijken.



---

8 augustus 2017

[redacted] vult aan en doet suggesties.

Je bent er niet op ingegaan.

Juli / Aug 2017

Tender documenten. Ik heb mijn medewerking aan dit project verleend zoals beschreven is in ondermeer bovenstaande en de organisatievorm in de tenderinschrijving.

Hierop is gegund, inclusief gunning op mijn inbreng en de organisatievorm.

Half Augustus 2017

De inschrijving wordt opgestuurd, ondanks beloften om de samenwerking zoals hierboven benoemd van te voren vast te leggen.
Je argument was dat een BV pas hoeft te worden opgericht als de tender valt.

Een beloofde LOI heb ik niet gezien.
Overigens heb ik van [redacted] en [redacted] vernomen dat er met hen ook geen LOI is gemaakt, ondanks dat dit in de inschrijving staat.

Oktober 2017

Nadat de tender is gewonnen heb je me meegedeeld dat je eenzijdig afziet van de afgesproken samenwerking in de vorm van een BV.

Je hebt ondanks verzoeken sindsdien geen voorstel gedaan om op een andere manier vooruit te komen.

Sindsdien heb je besprekingen hierover ontweken.

---

23 jan 2018

Omdat ik na meerdere verzoeken geen reactie krijg, schrijf ik zelf een voorstel op basis van gemaakte afspraken.

Ik heb geen reactie ontvangen.

---

13 maart 2018

- Je hebt na meerdere pogingen om tot afspraken te komen toezeggingen gedaan om ze alsnog vast te leggen, maar hebt dit niet gedaan.
Zie mail nav gesprek met [redacted] waarin afspraken zijn gemaakt en vastgelegd.

Je reageert niet.

---

28 maart 2018
[redacted] verzoekt je dringend te reageren

Je reageert niet.

---

23 maart 2018

Op 23 maart 2018 zeg je toe dit alsnog te doen.

Maar doet dit vervolgens niet, zonder communicatie.

April / Mei 2018

- Bij een van onze reguliere dinsdag TopDutch Core meetings waarin we dit onderwerp bespreken kom je niet opdagen.

- Bij een van de andere reguliere TopDutch Core meetings bespreken loop je weg als dit onderwerp ter sprake komt.

---

2 juni 2018

Ik vraag dringend om prioriteit.

Zie chat.xtx

Ik krijg geen reactie.

==========

11 juli 2018

- Op 11 juli 2018 stuur ik een voorstel, verwijzend naar notulen met gemaakte afspraken, met verzoek af te tikken.

Helaas geen reactie.

==========

12 juli 2018

- Op 12 juli 2018 doet GK dringend verzoek aan je om je intentie uit te spreken er uit te willen komen.

Zie chat.txt

Daarop stap je uit de appgroep.

Zie chat.txt

Diezelfde dag zeg je alsnog toe het te willen regelen.

Zie chat.txt

==========

17 juli 2018

Je hebt me op 17 juli 2018 een MO voorstel gedaan dat haaks staat op de inschrijving en gemaakte afspraken.

Hierin is geen sprake van een samenwerking op basis van gelijkwaardigheid of gezamenlijkheid, zoals afgesproken en ingeschreven.
Je bevestigt hierin hoe je het afgelopen jaar buiten de gemaakte afspraken en de inschrijving hebt gehandeld en legt erin vast af te willen blijven afwijken van gemaakte afspraken en de inschrijving, ondanks de vele toezeggingen en gemaakte bezwaren.

==========

19 juli 2018

- Op 19 juli 2018 heb ik gereageerd op je MO concept, Ik heb je gewezen op de eerdere gemaakte afspraken, dat je voorstel hier fors van afwijkt, en doe een beroep op je verantwoordelijkheid om het consortium definitief met mij, [redacted] en [redacted] te organiseren.

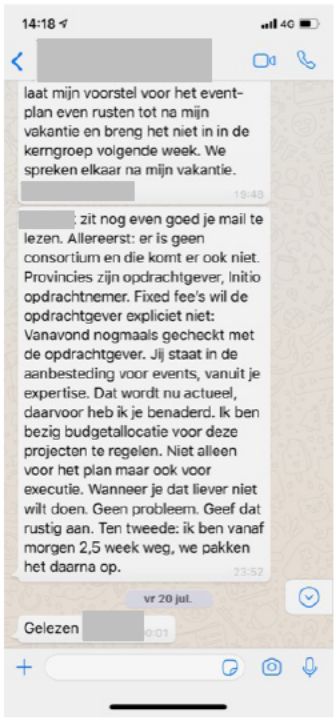
Zie chat.txt

- Je antwoordt ontwijkend, ontkent afspraken, verdraait mijn woorden en toont ondanks beloften geen bereidheid om er werkelijk samen zoals afgesproken uit te komen.

Zie chat.txt

- Je bevestigt je opereren en houding nogmaals door op 19 juli 2018 te melden dat er geen consortium is en deze er niet zal komen.

Zie screenshot.



---

20 juli 2018

Op basis van bovenstaande incidenten, met name je acties op 17 en 19 juli in combinatie met het niet leveren van Initio in TopDutch zag ik geen andere mogelijkheid dan het vertrouwen in de samenwerking op te zeggen, afstand te nemen van Initio's handelen rond TopDutch, en hier de provincies over te informeren. en maken vanuit hun eigen ervaringen met jou dezelfde overweging.

Mijn opzeggen in het vertrouwen en het nemen van afstand van Initio's handelen op 20 juli 2018 heeft je geen recht gegeven om met dit handelen door te gaan. Ook daarvoor handelde je al solitair en tegen afspraken in met derden. Dat was een van de redenen om het vertrouwen op te zeggen.

Sindsdien ben je ondanks alle bezwaren en pogingen niet tot inkeer gekomen en hebt geen initiatief getoond om dit op te lossen,
Integendeel, je hebt de situatie verder geëscaleerd door zaken te verdraaien en ongefundeerde aantijgingen te doen.

---

14 september 2018

In overleg met Patrick is afgesproken dat er voor 25 september 2018 heldere afspraken worden verwacht tussen ons vieren.
stuurt je een voorstel met meerdere data om met hem, en mij in gesprek te gaan.

Hier ben je niet op ingegaan.

---

17 oktober 2018

In het gesprek met Patrick Brouns is een goed deel van de inhoud van het door eerder ingezonden consortium voorstel besproken.

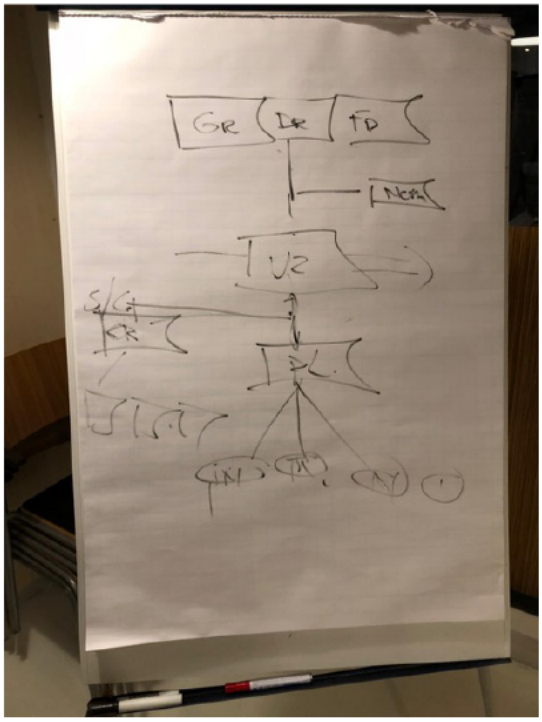
Dat document doet m.i. recht aan de gelijkwaardigheid en gezamenlijkheid van de afspraken en de inschrijving. De in dat gesprek benoemde punten uit dit document werden in dat gesprek breed gedragen als zaken die je normaliter in een consortium regelt. Met die opdracht van Patrick om alsnog het consortium te proberen te vormen zijn we verder gegaan.

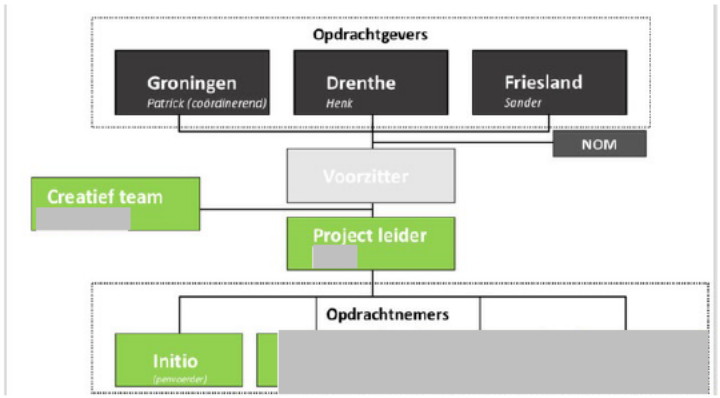
---

1 november 2018

- Je hebt gevraagd te helpen. Hij heeft op basis van zijn bevindingen geconstateerd dat afspraken niet zijn geformaliseerd, er niet naar is gehandeld en rollen door elkaar heen zijn gaan lopen. Hij adviseerde een aanpassing op de consortievorm: met een aanvullende onafhankelijke voorzitter.
Zie foto van zijn voorstel en uitwerking hiervan. Met Alfred's voorstel waren we allen akkoord.

We maakten twee afspraken:
- Je zou op basis van Alfred's voorstel een voorzet maken
- we zouden gezamenlijk met een onafhankelijke voorzitter de voorzet verder uitwerken





---

6 november 2018

Je stuurt een voorzet, die je startnotitie noemt.

In dit document komt niets van de in het gesprek met Patrick en [redacted] besproken onderwerpen en structuur terug.

Deze feedback krijg je van zowel mij als [redacted]

(het wordt teveel om de hele correspondentie rond het vinden van de voorzitter mee te nemen, zit in onze mailboxen. In het kort heb je het afgesproken proces niet gevolgd door zelf een voorzitter te selecteren, aan te stellen en te briefen zonder de andere partijen de gelegenheid te bieden de voorzitter te spreken en te briefen en te selecteren)

---

28 november 2018

In het gesprek met [redacted] wordt je gekleurde startnotitie ineens als hèt uitgangspunt neergezet.
Bovendien wordt geen ruimte geboden om met alle partijen onder leiding van een onafhankelijke voorzitter tot een werkelijk breed gedragen document te komen.

Met als argument dat de mail van [redacted] van 20 juli 2018 een nieuwe situatie heeft gecreëerd. Ik heb dit bestreden en onderbouwd dat Initio al vanaf het begin een andere situatie creëerde en met name jouw breekpunten op de 17e en 19e juli er de aanleiding voor waren. Deze mail van 2 dec 2018 biedt daar een verdere onderbouwing voor, ter aanvulling van mijn eerdere mail en die van [redacted] over dit punt.

---

29 november 2018

Zonder de input van mij, [redacted] of [redacted] mee te nemen wordt een gewijzigde versie van het startdocument gepresenteerd als de in beton gegoten overeenkomst.

Je hebt ruim een jaar solitair gehandeld en de gemaakte afspraken naast je neergelegd. Ook nu je het goed kon repareren heb je helaas niet als penvoerder vanuit ieders belang willen werken. Daarmee is het vertrouwen in een samenwerking definitief over. Voor de goede orde: ik liep en loop niet weg bij TopDutch maar ik zie helaas wederom een bevestiging dat je geen bereidheid hebt om werkelijk een goede samenwerking aan te gaan en daarmee blaas je definitief de samenwerking op zoals is afgesproken, is ingediend, is gedocumenteerd, en is herbevestigd om te pogen die vorm alsnog gestalte te gaan geven in de meetings met [redacted] en [redacted]

Het einde van de samenwerking betekent dat we nu zaken af te wikkelen hebben.
We hebben immers samen ingediend, gepitcht en gewonnen. 50/50.

Even een formeel deel: ik stel je in gebreke en hou je aansprakelijk voor de ontstane situatie.

1) Ik zie graag een serieus en chique voorstel tegemoet om dit af te handelen.

Om een aantijging van financiële drijfveren op voorhand te weerleggen: TopDutch is nooit en zal nooit een financiële overweging voor mij zijn. De vergoeding die ik voor mijn TopDutch inzet heb verkregen is ingezet en gereserveerd voor activiteiten voor de regio en stille schenkingen zoals bvb de Tesla autootjes aan ziekenhuizen. Een suggestie: het zou je sieren het dubbele bedrag hiervan te schenken aan een goed doel in overleg.

2) Initio stond niet aan de wieg van het TopDutch project. Ik verwacht van je dat foutieve claims en publicaties van jouw rol en die van Initio bij de totstandkoming van TopDutch binnen 1 week in overleg expliciet rectificeert.

3) Ik verwacht dat je alle ongefundeerde aantijgingen intrekt.

Wat mij betreft kan er dan netjes een punt achter onze samenwerking worden gezet.

Voor de volledigheid wijs ik je erop dat Initio een wezenlijke wijziging in de uitvoering van de gewonnen tender heeft doorgevoerd en de tender daarmee opnieuw zou moeten worden uitgezet. Ook wijs ik je erop dat Initio door haar handelen niet voldoet aan de gunningscriteria waardoor de tender ongeldig is.

Ik heb tot slot nog een formeel zakelijk vraagstuk dat ik in het gesprek met [redacted] aan je heb willen vragen maar geen ruimte voor kreeg. Je hebt je naar mij voorgesteld als de directeur / ondernemer van Initio DBK en in die hoedanigheid bevoegd om afspraken te maken. Echter ben ik er op gewezen dat in openbare KvK stukken jouw rol bij Initio DBK formeel Managing Director met gezamenlijke tekenbevoegdheid is. Kun je dit toelichten en me bevestigen dat je volledig bevoegd was en bent?



Vestiging

Vestigingsnummer	[redacted]
Handelsnamen	Unfair events Fertig
Bezoekadres	Helperpark 278, 9723ZA Groningen
Telefoonnummer	0503134747
Internetadressen	www.initio.nl www.unfairevents.nl www.fertig.nl
E-mailadres	info@initio.nl
Datum vestiging	15-10-1996
Deze rechtspersoon drijft de vestiging sinds	15-04-1997
Activiteiten	SBI-code: 7311 - Reclamebureaus SBI-code: 93299 - Overige recreatie Reklamebureau Evenementenorganisatie
Werkzame personen	6

Enig aandeelhouder

Naam	Kaska Group B.V.
Bezoekadres	Esserlaan 10, 9722SL Groningen
Ingeschreven onder KvK-nummer	02059144 02059144
Enig aandeelhouder sedert	15-04-1997

Bestuurders

Naam	Kaska Group B.V.
Bezoekadres	Esserlaan 10, 9722SL Groningen
Ingeschreven onder KvK-nummer	02059144 02059144
Datum in functie	15-04-1997
Titel	Directrice
Bevoegdheid	Gezamenlijk bevoegd (met andere bestuurder(s), zie statuten)
Aanvang (huidige) bevoegdheid	01-09-2014
Naam	[redacted]
Geboortedatum en -plaats	
Datum in functie	01-09-2014 (datum registratie: 25-11-2014)
Titel	Managing Director
Bevoegdheid	Gezamenlijk bevoegd (met andere bestuurder(s), zie statuten)

Ik ontvang graag je voorstel voor aanstaande maandag 12:00. Dan kunnen we dit achter ons laten.

Alle rechten voorbehoudend,

[redacted]

Date : 14-12-2018 14:18:47
From : "
To : "
Subject : Aanbestedings TopDutch
Attachment : budgetopbouw TopDutch.xlsx;Foto 14-12-18 om 15.17.jpeg;

15 augustus 2017

Aanbestedings TopDutch

Persoonlijk voorwoord van en

Hallo TopDutchers! We zijn best een beetje trots dat we vorig jaar samen met jullie een zaadje hebben geplant om onze regio eens goed op de kaart te zetten. De TopDutch Tesla campagne raakte blijkbaar de juiste snaar op het juiste moment. Vanuit ondernemerschap, een beetje lef en wat humor oversteeg #TeamTopDutch ineens de provinciale grenzen en hervonden inwoners van onze regio hun trots, ook vonden ze een gezamenlijke identiteit.

Het was keihard werken, soms ook zoekend naar een modus. Dat hoort nu eenmaal bij pionieren. En wat een plezier hebben we gehad, aan het werken met zo'n kern van enthousiaste mensen die allemaal gingen rennen voor hetzelfde doel. Daar krijgen we energie van en het is gaaf om te zien hoeveel energie anderen hier ook van krijgen. Het gaat om de mensen die het verschil willen maken. Mensen melden zich nog steeds spontaan aan om belangeloos mee te helpen. Nou ja, belangeloos: in het belang van de regio!

We hebben ontzettend veel zin in het samen verder ontwikkelen van TopDutch tot internationale branding ter ondersteuning van acquisitie voor de regio. De regio waar wij zijn geboren, wonen, werken, onze vrije tijd besteden, waar onze familie, vrienden en collega's wonen. Waar de partners die ons voorstel mede-onderschrijven ook vandaan komen.

We hebben ook veel geleerd. Bijvoorbeeld dat je nauwelijks hoeft te vergaderen, omdat appgroepjes veel sneller schakelen. Af en toe een borrel helpt mee om de vrolijke en creatieve sfeer erin te houden. We hebben ook geleerd dat zo'n groot project nog strakker georganiseerd en afgestemd kan worden. Daar zetten we met dit voorstel serieuze stappen in. TopDutch moet van iedereen worden, we maken het daarom mogelijk dat iedereen actief met TopDutch aan de slag kan.

Tweeduizend arbeidsplaatsen scheppen en bedrijven acquireren zijn mooie doelen. Onze ambitie gaat nog iets verder: we willen onze regio met een internationaler blik naar buiten laten kijken. We willen dat de wereld ons meer ziet als leidend op ondernemerschap, innovatie en organiserend vermogen. We willen dat onze regio vanuit eigen kracht denkt, en trots is waar we staan, en de energie toont waar we heen gaan. Over energie gesproken: die wordt groen. En we gaan digitaal. Dat is Top Dutch.

Strategie en plan van aanpak

Groen en digitaal
Het interessante van de regionale thema's *vergroening van de chemische sector, circulaire economie, HTSM, healthy ageing, energie-transitie, agri/dairy, water, digitalisering, recreatie & toerisme en mobiliteit* is dat ze veel raakvlakken hebben: ze gaan namelijk allemaal over vergroening en digitalisering. Vergroening en digitalisering zijn niet de rode maar de groene draden door al deze thema's.

TopDutch stipte deze thema's al aan met de Tesla campagnes: bekijk de wereld door een groene bril, en elektrificeer onze mobiliteit, onze huizen en onze energie-industrie met digitale technologie. TopDutch wordt nog meer het uithangbord van onze voorsprong op het gebied van vergroening en digitalisering.

TopDutch is ook een self-fulfilling prophecy: door te zeggen dat je vergroent, door te zeggen dat je digitaliseert, gaan bedrijven dit ook daadwerkelijk doen. Ze worden enthousiast, want ze zien markt, maar bovenal toekomst. Niet alleen buitenlandse bedrijven: ook onze eigen bedrijven krijgen er zin in.

Nu al reageert twee derde (!) van de bedrijven uit Drenthe, Groningen en Fryslan enthousiast op het idee om versneld over te gaan op elektrisch rijden: niet alleen omdat ze TopDutch kennen, het een warm hart toedragen en daarbij willen horen, maar ook omdat het besef dat vergroening en digitalisering ook economische voorsprong inhoudt in onze regio meer aanwezig is dan elders.

Die tijdgeest jaagt TopDutch aan. Dit enthousiasme laten we zien aan de wereld. Hier verander je de wereld. Hier verbeter je de wereld. Hier ligt handel. Hier is talent. Hier kun je innoveren. Hier word je met open armen ontvangen. Hier word je opgenomen in een netwerk dat voor je rent. Hier wil je graag wonen en werken. Hier wil je gewoon graag zijn. Hier ben je Top of the World. Hier ben je Top Dutch.

Drie lagen model (uitschrijven

1. endorsement / brede promotie+webshop met brandmore+vrij budget kleine acties+beeld/tekstbank. Geld dat wordt verdiend met de webshop komt weer beschikbaar voor campagnes / I Am Top Dutch op websites (a la founded in Groningen). Er komt een Top Dutch kit voor derden met huisstijl en contentbank. Dus ook anderen kunnen Top Dutch en materiaal gebruiken in hun campagnes. Ze kunnen echter niet uit het Top Dutch budget putten, en we willen wel supervisie kunnen hebben: uitingen moeten in lijn zijn met de Top Dutch strategie en de identiteit.

2. Ondersteuning acties (intern budget) om gave initiatieven van derden te ondersteunen met campagnes / online magazine TopDutch met internationaal uithangbord bedrijven en toffe dingen die hier gebeuren in tekst, beeld en video / NoordZ samenwerking a la Sprout / ondernemers als ambassadeurs TopDutch / appgroep / Trendship events / internationale PR (extern budget) TopDutch reclame op Schiphol. Magazine in vliegtuigen. TopDutch Airport. TopDutch Waddensea. **T**opDutch **T**rack = TT. TopDutch ambassades in DH, Ams, Bru.

3. TopDutch top campagnes: 4-6 maximaal in totaal over 2 jaar. De stuurgroep bepaalt deze projecten **(en brainstorm voor originele creatieve campagnes)**

Merkstrategie (uitschrijven
Suspect Prospect Customer Relation plaatje
Actief acquireren naast passief
Hero Hub Hygene plaatje

Doelgroepenbenadering (uitschrijven
Internationale bedrijven (stuurgroep bepaalt sectoren)
Landelijke bedrijven
Talent in de regio
Politiek DH / Bru
EZ/NFIA
Het publiek in de regio
Influencers zoals accountants, banken, advocatenkantoren, vastgoedpartijen

Inzet middelen en resultaten (afstemmen en

Drie lagen model zoals hierboven beschreven is onderbouwing inzet middelen, komt ook terug in de XLS

Met NOM is afgesproken acquisitiestrategie verder af te stemmen

Met SNN is afgesproken lobby verder af te stemmen

Voorstel is met Noordelijke stakeholders waaronder provincies, NOM, SNN, VNO/MKB en kennisinstellingen overleg te organiseren over te volgen acquisitiestrategie

Via consultancy studenten FEB worden kennisinstellingen actief betrokken

Hoe denken we 2000 arbeidsplaatsen te gaan vervullen?

Hoeveel bedrijven willen we werven? Durven we ons daaraan op te hangen?

Organisatie, financiën en afstemming

Voorstel organisatie, communicatie, aanhaken externe stakeholders

De opdrachtgevers Provincies Drenthe, Friesland en Groningen beleggen dagelijks opdrachtgeverschap bij de NOM. De NOM stelt hiervoor een centraal contactpersoon aan, in overleg met de opdrachtnemers. De contactpersoon is het dagelijkse contact voor het project, en is verantwoordelijk voor afstemming naar de achterban en heeft een controlefunctie.

De opdrachtnemers organiseren zich bij het winnen van de tender in een nieuw te vormen BV en vormen het creatief/strategisch team, aangevuld met een fulltime project owner. Deze project owner wordt in overleg met de opdrachtgevers geworven en wordt eindverantwoordelijk voor projectmanagement, planning, communicatie en financieel beheer en rapporteert aan en

Gezamenlijk vormen opdrachtgevers in de vorm van de gedeputeerden EZ, de contactpersoon van de NOM, de opdrachtnemers en hun project owner de stuurgroep die besluiten neemt over: de voorgestelde strategie, de projecten en de budgetten.

Het samenwerkingsverband dat opdrachtnemers aangaan bestaat naast de opdrachtnemers zelf uit de volgende bedrijven: Initio DBK uit Groningen dat als penvoerder fungeert, Tres Internet uit Friesland en *Palmers Events* uit Drenthe. Naast deze bedrijven kan opdrachtnemer besluiten derde partijen (met sterke voorkeur voor regionale partijen) in te huren als onderaannemers.

Het team wordt aangevuld met master studenten innovation management uit de regio die de TopDutch case gaan onderzoeken en ondersteunen, die graag in de regio blijven werken en ondernemen. Hierdoor worden kennisinstellingen actief betrokken.

De opdrachtnemers hebben actief en warm contact met stakeholders waaronder SNN, NIB, VNO, MKB Noord, welcome center, marketingorganisaties, lobbyisten in DH en Bru, welcome center, en initiatieven zoals (make it in) the North. Deze partijen ondersteunen TopDutch en de opdrachtnemers.

We houden niet van vergaderen. Onderdeel van de successen van TopDutch zijn de appgroepen. De grote TopDutch appgroep wordt onze ambassadeursappgroep en zullen we actief blijven aanjagen en blijkt een uitstekend netwerk te zijn. Enige verversing van de appgroep is wenselijk. Via subgroepen (stuurgroep etc) wordt snel geschakeld. Uiteraard worden er met regelmaat formele bijeenkomsten gepland, en uiteraard worden regelmatig borrels georganiseerd.

afbeelding uit te werken als organisatieschema (

- provincie drenthe - provincie fryslan - provincie groningen
- nom (contactpersoon)
- opdrachtnemers (project owner)
- aannemende firma's (initio, tres, palmers)

Budgetopbouw

Verder uitwerken, met name aangeven hoeveel we denken aan media inkoop te gaan doen (

Pitch

voorbereiden, hoeft nu niet

Cases

Initio -> uitschrijven

Case TopDutch -> uitschrijven

Case Jet-Stream

Jet-Stream is gespecialiseerd in internet video streaming technologie. We wilden met software de concurrentie aan gaan met bedrijven als Cisco, IBM en Ericsson maar hadden een veel kleiner budget. Gezamenlijk bespraken we de strategie om onszelf als disruptive vernieuwer en kennishebber neer te zetten. Daarvoor werd een strategische white paper geschreven en werd Jet-Stream opnieuw gebrand, waarbij alles rond het aviation thema werd opgehangen. Op de internationale beurs rond video streaming werd de white paper uitgedeeld door stewardessen, en lanceerde Jet-Stream een gratis kennis-track die populairder werd dan het hoofdprogramma. Binnen een jaar waren IBM en Ericsson partner van Jet-Stream en wonnen we de grootste licentiedeals.

Bio

- Opgegroeid in Drenthe, werkt in Groningen, woont in Groningen en Drenthe
- Simplon: Publiciteit en media, productie van de eerste webcast van de wereld
- Pavlov Media: bouw eerste Digitale Stad Groningen
- Noorderslag: eindverantwoordelijk voor live internetuitzendingen, interactieve online communicatie, communityvorming, website en redactie, mediaproductie met team van 60 mensen
- Iprecom: mede-oprichter eerste internetbureau van Noord-Nederland, verantwoordelijk voor creatie, strategie en concept
- Jet-Stream: oprichter/eigenaar internationaal streaming technologie en dienstenbedrijf (tweemaal Fast50 positie en meervoudig winnaar Beste CDN)
- Power to the People: disruptief plan voor off-the-grid energietransitie (in onderzoek)
- NOO: bestuurslid Noordelijke Online ondernemers, verantwoordelijk voor externe relaties en lobby
- Grow: mede oprichter, nieuwe en internationale bedrijvigheid rond thema's energie, digitalisering, gezondheid in de regio initiëren, acquireren en accelereren
- TopDutch: mede-initiator TopDutch, trotse, stoere campagne met knipoog om Noord-Nederland op de kaart te zetten en Tesla te verleiden de Gigafactory in onze regio te bouwen

vdziel.com

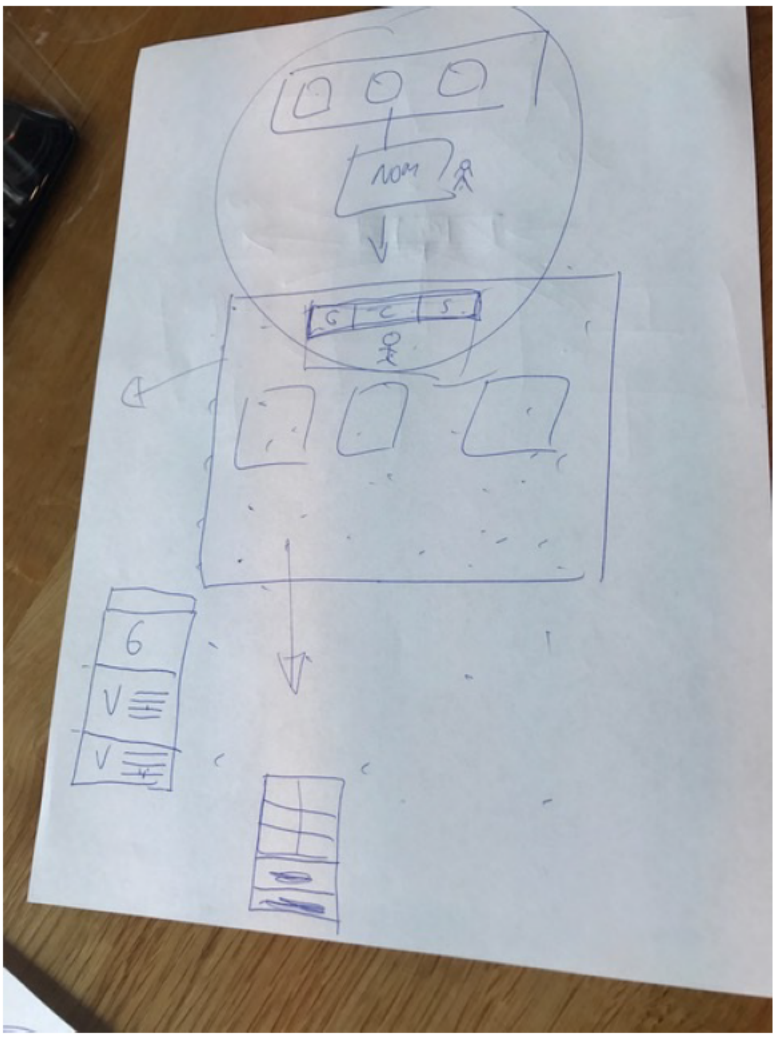
06-

Bio

═══════ INTERN ═══════

Organisatievorm
Initio dient in als als penvoerder. Zodra opdracht wordt gegund richten we BoerenZiel op. Vanuit daar doen we samen strategie, concept, supervisie en productie-uren. Initio blijft penvoerder maar besteedt regie uit aan BoerenZiel. Deze intentie spreken we ook uit in de tender. Zo verkrijgt BoerenZiel de opdracht en zet deze uit naar Initio, Tres en de andere partijen. Zo hebben we een gelijkwaardige structuur. Komt de project owner in dienst van deze BV? Is advies van Lijkt me wijs, want onafhankelijk tov de partijen die hij/zij moet aansturen en controleren en rapporteert aan en

S.



Budgetopbouw TopDutch

1200000	2 jaar
600000	1 jaar
50000	supervisie strategie concept
50000	supervisie strategie concept
60000	project owner
20000	studenten en onkosten
420000	budget totaal
20000	laag 1 endorsement kosten
20000	laag 1 budget
100000	laag 2 ondersteuningsbudget (10x10)
280000	laag 3 campagnebudget (2-3)

Top Dutch / BoerenZiel samenwerking (werktitel)

Met opmaak: Lettertype: 11 pt

Tot dusver wat we bespraken, als ik het goed heb. Graag aanvullen en commentaar.

De Provincies Groningen, Friesland en Drenthe hebben expliciet uitgesproken dat ze willen dat [redacted] en [redacted] gezamenlijk Top Dutch draaien. Dit is ook onze eigen wens, om het gelijkwaardig te doen, in een nieuw op te zetten entiteit: BoerenZiel bv.

Het is onze wens om de afspraken hiervoor vast te leggen. [redacted] is mede-eigenaar van Initio en dient daarmee twee belangen: die van BoerenZiel en die van Initio. Om zo gelijkwaardig mogelijk te kunnen opereren en back2back altijd hetzelfde belang te dienen.

Gezamenlijk schrijven we ons momenteel in op de Top Dutch aanbesteding. Bij gebrek aan een bestaande gezamenlijke entiteit is Initio de formele inschrijver in op de Top Dutch aanbesteding geworden.

Onze afspraken worden formeel vastgelegd voordat de aanbieding van de Top Dutch aanbesteding wordt ingediend.

Waarbij strategie, concept, directievoering en lobby bij de op te richten BoerenZiel bv komt te liggen: daar wordt bepaald, de penvoering blijft bij Initio liggen. Initio kan een fair penvoeringsbudget uit de gewonnen deal halen, en er uiteraard veel mooie handel uit halen.

Er moeten 2 documenten komen: een afspraak tussen [redacted] en [redacted] voor BoerenZiel, en een een afspraak tussen BoerenZiel en Initio.

BoerenZiel heeft 2 aandeelhouders: [redacted] Holding en [redacted] Holding, ieder met een gelijk belang. We hebben de wens om er een adviseur bij te vragen. Hierbij denken we aan [redacted] Die kunnen we als adviseur vragen, we kunnen hem ook een formeel belang geven (bvb 49/49/2%)?

[redacted] en [redacted] worden gelijkwaardig verantwoordelijkheid voor strategie, concept en directievoering Top Dutch. Alle Top Dutch (deel)projecten worden door [redacted] en [redacted] beoordeeld of ze passen binnen strategie en concept en stemmen dit af.

Tevens worden we verantwoordelijk voor de aansturing van de te verwerven Top Dutch Project Owner, die eindverantwoordelijk wordt voor financiën, budget, communicatie, rapportages, planning en project. Zodat wij ons kunnen focussen op onze eigen meerwaarde. De Project Owner wordt dus expliciet niet verantwoordelijk voor strategie of concept, maar moet wel in staat zijn om deze te kunnen vertalen naar uitgewerkte opdrachten bij de bureau's, al dan niet samen met de bureau's.

We moeten nog nadenken of die Project Owner binnen BoerenZiel wordt aangenomen, of bij Initio. BoerenZiel lijkt de meest logische entiteit, ook omdat de Project Owner derden waaronder Initio moet kunnen controleren en kunnen rapporteren naar de opdrachtgevers (de provincies). Ongeacht de inhurende entiteit, de Project Owner rapporteert aan [redacted] en [redacted] / BoerenZiel bv en legt alle afspraken vast.
Ook onderzoeken we momenteel de optie om studenten in te schakelen voor extra denk/werkkracht ter ondersteuning van de Project Owner.

Om het budget van Top Dutch zo efficiënt mogelijk in te zetten zullen we geen apart kantoor (met alle overheadkosten) inrichten: zowel Initio als Jet-Stream kunnen kantoorruimte, overlegruimte, werkmateriaal etc beschikbaar stellen aan BoerenZiel, tevens kunnen we deze vraag bij de provincies

en de NOM neerleggen. Partijen die dergelijke faciliteiten bieden kunnen hier wel een faire onkostenvergoeding voor doorbelasten.

Samen met de Project Owner worden [redacted] en [redacted] verantwoordelijk voor aansturing van uitvoerende derden waaronder Initio, Tres en Palmers, maar ook andere derden.

Samen met de drie provincies, de NOM vormen [redacted] en [redacted] plus de Project Owner de Top Dutch stuurgroep. Daarin worden alle Top Dutch beslissingen genomen en gerapporteerd over projecten, strategie, concept, budget en planning.

We willen voor Top Dutch een jaarlijkse fixed fee berekenen voor onze inzet. Bijvoorbeeld 2x€75000 per jaar die in 12 termijnen per jaar worden doorbelast aan de penvoerder. Binnen dit budget verzorgen we onze taken en nemen we de afgesproken verantwoordelijkheden. Minimaal committeren we ons aan [x] uur per week voor Top Dutch. In werkelijkheid zal ons aantal uren veel hoger komen te liggen vrees ik. Maar zo garanderen we de opdrachgevers wel dat Top Dutch geen financieel waterhoofd wordt. Maandelijks keren we een acceptabele management fee uit van bovenstaand bedrag.

Indien de Project Owner in dienst van BoerenZiel komt, worden de bruto kosten doorbelast aan de penvoerder.

Als [redacted] of [redacted] meerwerk doen voor Top Dutch dat niet onder strategie, concept, directievoering of lobby valt (bvb design of copy), dan doen we dit als meerwerk uit BoerenZiel bv, waarbij beiden voor hun werkzaamheden vanuit hun eigen Holding een factuur kunnen sturen tegen een vantevoren afgesproken uurtarief en uren en BoerenZiel bv factureert deze door met maximaal x% marge.

BoerenZiel zal een kickbackfee van [x]% met Initio afspreken. Dit heeft primair de gelijkwaardigheid als doel, expliciet niet het afromen van het Top Dutch budget: dat moet maximaal op output/resultaat gericht zijn en niet 'ergens blijven hangen'. Met de kickbackfees kan BoerenZiel de onkosten voor het runnen van de entiteit betalen (notaris/accountant/bank etc). De administratie van BoerenZiel moet ergens belegd worden.

Het lijkt ons wenselijk om onze afspraken tegen de opdrachtgevers aan te houden, zodat we zeker weten dat ze akkoord zijn met deze afspraken, omdat de opdrachtgevers aangaven bevestiging te zoeken dat er goede formele afspraken op basis van gelijkwaardigheid zijn gemaakt alvorens in te dienen. We hoeven uiteraard niet in te gaan op onderlinge verrekeningen zoals kickbackfees.

Alle spin-off uit Top Dutch die zich meldt landt ook bij BoerenZiel, volgens dezelfde afspraken als hierboven, met als uitzondering dat er geen penvoerderschap nodig zal zijn en BoerenZiel zelf de opdrachten kan aannemen en verdelen. De Top Dutch Project Owner is fulltime beschikbaar voor Top Dutch en dus niet voor andere projecten.

Eventuele winst wordt elk jaar als dividend uitgekeerd.

Hoe om te gaan met:

- Onevenwichtige input/inzet van een van ons? Aandelenverhouding aanpassen?
- Meningsverschillen ([redacted] als adviseur), maar met of zonder minimaal belang? En als zonder, wat is dan een nette vergoeding?
- Wegvallen opdracht: stel dat wij het verprutsen en de opdracht wordt ingetrokken, dan moeten we Initio beschermen door een ontbindende factor in te bouwen

- Stel dat Initio niet levert, hoe gaan we daarmee om? [redacted] heeft dan 2 belangen te dienen en kan daardoor in conflict komen
- Onevenredige winsten bij Initio tov BoerenZiel: de gelijkwaardigheid komt dan in gedrang. Is de kickbackfee afdoende?
- Naam en merkeigendom: ik heb de naam Top Dutch ooit bedacht en wil dat hier goede afspraken over komen, niet alleen met Initio maar ook met de opdrachtgever. Het merk is al door iemand vastgelegd (voor ons), maar toch. Ook even naar de domeinen etc kijken. Wat mij betreft stoppen we alles in BoerenZiel, maar ik kan me voorstellen dat we dit overdragen aan de opdrachtgever.

Graag alle afstemming hierover met zijn 3-en in de befaamde appgroep en comments en wijzigingen bijhouden in dit document ☺

Met opmaak: Lettertype: 11 pt

Met opmaak: Lettertype: 11 pt

Date : 8-8-2017 9:35:10
From : "[redacted]"
To : "[redacted] , "[redacted].com"
Subject : Overeenkomsten
Attachment : PARTNERSHIP AGREEMENT.DOCX;

Heren,

Zie mijn opmerkingen in rood in jullie tekst.

Top Dutch / BoerenZiel samenwerking (werktitel)

Tot dusver wat we bespraken, als ik het goed heb. Graag aanvullen en commentaar.

De Provincies Groningen, Friesland en Drenthe hebben expliciet uitgesproken dat ze willen dat [redacted] en [redacted] gezamenlijk Top Dutch draaien. Dit is ook onze eigen wens, om het gelijkwaardig te doen, in een nieuw op te zetten entiteit: BoerenZiel bv.

Met het oog op de inschrijving en de reeds eerder besproken algemene voorwaarden zal de Provincie formeel/schriftelijk toestemming moeten geven voor uitbesteding van delen van de opdracht door Initio aan Boerenziel B.V. Hiertoe moet in de inschrijving het desbetreffende artikel worden aangehaald en moet een officieel schriftelijk verzoek worden gedaan.

Het is onze wens om de afspraken hiervoor vast te leggen. [redacted] is mede-eigenaar van Initio en dient daarmee twee belangen: die van BoerenZiel en die van Initio. Om zo gelijkwaardig mogelijk te kunnen opereren en back2back altijd hetzelfde belang te dienen.

Er moet een overeenkomst komen tussen Initio en Boerenziel waarbij de delen die aan Boerenziel worden uitbesteed exact worden omschreven. De entiteit Boerenziel kan gewoon via de notaris met de standaard statuten worden opgericht. Deze kent twee aandeelhouders

Gezamenlijk schrijven we ons momenteel in op de Top Dutch aanbesteding. Bij gebrek aan een bestaande gezamenlijke entiteit is Initio de formele inschrijver in op de Top Dutch aanbesteding geworden.

Dit kan niet anders vanwege de selectie eisen die de aanbestedende partij stelt aan inschrijvers.

Onze afspraken worden formeel vastgelegd voordat de aanbieding van de Top Dutch aanbesteding wordt ingediend.

Cooperation agreement tussen Boerenziel en Initio

Waarbij strategie, concept, directievoering en lobby bij de op te richten BoerenZiel bv komt te liggen: daar wordt bepaald, de penvoering blijft bij Initio liggen. Initio kan een fair penvoeringsbudget uit de gewonnen deal halen, en er uiteraard veel mooie handel uit halen.

Er moeten 2 documenten komen: een afspraak tussen [redacted] en [redacted] voor BoerenZiel, (dit kan gewoon in de oprichtingsakte van de entiteit Boerenziel, besprelken met de notaris en vastleggen in de statuten). en een een afspraak tussen BoerenZiel en Initio. (cooperation agreement)

BoerenZiel heeft 2 aandeelhouders: [redacted] Holding en [redacted] Holding, ieder met een gelijk belang. We hebben de wens om er een adviseur bij te vragen. Hierbij denken we aan [redacted] Die kunnen we als adviseur vragen, we kunnen hem ook een formeel belang geven (bvb 49/49/2%)? Waarom niet beiden 50% en een RVC instellen die betrokken wordt bij bepaalde beslissingen en die een knoop doorhakt bij deadlock ? RvC krijgt een commissarissenvergoeding en houdt toezicht.

[redacted] en [redacted] worden gelijkwaardig verantwoordelijkheid voor strategie, concept en directievoering Top Dutch. Alle Top Dutch (deel)projecten worden door [redacted] en [redacted] beoordeeld of ze passen binnen strategie en concept en stemmen dit af.

Tevens worden we verantwoordelijk voor de aansturing van de te verwerven Top Dutch Project Owner, die eindverantwoordelijk wordt voor financiën, budget, communicatie, rapportages, planning en project. Zodat wij ons kunnen focussen op onze eigen meerwaarde. De Project Owner wordt dus expliciet niet verantwoordelijk voor strategie of concept, maar moet wel in staat zijn om deze te kunnen vertalen naar uitgewerkte opdrachten bij de bureau's, al dan niet samen met de bureau's. Vastlegging in de cooperation agreement

We moeten nog nadenken of die Project Owner binnen BoerenZiel wordt aangenomen, of bij Initio. BoerenZiel lijkt de meest logische entiteit, ook omdat de Project Owner derden waaronder Initio moet kunnen controleren en kunnen rapporteren naar de opdrachtgevers (de provincies). Ongeacht de inhurende entiteit, de Project Owner rapporteert aan [redacted] en [redacted] / BoerenZiel bv en legt alle afspraken vast.
Ook onderzoeken we momenteel de optie om studenten in te schakelen voor extra denk/werkkracht ter ondersteuning van de Project Owner.

Om het budget van Top Dutch zo efficiënt mogelijk in te zetten zullen we geen apart kantoor (met alle overheadkosten) inrichten: zowel Initio als Jet-Stream kunnen kantoorruimte, overlegruimte, werkmateriaal etc beschikbaar stellen aan BoerenZiel, tevens kunnen we deze vraag bij de provincies en de NOM neerleggen. Partijen die dergelijke faciliteiten bieden kunnen hier wel een faire onkostenvergoeding voor doorbelasten.
Vooraf bepalen waar je gaat zitten en wat de vergoeding hiervoor is.
Samen met de Project Owner worden [redacted] en [redacted] verantwoordelijk voor aansturing van uitvoerende derden waaronder Initio, Tres en Palmers, maar ook andere derden.

Samen met de drie provincies, de NOM vormen [redacted] en [redacted] plus de Project Owner de Top Dutch stuurgroep. Daarin worden alle Top Dutch beslissingen genomen en gerapporteerd over projecten, strategie, concept, budget en planning.

We willen voor Top Dutch een jaarlijkse fixed fee berekenen voor onze inzet. Bijvoorbeeld 2x€75000 per jaar die in 12 termijnen per jaar worden doorbelast aan de penvoerder. Binnen dit budget verzorgen we onze taken en nemen we de afgesproken verantwoordelijkheden. Minimaal committeren we ons aan [x] uur per week voor Top Dutch. In werkelijkheid zal ons aantal uren veel hoger komen te liggen vrees ik. Maar zo garanderen we de opdrachgevers wel dat Top Dutch geen financieel waterhoofd wordt. Maandelijks keren we een acceptabele management fee uit van bovenstaand bedrag.
Vooraf bepalen en vastleggen.

Indien de Project Owner in dienst van BoerenZiel komt, worden de bruto kosten doorbelast aan de penvoerder.

Als [redacted] of [redacted] meerwerk doen voor Top Dutch dat niet onder strategie, concept, directievoering of lobby valt (bvb design of copy), dan doen we dit als meerwerk uit BoerenZiel bv, waarbij beiden voor hun werkzaamheden vanuit hun eigen Holding een factuur kunnen sturen tegen een vantevoren afgesproken uurtarief en uren en BoerenZiel bv factureert deze door met maximaal x% marge.
Je moet opletten dat meerwerk niet een dingetje gaat worden. Ik zie te vaak dat partners zonder overleg meerwerk claimen. Voor meerwerk dient een duidelijke afsprakenstructuur te worden ingericht waarbij volgens een (minimaal) 4 eyes principle vooraf wordt bepaald of meerwerk noodzakelijk is. Alleen vooraf goedgekeurd meerwerk kan worden gefactureerd.

BoerenZiel zal een kickbackfee van [x]% met Initio afspreken. Dit heeft primair de gelijkwaardigheid als doel, expliciet niet het afromen van het Top Dutch budget: dat moet maximaal op output/resultaat gericht zijn en niet 'ergens blijven hangen'. Met de kickbackfees kan BoerenZiel de onkosten voor het runnen van de entiteit betalen (notaris/accountant/bank etc). De administratie van BoerenZiel moet ergens belegd worden.

Het lijkt ons wenselijk om onze afspraken tegen de opdrachtgevers aan te houden, zodat we zeker weten dat ze akkoord zijn met deze afspraken, omdat de opdrachtgevers aangaven bevestiging te zoeken dat er goede formele afspraken op basis van gelijkwaardigheid zijn gemaakt alvorens in te dienen. We hoeven uiteraard niet in te gaan op onderlinge verrekeningen zoals kickbackfees.

Alle spin-off uit Top Dutch die zich meldt landt ook bij BoerenZiel, volgens dezelfde afspraken als hierboven, met als uitzondering dat er geen penvoerderschap nodig zal zijn en BoerenZiel zelf de opdrachten kan aannemen en verdelen. De Top Dutch Project Owner is fulltime beschikbaar voor Top Dutch en dus niet voor andere projecten.

Eventuele winst wordt elk jaar als dividend uitgekeerd.

Hoe om te gaan met:

- Onevenwichtige input/inzet van een van ons? Aandelenverhouding aanpassen? Wie beoordeelt dat ? Ik vind aanpassen van aandelenverhouding in geval van ' onevenwichtige' input een slecht idee. Eventuele (on)evenwichtigheid compenseer je in geld.
- Meningsverschillen ([redacted] als adviseur), maar met of zonder minimaal belang? En als zonder, wat is dan een nette vergoeding?RvC bestaande uit meerdere krachtige, onafhankelijke personen tegen commissarisvergoeding.
- Wegvallen opdracht: stel dat wij het verprutsen en de opdracht wordt ingetrokken, dan moeten we Initio beschermen door een ontbindende factor in te bouwen (bij wanprestatie Boerenziel opzegging van het cooperation agreement waardoor de volle verantwoording voor de uitbesteedde delen terugkeert bij Initio
- Stel dat Initio niet levert, hoe gaan we daarmee om? [redacted] heeft dan 2 belangen te dienen en kan daardoor in conflict komen Conflicten worden besproken met de RvC die het laatste woord heeft.
- Onevenredige winsten bij Initio tov BoerenZiel: de gelijkwaardigheid komt dan in gedrang. Is de kickbackfee afdoende?
- Naam en merkeigendom: ik heb de naam Top Dutch ooit bedacht en wil dat hier goede afspraken over komen, niet alleen met Initio maar ook met de opdrachtgever. Het merk is al door iemand vastgelegd (voor ons), maar toch. Ook even naar de domeinen etc kijken. Wat mij betreft stoppen we alles in BoerenZiel, maar ik kan me voorstellen dat we dit overdragen aan de opdrachtgever. Kun je ook in Initio stoppen met een afspraak om aan Boerenziel een bedrag te vergoeden voor het gebruik. Boerenziel krijgt het recht op eerste koop van de I.E. voor een vooraf vastgesteld tarief. Het staat een beetje dom naar de aanbestedende partij als je de I.E. (merken) in een nieuwe entiteit stopt (Boerenziel) waarvoor je nog toestemming moet krijgen of je delen aan die partij mag uitbesteden.
  Je kunt ook de merknaam vooraf aan de Provincie verkopen en regelen dat de provincie het gedurende de looptijd van de opdracht om niet ter beschikking stelt aan de uitvoerders. Provincie moet dan zorgdragen voor vastlegging en bescherming en de bedenker(s) heeft/hebben gecasht voor de naam.

Graag alle afstemming hierover met zijn 3-en in de befaamde appgroep en comments en wijzigingen bijhouden in dit document ☺

Met vriendelijke groet/Kind regards/Mit freundlichen grüßen,

[redacted]

[redacted]

DISCLAIMER / ATTENTION:
The information in this electronic mail message is private and confidential, and only intended for the addressee. Should you receive this message by mistake, you are hereby notified that any disclosure, reproduction, distribution or use of this message is strictly prohibited. Please inform the sender by reply transmission and delete the message without copying or opening

it. Messages and attachments are scanned for all viruses known. If this message contains password-protected attachments, the files have NOT been scanned for viruses by the ERCEBE mail domain. Always scan attachments before opening.

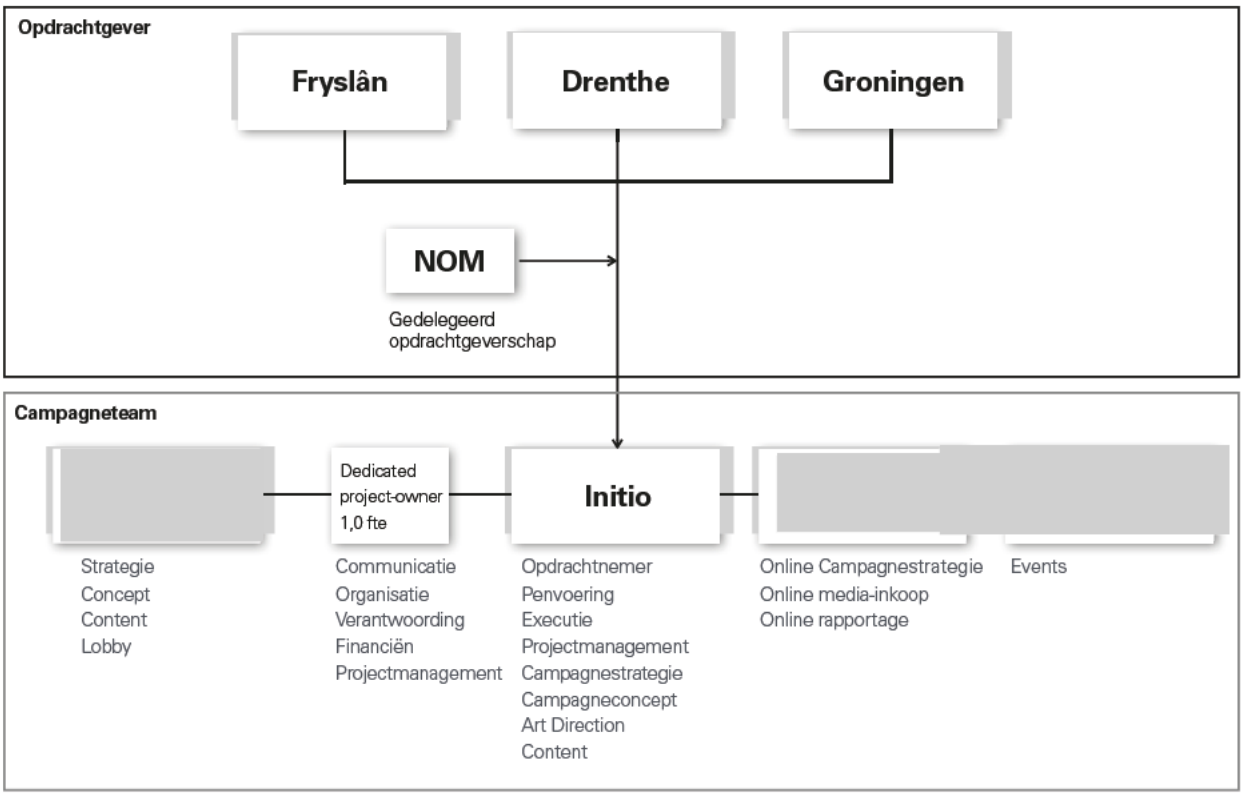
SG3. Organisatie, financiën en afstemming

Opdrachtgeversschap

De opdrachtgevers Provincies Fryslân, Drenthe en Groningen beleggen dagelijks opdrachtgeverschap bij de NOM. De NOM stelt hiervoor een centrale contactpersoon aan, in overleg met de opdrachtnemers. De contactpersoon is het dagelijkse contact voor het project, is verantwoordelijk voor afstemming naar de achterban en heeft een controlefunctie.

Opdrachtnemerschap

Initio DBK bv zal formeel opdrachtnemer zijn. Bij het winnen van de tender zullen [redacted] en [redacted] zich minimaal 2 jaar persoonlijk committeren als het creatief/strategisch team.
Dit dedicated team wordt aangevuld met een fulltime project-owner. Deze project-owner wordt in overleg met de opdrachtgever en opdrachtnemer aangesteld/geworven en wordt eindverantwoordelijk voor projectmanagement, planning, communicatie en financiën, en rapporteert aan het creatief/strategisch team. Ons commitment is om al het uitvoerend werk onder te brengen bij een – per project – ideale mix van regionale leveranciers, met brede vertegenwoordiging, en toegezegde, actieve ondersteuning uit Fryslân, Drenthe en Groningen.



Stuurgroep

Gezamenlijk vormen opdrachtgevers (in de vorm van de gedeputeerden EZ, de contactpersoon van de NOM), [redacted] en [redacted] en de project-owner en Initio de stuurgroep die besluiten neemt over: de voorgestelde strategie, de projecten en de budgetten.

Samenwerkingsverband bedrijven uit Fryslân, Drenthe en Groningen
Goed voorbeeld doet goed volgen. Wij gaan als drie bedrijven intensief samenwerken, ieder vanuit zijn eigen compentie en kracht.Het samenwerkingsverband bestaat uit de volgende bedrijven: Initio DBK uit Groningen die als penvoerder en opdrachtnemer fungeert, Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drenthe. Met Tres en Palmers is een intentieverklaring getekend voor de samenwerking voor 2 jaar. Naast deze bedrijven kan opdrachtnemer besluiten derde partijen (met sterke voorkeur voor enkel regionale partijen) in te huren als onderaannemers zoals bijvoorbeeld filmproductie bedrijven, webbouwers, fotografen en copywriters.

Onderwijs, kennis en innovatie
Het team wordt – al dan niet permanent – aangevuld met Masterstudenten Innovation Management uit de regio, die de Top Dutch case gaan onderzoeken en ondersteunen, en die graag in de regio willen blijven werken en ondernemen. Hierdoor worden kennisinstellingen actief betrokken.

Financiën
Zie P1.

Afstemming

Stakeholders
Ons team heeft actief en warm contact met stakeholders waaronder SNN, NIB, VNO, MKB Noord, IWCN, regionale en lokale marketingorganisaties, de lobbyisten in Den Haag en Brussel en initiatieven zoals (make it in) the North. Deze partijen ondersteunen Top Dutch en de opdrachtnemers. Met de NOM is afgesproken de acquisitiestrategie verder af te stemmen en permanent aan te laten sluiten. Met SNN is afgesproken intensief samen te werken op gebied van lobby. Het is ons voorstel om met deze partijen en andere noordelijke stakeholders met regelmaat informele overleggen te organiseren om de acquisitie-strategie te blijven afstemmen, en integraal onderdeel te laten zijn van de overall regiostrategie.

Initiëren en aanjagen van appgroepen
We houden niet van vergaderen. Onderdeel van de successen van Top Dutch zijn de appgroepen. Voortbordurend op het bestaande commitment van ondernemers wordt de huidige Top Dutch appgroep *(Nikola)* onze ambassadeurs-appgroep die we actief blijven aanjagen; het blijkt een uitstekend netwerk te zijn. Enige verversing en verbreding van de appgroep is wenselijk. Via subgroepen (stuurgroep, etc.) wordt snel geschakeld. Uiteraard worden er met regelmaat formele bijeenkomsten gepland en uiteraard worden er regelmatig borrels georganiseerd, verdeeld over de drie provincies.

Ad. 1.3.2. Beschrijving Kerncompetenties

Voorwoord
Om maar met de deur in huis te vallen: Hallo Top Dutchers! Want de vlag waaronder de economische propositie van onze regio zou moeten varen is volgens ons die van Top Dutch.

We zijn best een beetje trots dat we vorig jaar samen met jullie een zaadje hebben geplant om onze regio eens goed op de kaart te zetten. De Top Dutch Tesla campagne raakte blijkbaar de juiste snaar op het juiste moment. Vanuit ondernemerschap, een beetje lef en wat humor oversteeg #TeamTopDutch ineens de provinciale grenzen en hervonden inwoners van onze regio hun trots, en vonden ze een gezamenlijke identiteit.

Het was keihard werken, soms ook zoekend naar een modus. Dat hoort nu eenmaal bij pionieren. En wat een plezier hebben we gehad, aan het werken met zo'n kern van enthousiaste mensen die allemaal gingen rennen voor hetzelfde doel. Daar krijgen we energie van en het is gaaf om te zien hoeveel energie anderen hier ook van krijgen. Het gaat om de mensen die het verschil willen maken. Mensen melden zich nog steeds spontaan aan om belangeloos mee te helpen. Nou ja, belangeloos: in het belang van de regio!

We hebben ontzettend veel zin in het samen verder ontwikkelen van Top Dutch tot het internationale merk ter ondersteuning van acquisitie voor de regio. De regio waar wij zijn geboren, wonen, werken, onze vrije tijd besteden, waar onze familie, vrienden en collega's wonen. Waar de partners die ons voorstel mede-onderschrijven ook vandaan komen.

We hebben ook veel geleerd. Bijvoorbeeld dat je nauwelijks hoeft te vergaderen, omdat appgroepjes veel sneller schakelen. Af en toe een borrel helpt mee om de vrolijke en creatieve sfeer erin te houden. We hebben ook geleerd dat zo'n groot project nog strakker georganiseerd en afgestemd kan worden, zonder het meteen te willen institutionaliseren. Daar zetten we met dit voorstel serieuze stappen in. Top Dutch moet van iedereen worden, we maken het daarom mogelijk dat iedereen actief met Top Dutch aan de slag kan.

Tweeduizend arbeidsplaatsen scheppen en bedrijven acquireren zijn mooie doelen. Onze ambitie gaat nog iets verder: we willen onze regio met een internationalere blik naar buiten laten kijken. We willen dat de wereld ons meer ziet als leidend op ondernemerschap, innovatie en organiserend vermogen. We willen dat onze regio vanuit eigen kracht denkt, trots is waar we staan, en de energie toont waar we heen gaan. Over energie gesproken: die wordt groen. En we gaan digitaal. Dat is Top Dutch.

We schrijven in als Initio (er is nu eenmaal een penvoerder nodig). We werken samen als een echt Top Dutch team: [redacted] en [redacted] in strak teamverband met Tres Internet uit Fryslân en Niels Palmers uit Drenthe. Allen ondernemers met de gedrevenheid om de propositie van de Top Dutch regio wereld-kundig te maken vanuit hun eigen expertise. Dat is onze gezamenlijke competentie.

Bijgaand vinden jullie de geloofsbrieven van penvoerder Initio. Met het entrepreneurship van [redacted] en [redacted] denken we een committed team te kunnen activeren om de doelstellingen gesteld aan de uitschrijving te behalen.

[redacted] *en* [redacted]

INITIO™

Case 1: ESKA

In 2015 verkreeg Initio de opdracht van ESKA Graphic Board (wereldleider in massief karton, 350 medewerkers, 170 miljoen omzet) voor een strategische herpositionering en rebranding van het merk en de introductie van ESKA in de markt voor luxe verpakkingen met als doelstelling dat 10% van de omzet in 2018 moet komen uit het zogenaamde Luxepack segment. Initio realiseerde de herpositionering (in- en extern): 'ESKA van commodity-producent naar thought-leader in de keten van brand-owner tot consument'. Initio adviseerde in een nieuwe naam, tekende voor een nieuwe visuele identiteit en lanceerde ESKA in het Luxepack segment. Initio ontwikkelde de nieuwe merk- en productportfolio en introduceerde een applicatiestrategie. De applicatiestrategie (toepassingen per deelsegment binnen het luxepack segment) is voor ESKA de basis voor de on- en offline contentstrategie. Op basis van deze strategie worden permanent meerdere internationale leadgeneratie-campagnes per deelsegment geëxecuteerd. Bijvoorbeeld rond beurzen in New York, Monaco, Las Vegas en Shanghai. Maar ook in kleinere regio's, zoals bijvoorbeeld in de Champagne-streek in Frankrijk of de whisky-regio's in Schotland. De campagnes worden hoofdzakelijk op twee manieren uitgeserveerd: via de social-mediakanalen waarop de 'persona's' zich bevinden (zoals Linkedin, Twitter, Facebook); dit gebeurt 'owned' en 'paid' media. Ten tweede wordt sterk ingezet op de zoekvraag. Uit onderzoek bleek dat in de ontwikkel- en productieketen van luxe verpakkingen veel onwetendheid is, systematiek ontbreekt. ESKA heeft zich tot doel gesteld de 'time-to-market' van nieuwe verpakkingen te versnellen en innoverend en inspirerend te willen zijn, met gebruikmaking van de unieke kwaliteiten van haar karton voor brand-owners, designers en consumenten. Op basis van deze visie communiceert ESKA in de sociale kanalen met haar suspects. Met de respons-data uit de online-activiteiten worden leadlijsten voor het marketing-sales team geproduceerd, waarop de salesacties worden gecoördineerd.

Behaalde successen

ESKA zag zich de laatste jaren blijvend ontwikkelen in een slinkende markt van karton voor ordners, puzzels en boeken. Vanwege het risico om een steeds groter marktaandeel te verkrijgen van een krimpende markt was een strategische heroriëntatie nodig. De snelheid waarmee deze transitie moest plaatsvinden was cruciaal. Initio haalde alle gestelde deadlines en prognoses ruimschoots en de omzetgroei is boven de begroting. Initio is door ESKA gevraagd de volgende fasen te implementeren. De werkzaamheden omvatten o.a.:

- Introductie van een nieuw consumentenproduct (online en retail) voor de Amerikaanse markt. De on- en offlinecampagnes worden vanuit Nederland gecoördineerd
- Adviseren in de recruitment van een International Marketing Director
- Introduceren van marketing automation (leadgeneratie vanuit socials en search naar to-do-lists binnen Salesforce
- Ontwikkeling van de beursdeelnames in Parijs, London, Milaan, New York enz. met bijbehorende campagneontwikkeling en -executie
- Ontwikkeling van nieuwe verpakkingsconcepten voor de deelsegmenten
- Overall strategieontwikkeling en -advisering

Team ESKA

Klantzijde

Rienk Jan van der Kooi, CEO, opdrachtgever en contactpersoon voor referentie, tel. 0598 - 318911
Gert van der Veen, CCO
Gea Voort, Communication Manager
Edward Thiescheffer, Business development
Michelle Chaote, Marketing Manager USA

Bureauzijde

[redacted] Founder en strateeg
[redacted] Account Director
[redacted], Project Manager
[redacted], Art Director en concept
[redacted], Social Content

Totale omvang

Rebranding en campagne tot heden: 600k+

Case 2: Avebe

In 2014 verkreeg Initio na een competitie de opdracht om voor Avebe (wereldleider aardappelzetmeel-derivaten, 550 miljoen omzet, 1300 medewerkers) uitvoering te geven aan haar nieuwe strategie in visuele identiteit en campagnemiddelen, en te ondersteunen in de eerste stappen in het digitale b2b domein. Voor de totale transitie was een jaar gepland. Initio heeft inclusief de vervolgprojecten in totaal een driejarig project uitgevoerd. Vanuit het ontwikkelde merkkompas heeft Initio de ontwikkeling van de visuele identiteit van het merk ontwikkeld alsmede de tone-of-voice en look-and-feel van het nieuwe merk met bijbehorende on- en offline middelen. Avebe heeft na jaren van herstructurering en -oriëntatie – mede ingegeven door het wegvallen van landbouwsubsidies – een heldere kijk op haar businessmodel verkregen. De kracht van de organisatie ligt in het verbinden van een coöperatief bedrijfsmodel met een commercieel bedrijfsmodel. Dat dit zeer goed samengaat en niet hoeft te wringen bewijst Avebe de laatste jaren door enerzijds zwaar te investeren in de ontwikkeling van nieuwe producten (eiwit) en toepassingen (gezond eten) aan de marktzijde en anderzijds nieuwe teelmethodes (hogere en meer zekere opbrengst voor de telers dat zich uit in een betere prestatieprijs). Avebe als 'hero', de krachtige verbinder met durf. Deze briefing werd het uitgangspunt voor Initio voor de communicatie van het nieuwe Avebe. Initio creëerde de visuele identiteit en implementeerde dit wereldwijd op alle middelen (intern en extern). Vooral de ontwikkeling van de digitale middelen zorgde voor een groot effect op de zichtbaarheid en vindbaarheid. Initio ontwierp een productmatrix waarbij er helderheid werd verschaft rondom de markt, product en toepassingscombinaties waarmee bijvoorbeeld productontwikkelaars van voedingsmiddelenbedrijven snel hun ideale derivaat kunnen vinden. Door dit openlijk – via internet – aan te bieden nam het zoekverkeer enorm toe en is er een basis geschapen voor een volgende stap: online data als basis voor digitale leadgeneratie.

Behaalde successen
Inmiddels heeft de herpositionering zijn vruchten afgeworpen: Het Avebe-merk staat voor het eerst nr. 1 als beste Nederlandse toeleverancier voor de voedingsmiddelenindustrie. Daarnaast heeft de 'aarding' in het gebied als een van de nuchtere waarden van het merk een grote rol gespeeld om het nieuwe innovatiecentrum in de Top Dutch regio te gaan bouwen: de plek waar ondernemerschap en onderwijs gezamenlijk werken aan innovatie in de voedselketen.

Team ESKA
Klantzijde
Bert Jansen, CEO
Johan Russchen, General Counsel en hoofd communicatie, opdrachtgever en contactpersoon voor referentie, tel. 0598 - 669111
Gerben Meursing, Commercieel directeur (uit dienst)
Janet Katerberg, Communication Manager

Bureauzijde
[redacted] Founder en strateeg
[redacted] Account Director
[redacted], Project Manager
[redacted], Art Director en concept

Totale omvang
Rebranding, implementatie en campagne tot heden: 400k

INITIO™

Case 3: Top Dutch

Ondernemers uit de regio wilden vergroening aanjagen. Als er één bedrijf wereldwijd is dat symbool staat voor vergroening, dan is het Tesla. Nog voordat Tesla aankondigde meerdere Gigafactory's te willen gaan bouwen, werd het plan geopperd om Tesla te verleiden zich in onze regio te vestigen. Samen met onder andere de NOM werd een plan gesmeed om de regio op een originele, publieke manier te presenteren, zoals ook met succes was gedaan bij het binnenhalen van de Deloitte Fast 50 vanuit de Noordelijke Online Ondernemers. Echter, zou bij de Tesla campagne social media een grotere rol gaan spelen. Er werd een appgroep gestart met diverse stakeholders waaruit bleek dat de traditionele kanalen (zoals bijvoorbeeld de NFIA) niet zouden leiden tot succes. Een eerste opzet werd geschreven, waarna de regionale politiek snel enthousiast werd en aanhaakte. Met een bescheiden budget en vooral veel inzet vanuit de achterban in de snelgroeiende appgroep werd het concept uitgewerkt tot campagne: we gingen viral op social media. Wat Top Dutch bereikte was veel meer dan de aandacht van Tesla.
De kracht van Top Dutch zat hem vooral in de nieuwe organisatievorm, een open en spontane samenwerking, een krachtige social campagne maar bovenal de boodschap: Top Dutch raakte de juiste snaar in en buiten onze eigen regio, mensen waren openlijk trots en zelfs een tikje afgunstig op de 'on-Noord-Nederlandse attitude', die op een positieve, zelfbewuste, krachtige, maar met beide benen op de grond en met humor onze regio verenigd presenteerde. Niet het Noorden, niet onze ligging, maar waarin we echt excelleren werd gepresenteerd: Top Dutch. We slechtten de afstand tussen politiek en bedrijfsleven, en we slechtten de afstand tussen overheden. Wat Top Dutch bereikte was niet eerder gedaan: niet in Brabant, niet in Nederland, en niet in andere landen: ineens was daar Top Dutch en het liet de wereld zien hoe je anno 2017 communiceert en je profileert.

Team Top Dutch
Bij Top Dutch was geen sprake van klantzijde en opdrachtnemerzijde, maar het werd als group effort georganiseerd, in verschillende cirkels. De core cirkel bestond uit ondernemers, stakeholders van NOM en de drie provincies, die gezamenlijk verantwoordelijk waren voor strategie en content. De operationele cirkel bestond uit medewerkers van Initio, iWink en Tres, aangevuld met derden uit de appgroep.
De ondersteunende cirkel (de appgroep) bestond uit ondernemers en stakeholders van vele noordelijke organisaties. Een totaal nieuwe manier van organiseren, met groot succes!

[25-12-17 21:44:42] Boerenziel: Berichten die naar deze groep worden verzonden, zijn nu beveiligd met end-to-end encryptie.
[25-12-17 21:44:42] [redacted] heeft de groep [redacted] aangemaakt
[25-12-17 21:44:42] [redacted] heeft u toegevoegd
[25-12-17 22:41:49] [redacted] 🎄🔥
[26-12-17 12:12:10] [redacted]
https://www.rtvnoord.nl/nieuws/amp/162742/Veel-kinderen-in-Groningen-groeien-op-in-armoede
[26-12-17 12:21:58] [redacted] We hebben in 2018 drie TopDutch campagnes ; ik denk dat we er nog 1 missen.
We strijden voor een landsdeel met meer kansen : meer werkgelegenheid en dus meer kansen!
1 op de 6 kinderen in noord Nederland groeit op in armoede☹
Dat doet iets met het zelfbeeld van kinderen!
Niet mee kunnen doen met sport , schoolreisje en degelijke.
Terwijl deze kinderen de toekomst zullen zijn ; ook voor noord Nederland.
Waarin onderscheiden wij in TopDutch Country van de rest van Nederland in het bestrijden van dit in mijn ogen maatschappelijk en dus ook economisch probleem?
Wachten we op de centrale overheden of knallen we de armoede noord Nederland uit?
Met de overheid , onderwijs en bedrijfsleven moet het toch lukken om die kinderen een beter zelfbeeld te geven?
Is het niet ook in ons eigen belang dat we dit probleem noord Nederland uitschoppen?
De kinderen van ons kennen dit probleem gelukkig niet ; maar staan we toe dat het in TopDutch Country blijft bestaan?
NEE
Laten we een spectaculaire campagne verzinnen om de rest van Nederland te laten zien dat we een regio zijn van GEEN WOORDEN MAAR DADEN
[26-12-17 12:22:15] [redacted] Lijkt me gaaf
[26-12-17 12:22:57] [redacted] Jetta Klijnsma is direct voor denk ik
[04-01-18 17:39:02] [redacted] Ik heb jullie beiden gesproken over een overleg
Ik kan de 23e om 15.00 uur
[04-01-18 17:39:49] [redacted] Super, dan hebben we al overleg over TopDutch staan dus we kunnen beiden
[04-01-18 17:40:49] [redacted] Top
[24-01-18 09:15:17] [redacted] Heren
Ik heb volgende week dinsdag tijd tussen 12 en 14 uur.
Ik denk dat het goed is om deze afspraak door te laten gaan.
[redacted] heeft een mail gestuurd naar ons met een uiteenzetting van zijn ideeën.
Ik stel voor de onderwerpen per bullet te bespreken ; geeft handvat voor een gesprek met structuur.
Graag spreek ik vantevoren nog met [redacted] gisteren aansluitend al met [redacted] gedaan.
Ok?
10.2g [redacted]
[24-01-18 09:16:31] [redacted] Top
[24-01-18 09:37:45] [redacted] Ik kan niet dan, zit bij de NLR in Marknesse.
[24-01-18 09:39:15] [redacted] Di tussen 15 en 17 uur?
[24-01-18 11:03:14] [redacted] Kan!
[24-01-18 20:33:57] [redacted]

[24-01-18 20:38:49] [redacted] Kan, ik kom dan uit Marknesse, moet even checken hoe laat ik precies in Groningen ben, ik moet uiterlijk om 16.45 weg.
[24-01-18 20:39:21] [redacted] Reken ik op 15.00 uur in Mediacentrale
[24-01-18 20:39:34] [redacted] Okay!
[24-01-18 20:39:54] [redacted] Staat genoteerd!
[04-02-18 17:12:33] [redacted] mail gezien! Ik ben akkoord, [redacted] jij ook?
[04-02-18 17:16:56] [redacted] Nog niet. Visite. Kijk straks
[09-02-18 11:18:50] [redacted] We moeten nog even samen zitten;
Ma tussen 10-12
Ma tussen 16-18
VR de 16e
[09-02-18 11:20:25] [redacted] Ma zit ik al vol. De 16e prima, ik heb alles tussen 12:00 en 16:00 open
[09-02-18 11:20:43] [redacted] 12.30 kan ik
[10-02-18 11:43:44] [redacted]
[redacted]
[10-02-18 11:44:06] [redacted] Ja prima!
[10-02-18 11:50:29] [redacted] Ik check even. Zit in auto
[10-02-18 11:50:44] [redacted] Ok
[10-02-18 11:58:51] [redacted] Ik moet dan om 13.30 in Assen zijn. Kunnen jullie eerder?
[10-02-18 12:10:46] [redacted] 12 uur in Assen?
[10-02-18 12:12:03] [redacted] Ik red 12:15
[10-02-18 12:12:16] [redacted] Van der valk?
[10-02-18 12:13:17] [redacted] Top
[12-02-18 17:36:08] [redacted]
[12-02-18 17:50:30] [redacted] Ja
[12-02-18 17:57:05] [redacted] Vrijdag 12 uur van der Valk Assen dus
[12-02-18 17:58:15] [redacted] Ging soepel
[12-02-18 17:58:43] [redacted] Haha
[12-02-18 17:58:50] [redacted] Ik ben dus iets later
[13-02-18 14:50:33] [redacted] 10.2e
[redacted]
[16-02-18 12:09:38] [redacted] Drama op de ring... files
[16-02-18 12:10:59] [redacted] ETA 12:45
[16-02-18 12:11:23] [redacted] Wel laat
[16-02-18 12:11:35] [redacted] Ongeluk gebeurd
[16-02-18 12:11:41] [redacted] Shit
[16-02-18 12:11:47] [redacted] Ongeval. Ik kon er om heen
[21-02-18 17:58:04] [redacted] Net telefoon van [redacted]
10.2e
[redacted]
[21-02-18 18:00:54] [redacted] 10.2e
[21-02-18 18:01:07] [redacted] 10.2e
[21-02-18 18:01:38] [redacted] 10.2e
[21-02-18 18:02:06] [redacted] 10.2e
[02-03-18 09:19:06] [redacted] Stuur je nog data [redacted]
[06-03-18 15:58:01] [redacted] 10.2e
[redacted] Ik stel voor dinsdag 13, we kunnen denk ik allemaal vanaf 14:00?
[06-03-18 17:56:46] [redacted] Ik kan Di de 13e vanaf 15.30
[06-03-18 17:56:50] [redacted] Ok?
[06-03-18 17:57:16] [redacted]

[12-03-18 17:34:13] [redacted] Afspraak is morgen om 15.30 uur bij JetStream
[13-03-18 20:20:35] [redacted] Via app [redacted] gesproken
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[13-03-18 20:[redacted]
[redacted]
[redacted]03-18 20:28:57] [redacted] H[redacted]
[redacted]
[13-03-18 20:29:16] [redacted]
[13-03-18 20:29:43] [redacted]
[16-03-18 08:32:42] [redacted] Vandaag even de antwoorden mijn kant op ?
Nav samenvatting mail [redacted] van ons gesprek dinsdag?
[16-03-18 08:33:18] [redacted] Yep!
[16-03-18 08:35:11] [redacted]
[redacted]
[redacted]
[16-03-18 08:35:36] [redacted] Dat is gaaf
[16-03-18 08:35:56] [redacted] Best wel...
[16-03-18 08:36:30] [redacted] 😊
[16-03-18 08:37:21] [redacted] 👍
[16-03-18 08:37:43] [redacted]
[redacted]
[16-03-18 08:38:19] [redacted]
Zal nieuwe facturen sturen
[16-03-18 08:38:40] [redacted]
[16-03-18 08:39:23] [redacted] :)
[16-03-18 08:39:54] [redacted]
[16-03-18 08:40:51] [redacted]
[16-03-18 08:40:53] [redacted] ;)
[16-03-18 08:41:08] [redacted] Geen probleem
[20-03-18 08:32:08] [redacted] Komen er nog antwoorden?
[20-03-18 08:34:20] [redacted] Vandaag even!
[20-03-18 08:34:50] [redacted] 👍
[23-03-18 09:46:10] [redacted] Kom je nog met antwoorden [redacted]
[23-03-18 11:12:42] [redacted] Ja, maar moet er in het weekend aan zitten...
[23-03-18 12:03:29] [redacted] Ok
[23-03-18 16:29:17] [redacted]
[redacted]
[02-06-18 10:51:08] [redacted]
[redacted]
[redacted]
[05-06-18 09:47:44] [redacted] heb net [redacted] gesproken. Ik denk dat het goed is dat wij 2en even samen zitten om 14:00 om zaken af te stemmen. Eens?
[05-06-18 11:19:18] [redacted] Ja, is goed. Komt [redacted] daar ook bij zitten?
[05-06-18 12:17:03] [redacted] Ben in Fryslan
[05-06-18 12:20:38] [redacted] â, met een dakje!
[05-06-18 12:20:51] [redacted] Haha
[11-07-18 12:17:57] [redacted] Mannen heb ff mail gestuurd over formaliseren samenwerking. Voor onze vakanties aftikken!
[12-07-18 08:03:26] [redacted] morgen 11:00 aftikken?

[12-07-18 08:12:00] [redacted] Ik ben tot zondagavond in de chemiecampagne. Ik heb tot maandag geen tijd. 10.2g [redacted]
[12-07-18 08:12:49] [redacted] Ik hoor graag wanneer wel.
[12-07-18 08:14:08] [redacted] 10.2g [redacted]
[12-07-18 08:14:52] [redacted] 10.2g [redacted]
[12-07-18 08:15:38] [redacted] 10.2g [redacted]
[redacted] 10.2g [redacted]
DRINGENDE OPROEP AAN BEIDE
[12-07-18 08:16:00] [redacted] 10.2g [redacted]
[12-07-18 08:16:29] [redacted] Ik ben beschikbaar om bij te springen. Wel op voorwaarde dat we het nu goed regelen.
[12-07-18 08:16:32] [redacted] Dank [redacted]
[12-07-18 08:17:08] [redacted] heeft de groep verlaten
[12-07-18 08:19:45] [redacted] Dus.
[12-07-18 09:17:55] [redacted] heeft [redacted] toegevoegd
[12-07-18 09:20:19] [redacted] Hey [redacted] Ik begreep van [redacted] dat je dit maandag wil regelen. Goed om te horen. Laten we om 10:00 bij elkaar gaan zitten. Als ik verder kan helpen bij de site voor a.s. maandag dan ben ik er.
[12-07-18 14:23:07] [redacted] Maandag moet de site live om 13.00 lokale tijd dinsdagmiddag na 14.30 kan.
[12-07-18 14:23:18] [redacted] Of woensdagmiddag.
[12-07-18 16:22:00] [redacted] Di middag kan
[12-07-18 16:22:15] [redacted] @[redacted] jij ook?
[12-07-18 16:22:40] [redacted] @[redacted]wil je dan een uitgewerkt voorstel neerleggen?
[12-07-18 16:28:25] [redacted] Vanaf 16 uur
[16-07-18 21:12:41] [redacted] Mannen morgen 16:00 dus. [redacted] bereid je een stuk voor?
[16-07-18 21:26:10] [redacted] 10.2g [redacted]
[16-07-18 21:38:19] [redacted] Morgen ligt er een voorstel
[16-07-18 21:41:15] [redacted] 👆
[16-07-18 21:45:09] [redacted] Top [redacted]
[17-07-18 11:55:17] [redacted] we zitten normaal ook om 14:00 om tafel, maar ben druk. We zien elkaar om 16:00. Ik moet [redacted] om 17:00 ophalen. Hoop dat we het snel kunnen regelen, kunnen we goed op vakantie!
[17-07-18 11:58:26] [redacted] Waar?
[17-07-18 11:58:44] [redacted] Okay
[17-07-18 11:58:56] [redacted] ?
[17-07-18 12:02:20] [redacted] Bij [redacted]
[17-07-18 12:04:43] [redacted] Prima
[17-07-18 12:15:08] [redacted] Ok
[17-07-18 14:59:07] [redacted] MO [redacted] CONCEPT.pdf • 5 pagina's
<bijgevoegd: 00000126-MO [redacted] CONCEPT.pdf>
[17-07-18 14:59:29] [redacted] Mannen, hierbij voorstel MO [redacted]
[19-07-18 17:20:29] [redacted] Heren. [redacted] 10.2g [redacted]

10.2g


10.2g

Date : 11-7-2018 10:05:15
From : "
To : " , "
BCc : "
Subject : Re: TopDutch actiepunten

Dit waren de aantekeningen van destijds. We gaan dit snel formaliseren. Eind deze week. Wanneer kun je?

Aanvullingen in-line:

> Op 13 mrt. 2018, om 17:39 heeft < vdziel.com> het volgende geschreven:
>
> Penvoerderschap TopDutch Initio
>
> eindverantwoordelijk TopDutch
>
>
> MO tussen Initio en en
> of
> MO tussen Initio en BoerenZiel
> Voorstel

MO tussen met Initio en met Initio.
Hierin nemen we op:

- Eindverantwoordelijkheid TopDutch wordt zoals afgesproken door Initio bij en neergelegd
- Initio's rol is penvoerder en mag daarvoor 4% risicomarge over TopDutch projecten voeren
- en maken samen besluiten, leggen deze formeel vast in vergaderingen en actiepunten
- Besluiten en afspraken met derden worden alleen met gezamenlijke instemming gedaan
- Bij geschil over een besluit wordt deze voorgelegd aan daarna aan het kernteam
- We voeren een brede board van (primair) ondernemers in voor brainstorm over strategie, campagne en concept, deze board is adviesgevend
- Met en sluiten we een overeenkomst dat zij actief en permanent deze board vertegenwoordigen, zij zitten ook in het kernteam met provincies
- Initio, en zijn in de primaire partijen voor executie, zij hebben eerste recht om projecten uit te voeren, tenzij ze niet in staat zijn om te leveren, dan worden andere partijen gezocht.
- Aansturing van deze partijen gebeurt door en op strategisch / campagne / concept niveau, en door op executief, financieel niveau.

> Transparantie in offreren en facturering
> Verantwoordelijkheid

- en bereiden elk TopDutch project gezamenlijk voor in planning en budget
- In het kernteam wordt een project met budget en planning voorgesteld
- Bij een go van het kernteam heeft volledige zelfstandigheid in het maken van inkoop afspraken met zowel de vaste als de externe partijen, binnen bovengenoemde voorwaarden
- Afspraken met nieuwe externe partijen worden in gezamenlijkheid gemaakt
- Deze partijen leveren korting in ruil voor commitment
- Er worden geen marges over diensten van derden gemaakt
- Als partijen deadlines niet nakomen, worden ze van het project gehaald
- Als partijen onnodig uren maken omdat ze niet efficiënt werken, kunnen ze deze uren niet factureren
- Onder onze aansturing (S&G inhoudelijk, operationeel) komt een dedicated TopDutch team (los van bureau's) dat permanent aan content, design en socials werkt
- rapporteert maandelijks transparant over alle facturaties
- rapporteert aan en
- Met komt een nieuwe overeenkomst waarin dit wordt vastgelegd

> Tarieven / / Initio gelijktrekken €100 / €120?, geen marge tussen
> Is afgesproken, controleert

Is geregeld. Suggestie om de tarieven van alle betrokken partijen glad te trekken.

> Teamafstemming met er
> Actiepunt en
>

Gesprek inplannen om de taakverdelingen formeel vast te leggen

> Voorstel winstdeling TopDutch
> Actiepunt:
>

Graag een voorstel deze week

>
> BoerenZiel voor gezamenlijke klussen
> BoerenZiel focust zich op strategische campagneklussen
> Strategische campagneklussen worden in BoerenZiel aangenomen

Welke leads vanuit TopDutch zijn sindsdien aangenomen?
Welke strategie campagneklussen hebben zich sindsdien aangemeld?

>
>
>
> Op termijn off the record gesprek met [redacted] voor stichting TopDutch
>

Inplannen. NOM is ook een optie.

Groet [redacted]

TopDutch consortium

- Eindverantwoordelijkheid TopDutch wordt zoals afgesproken door Initio bij [redacted] en [redacted] neergelegd
- Daarvoor ontvangen [redacted] en [redacted] een vaste maandelijkse vergoeding, daarin zitten alle uren voor concept, strategie, afstemming en stakeholder management; productie uren vallen hier niet onder
- Initio's rol is penvoerder en mag daarvoor 4% risicomarge over TopDutch projecten voeren
- [redacted] en [redacted] maken samen besluiten, leggen deze formeel vast in vergaderingen en actiepunten
- Besluiten en afspraken met derden worden alleen met gezamenlijke instemming gedaan
- Bij geschil over een besluit wordt de keus door [redacted] gemaakt
- We voeren een brede board van (primair) ondernemers in voor brainstorm over TopDutch strategie, campagne en concept, deze board is advies gevend. Invulling leden-, rol- en hoe vaak de board bijeenkomt wordt nader geformuleerd.
- Met [redacted] en [redacted] sluiten we een overeenkomst dat zij actief en permanent deze board vertegenwoordigen, zij zitten ook in het kernteam met provincies.
- Ook [redacted] en [redacted] maken een x aantal uren beschikbaar voor TopDutch. Daarmee vergroten we de denkkracht en executiekracht. Voor hun vaste uren ontvangen [redacted] en [redacted] een vaste vergoeding, die komt uit de vergoeding die [redacted] en [redacted] ontvangen zodat de overheadkosten niet stijgen.
- Initio, [redacted] en [redacted] zijn in de primaire partijen voor executie, zij hebben eerste recht om projecten uit te voeren, tenzij ze niet in staat zijn om te leveren, dan worden andere partijen gezocht.
- Aansturing van deze partijen gebeurt door [redacted] en [redacted] op strategisch/ campagne/ concept niveau, en door [redacted] op executief, financieel niveau.
- [redacted] en [redacted] bereiden elk TopDutch project gezamenlijk voor in planning en budget, indien daarna [redacted] of [redacted] betrokken worden bij de uitvoering zijn zij vooraf ook betrokken bij inhoud, planning en budget.
- In het kernteam wordt een project met budget en planning voorgesteld
- Bij een go van het kernteam heeft [redacted] volledige zelfstandigheid in het maken van inkoop afspraken met zowel de vaste als de externe partijen, binnen bovengenoemde voorwaarden
- Afspraken met nieuwe externe partijen worden in gezamenlijkheid gemaakt
- Het consortium stemt uurtarieven op elkaar af en hanteert een lager productietarief, omdat overheadskosten al gedekt zijn.
- Alle partijen leveren korting in ruil voor omzet/termijn commitment
- Er worden geen marges over diensten van derden gemaakt.
- Als partijen deadlines en afspraken niet nakomen, worden ze bij (blijvend verzuim) van de partij van het project gehaald. Dit besluit wordt genomen volgens punt.
- Als partijen onnodig uren maken omdat ze niet efficiënt werken, kunnen ze deze uren niet factureren.
- Onder aansturing ([redacted] en [redacted] inhoudelijk, [redacted] operationeel) komt een dedicated TopDutch team (los van bureaus) dat permanent aan content, design en socials werkt.
- [redacted] rapporteert maandelijks transparant over alle facturaties.
- [redacted] rapporteert aan [redacted] [redacted] [redacted] en [redacted]
- Met [redacted] komt een nieuwe overeenkomst waarin dit wordt vastgelegd.
- [redacted] draagt zorg voor volledige transparantie in alle processen en het team ([redacted] [redacted] [redacted] [redacted] en [redacted] heeft ook volledige transparantie omtrent lopende Top Dutch projecten en activiteiten.
- Introductie Agile Scrum Teams: projecten worden door (steeds andere) multidisciplinaire teams, die zelfstandig en snel kunnen handelen uitgevoerd. Deze projecten worden in korte sprints van vier tot zes weken uitgevoerd om zo slagvaardig en wendbaar te blijven als organisatie.
- Introductie van de weekly stand up meeting (of om de twee weken) van vijftien a dertig minuten met [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] en [redacted] Hierin wordt als team de voortgang en kwaliteit van de projecten (scrum team) besproken. Hierin kan tevens een korte financiële en politieke update toegevoegd worden.
- Rol Initio: artwork, design, offlinecampagnes, print, (afstemmen en aanvullen).
- Rol [redacted] digitaal: site, app, e-commerce, online development, analytics, paid digital campagnes, automation (afstemmen en aanvullen).
- Rol [redacted] evenementen, media, content productie, ecosystemen en (redactie) talkshows, (afstemmen en aanvullen).
- Rol [redacted] redactie, content, copy, socials (afstemmen en aanvullen).
- Consortiumleden formaliseren de eigendomsrechten van hun inbreng.
- Uitbesteding door partners aan derden gebeurt in overleg met het consortium.

- Werkzaamheden worden van tevoren ingeschat en gezamenlijk akkoord bevonden.
- Zonder akkoord van het consortium kunnen uren niet worden gedeclareerd.
- Periode: tot einde aanbestedingsperiode.
- Elke 3 maanden evaluatie functioneren consortium.
- Facturering: facturen worden binnen 14 dagen na de factuurdatum voldaan.

Date : 5-11-2018 16:55:31
From : "
To : " | , " , " , "
Cc : " dganext.nl" , "
Subject : Terugkoppeling en startdocument besprekingen
Attachment : image001.jpg;

Beste allen,

Na de bijeenkomst van afgelopen donderdag stuur ik jullie een startdocument voor het gesprek van morgen.

Het document is opgesteld op basis van

- De input van
- De doelstellingen van opdrachtgever
- De verantwoordelijkheid als opdrachtnemer om opdrachtgever een werkbaar model te kunnen bieden
- Iedereen in zijn/haar kracht te kunnen zetten
- Een juiste verdeling van de werkzaamheden die de opdracht momenteel biedt voor partijen na de brief van 20/7 en de daaruit ontstane nieuwe realiteit.

Tijdslot: voor morgen tussen 14.00 en 18.00 hebben wij ruimte. Geven jullie aan wanneer het schikt?

Startdocument

- Stel een onafhankelijk voorzitter aan voor ca. 4 uur/week.
  - VZ moet draagvlak hebben bij partijen
  - VZ houdt toezicht op en bewaakt taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden
- Projectleider PL (wordt aangestuurd door VZ.
- Herstart o.l.v. VZ en verdeling van de taken en vastlegging verwachtingen over en weer.
- Voor iedereen is er een functieprofiel met TVB.
- zit niet in kernteam, creatief team en niet in de lijn.
- Regulier kernteam overleg, bijvoorbeeld eens per 2 weken;
  - 3x provincie;
  - 1x NOM;
  - Voorzitter, en
  - PL (bereidt alles voor en voorzitter leidt de vergadering
- Creatief team overleg; bijvoorbeeld eens per 4 weken; Initio (*1)
  - Zij nodigen, afhankelijk van het onderwerp, evt. ondernemers uit de sector uit voor grotere/betere brainstorm. Daar kunnen en mogelijk bij aansluiten.
  - werkt uit en zorgt dat dit wordt geagendeerd voor de volgende vergadering komt incl. voorzitter en draagt zorg voor uitvoering van de opdrachten via Initio-team.
- Strategisch teamoverleg: Creatief team, Voorzitter en Eens per 4 weken: voorzitter met creatief team zitten incl. PL (bijv. na afloop creatief team overleg. Zodat taken en het werk worden verdeeld door voorzitter en uitvoering gedaan wordt door PL.
- Geen vaste fees behalve PL. Uren die gewerkt worden, worden betaald. Tarieven vastleggen in TVB.
- en zijn preferred supplier voor de nog te vergeven opdrachten;
  - De nog te vergeven opdrachten die voor hun sector/branche relevant zijn mogen zij uitvoeren indien prijs, kwaliteit en levering goed is.
  - Opdrachten *Strategie, concept, content (*1)*
  - Opdrachten Tres conform aanbesteding: *Online Campagnestrategie, Online media-inkoop, Online rapportage* (*2)
  - Opdrachten Niels Palmers conform aanbesteding: *Events* (*3)
  - Dus elke keer een concurrent bevragen *(werk voor en controle door VZ)*. Indien prijzen goed zijn krijgt preferred supplier de opdracht. Zo houd je het professioneel, scherp en concurrerend.
- en eens per 2 maand mee laten vergaderen met kernteam. Betrokkenheid op directieniveau houden. Geen uren vergoeding.
- Voorzitter zorgt tevens voor evenwichtige/evenredig onderwerpen per provincie.

Aandachtspunten en overwegingen;
Na de brief 20/7 van en op is door opdrachtgever aan opdrachtnemer verzocht om er alles aan te doen geen vertraging op te lopen door de ontstane situatie.

*1) als gevolg van de terugtrekking van middels de mail van dd. 20/7 heeft opdrachtnemer er alles aan moeten doen om de continuïteit van de opdracht te kunnen garanderen. Voor de rol van is een alternatief gezocht. Er is een senior creatief gecontracteerd die goed functioneert en samenwerkt. Dat kan betekenen dat er minder werkzaamheden voor overblijven. zou zich vooral op copywriting en concepting kunnen toeleggen.

*2) Tres geeft aan een bredere scope aan werkzaamheden te ambiëren als omschreven in de aanbesteding. Echter zijn er - om de voortgang te bewaren - in de periode tussen 20/7 en nu een aantal opdrachten aan andere regionale onderaannemers verstrekt waaronder de online rapportage. Het betekent dat er minder opdrachten voor Tres te vergeven zijn als gevolg van reeds uitstaande verplichtingen naar derden. Dit is een gevolg van de terugtrekking van Tres dd. 20/7. Ter compensatie zijn er nog wel opdrachten buiten de scope van Tres haar rol te vergeven zoals de webshop.

*3) In het laatste gedeputeerden-overleg is besloten dat *'Initio (opdrachtnemer) wordt niet geacht onder de vlag van TopDutch events te organiseren.'* Derhalve is er in de huidige fase geen opdracht te vergeven voor

Opdrachtnemer heeft na de brief van 20/7 in overleg met de opdrachtgever er alles aan gedaan om de voortgang van de campagnes te waarborgen en niet te laten vertragen. Het huidige team met de nieuw aangetrokken partijen functioneert naar tevredenheid en er is momenteel een werkbare en heldere structuur. Opnieuw veranderingen doorvoeren kan een negatief effect hebben op de voortgang, medewerkers en gemaakte afspraken met toeleveranciers. Opdrachtnemer is tot alles toe bereid om de intentie van iedereen - een nieuwe start te maken - volledig te ondersteunen maar wil wel graag meegeven dat het geen constructie voor de Bühne moet worden. Opdrachtnemer streeft naar het beste team: hecht, creatief en effectief en zal uiteindelijk zelf kiezen voor de beste werkbare vorm.

Het merkenrecht en de domeinnamen zijn volledig eigendom van de provincies. Dit is direct de eerste week na de Tesla campagne geregeld. Tevens is de naam 'Top Dutch' reeds in 2003 door Groningen Seaports gebruikt voor een regio-campagne en daarom niet nieuw.

Op enkel het woord 'TopDutch', kan geen specifiek merkenrecht geclaimd worden doordat het een samengesteld woord betreft. Wel kan de naam in combinatie met het logo én categorie worden vastgelegd. Dit is destijds via het Europees merkenbureau voor de 3 provincies vastgelegd, reeds ver voor de periode van het vervolg (aanbesteding).

Volgordelijkheid ontstane situatie

1. Mail 20/7, afscheid 'consortium', zie mail 20/7

2. Mail 20/7, reactie opdrachtgever: Initio is en blijft opdrachtnemer
3. Opdrachtnemer krijgt expliciete opdracht van opdrachtgever te zorgen voor continuïteit
4. Opdrachtnemer heeft om continuïteit te kunnen garanderen, steeds in overleg met opdrachtgever, opdrachten aan derden verleent welke binnen de scope van onderaannemers (vielen.
5. Stand van zaken
    1. ombouw Tesla naar merk in afrondende fase
    2. basismiddelen zoals website en tooling zijn vergeven
    3. nieuwe positionering en merkstrategie leidt tot andere campagne- en middelenstrategie
    4. campagnes staan kort voor lancering
6. Opdrachten welke reeds zijn onderbracht bij derden:
    1. Taken *concept, strategie, content;* door speciaal voor project aangetrokken creatief directeur, concepter en tekstschrijvers
    2. Taken *online campagne-strategie, online media inkoop en online rapportage;* aan Harvest digital
    3. Taken zijn niet ondergebracht
7. Eventuele te vergeven opdrachten
    1. *copywriting en campagne-concepten*
    2. *online campagne-strategie, online media inkoop in afstemming met Harvest, bouwen webshop*
    3. Taken In het laatste gedeputeerden-overleg is besloten dat opdrachtnemer zich niet hoeft bezig te houden met events. Derhalve is er in de huidige fase geen opdracht te vergeven aan

Vervolg;
Ondanks de intenties van een ieder: pas wanneer de TBV's helder zijn weten wij of iedereen definitief aangehaakt wil zijn. De kaders en ruimtes zullen voor een ieder nu eenmaal smaller zijn. Het opstellen van de TBV's ziet als taak van de voorzitter. Opdrachtnemer heeft gevraagd om een rol in de opstelling van de TBV's te spelen. heeft aangegeven daar geen mogelijkheden voor te hebben ivm zijn agenda. Zaak is om op korte termijn een geschikte voorzitter te vinden.

Tijdlijn
1. Opdrachtnemer stuurt 5 november *'voorstel Initio'* naar en en nodigt partijen uit op dinsdag 6 november om op het *'voorstel Initio'* te reageren en verder te bespreken.
2. De *'uitslag van besprekingen'* zal op 8 november in een document worden gevat door opdrachtnemer en aan opdrachtgever en partijen worden teruggekoppeld.
3. heeft aangeven om op korte termijn met geschikte kandidaten voor het *'voorzitterschap'* te komen. Streefdatum: 2e week november.
4. *'Formaliseren'* TBV, eventuele sancties en verdere afspraken door voorzitter. Streefdatum: 3e week november.
5. *'Communique'* opstellen voor intern/extern/pers. Streefdatum: 3e week november.

Laat het voor jullie geschikte tijdstip even weten, zie jullie morgen.

Met vriendelijke groet,

Founder

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

initio.nl
www.initio.nl

Secretariaat
initio.nl


INITIO

Date : 6-11-2018 12:49:37
From : "
To :
Cc : , " , " , " , "
Subject : Re: Voorzitter TopDutch

afgelopen keer zijn we positief uit elkaar gegaan met de instemming van voorstel op het inzetten van een onafhankelijke voorzitter die met ons de voorwaarden voor verdere samenwerking afstemt, en er vervolgens op toeziet dat de afspraken worden geformaliseerd en nagekomen. Ik vraag je om je aan die afspraak te houden en er niet van af te wijken door nu al voor te sorteren.

Laten we oorzaak en gevolg niet door elkaar halen en het bij de feiten houden. Op 20/7 werd een escalatiemail aan de afgevaardigden van de provincies in de TopDutch kerngroep gestuurd dat het vertrouwen in de samenwerking weg is gevallen, door een reeks aan voorgaande incidenten. Ik ben niet weggelopen bij TopDutch maar heb door die incidenten wel het vertrouwen opgezegd. Die incidenten zijn terug te brengen zijn tot 's analyse - die we met zijn allen deelden - dat afspraken niet voldoende zijn vastgelegd en de rollen teveel door elkaar heen zijn gaan lopen.

Ik werd hierdoor niet betrokken bij de keuzes die Initio maakte en sta er ook niet achter, waaronder het inzetten van derden voor strategie en copywriting, het niet nakomen van afspraken, en het maken van afspraken met derden buiten deze samenwerking.

Het lijkt me goed dat er met de voorzitter een evaluatie komt naar ondermeer de verantwoordelijkheid van de penvoerder en project owner om onafhankelijk en in het belang van TopDutch en de andere consortiumpartners hebben gehandeld, en dat er goede afspraken worden gemaakt om zulks voortaan te voorkomen. Hier ligt een voorzet toe in een document met faire afspraken dat eerder gedeeld is.

De mail van 20/7 heeft de situatie niet veranderd, immers Initio handelde al solitair door mensen aan te trekken en met derden te handelen en door zonder afstemmingen keuzes te maken. Elke keuze die Initio voor en na die mail maakte en anders te handelen dan is afgesproken is voor eigen risico. Het vertrouwen is weg en kan terug komen als ieder zijn rol zoals afgesproken - en waar nodig aangevuld met afspraken - neutraal en met het TopDutch belang voorop oppakt. Laten we het vertrouwen bij een onafhankelijke voorzitter neerleggen om dit met ons te regelen.

Ik sluit me bij aan qua profiel van de voorzitter. Gezien de tijdsdruk die op ons ligt stel ik voor alle prioriteit in te zetten op het vinden van deze persoon.

Groet,

Op 6 nov. 2018, om 12:28 heeft < initio.nl> het volgende geschreven:

Dag
Dank voor je reactie,
Wat jij noemt zijn nu juist de zaken die we vanmiddag willen bespreken. Ik zou eerst de rollen taken en bevoegdheden willen bespreken omdat ik daar als opdrachtnemer een aantal harde randvoorwaarden bij heb. Ik wil eerst verkennen of dat leidt tot mogelijke werkafspraken, daar heb ik in het startdocument een voorzet voor gedaan. Als we binnen deze voorwaarden tot overeenstemming kunnen komen dan kunnen we gaan zoeken naar een voorzitter.
Ik heb getracht een realistisch voorstel te doen op basis van huidige stavaza, nieuwe realiteit na 20/7, advies van basis uit aanbesteding en ervaringen in de samenwerking.
Nogmaals: Op 20/7 is door opdrachtgever aan opdrachtnemer verzocht om er alles aan te doen geen vertraging op te lopen door de ontstane situatie. Daardoor zijn er zaken die binnen de scope van de preferred suppliers vallen ondergebracht bij derden. Sommige zijn omkeerbaar, sommige niet. Ook daarover moeten we het hebben. Dat is de huidige stand van zaken.
Deze week moet ik rapporteren aan Patrick hoe we verder gaan, dus een afspraak vanmiddag is van belang. Jullie zijn uitgestapt, en ik heb de absolute intentie om iedereen weer aangehaakt te kunnen laten zijn, maar verzoek je tevens om rekening te houden met het feit dat ondertussen de opdracht gewoon doorliep.
Groet,
PS. Zouden jullie ook steeds in de cc willen meenemen? Zij weet als project-owner op detailniveau de stand van zaken per project.
Helperpark 278
9723 ZA Groningen
nitio.nl
www.initio.nl
Secretariaat
nitio.nl
m

Van: | < nl>
Datum: dinsdag 6 november 2018 om 11:19
Aan: < initio.nl>
CC: < jet-stream.com>, < gmail.com>, < dganext.nl>, ' < provinciegroningen.nl>
Onderwerp: Voorzitter TopDutch

Hoi
Mijn eerste mail is iets te snel verzonden, excuus.
Dank voor je uiteenzetting. Ik zie herkenning in een aantal zaken, maar ook een inkleuring die we niet besproken hebben en ook niet in lijn ligt voor een goede samenwerking. Ook mijn genoemde punten zie ik nergens terug komen.
Inhoudelijk op je voorstel:
Wat mij betreft had je het kunnen beperken tot de eerste vier punten:

- Stel een onafhankelijk voorzitter aan voor ca. 4 uur/week.
  - VZ moet draagvlak hebben bij partijen
  - VZ houdt toezicht op en bewaakt taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden
- Projectleider PL wordt aangestuurd door VZ.
- Herstart o.l.v. VZ en verdeling van de taken en vastlegging verwachtingen over en weer.
- Voor iedereen is er een functieprofiel met TVB.

Het lijkt me goed om te starten met het profiel van de voorzitter, eventueel met voorstellen wie als geschikt wordt geacht. Ik hoor graag jullie aanvullingen/mening:

1. Onafhankelijk van alle partijen
    1. Geen zakelijke of prive relatie
    2. Met zowel opdrachtnemers als opdrachtgever
2. Zakelijk zwaargewicht
    1. Kan inhoud en rol duidelijk scheiden
    2. Heeft bestuurlijk ervaring
3. Kan tijd vrijmaken
    1. Minimaal 4 uren per week

Het lijkt mij niet zinvol om over het onderstaande voorstel in discussie te gaan, ik zie dit - samen met andere voorstellen die gedaan zijn door andere partijen - als input waar de voorzitter mee aan de slag kan gaan om een werkbare organisatie neer te zetten. Het lijkt me handig om ons hier op te focussen en onze tijd aan te besteden. Het zou mooi zijn als we een profiel en een aantal namen voor het eind van de dag kunnen produceren, dan kunnen we de setting vanmiddag skippen.

Ik wil nog wel opmerken dan - gezien je onderste regels - er niet - voor mij - een nieuwe situatie is ontstaan na 20/7. Het was eerder een continuering van zaken hoe ze al liepen. TRES was niet aangehaakt, de campagnes werden door Harvest gedaan (en niet door TRES) en de toegezegde site is niet door TRES ontwikkeld. Mondelinge afspraken werden niet nagekomen, voorstellen niet ingebracht in het kernteam en er kwam ook geen inhoudelijke reactie. Hierover zijn gesprekken geweest in februari, april, juni en een escalerend gesprek in juli. Hierbij zijn iedere keer mondelinge toezeggingen gedaan die schriftelijk nooit bevestigd werden, en hier werd ook niet naar gehandeld. Dit alles heeft er toe geleid dat er een brief op 20/7 is gestuurd.

Met vriendelijke groet,

De Opslach 59
8448 GV Heerenveen

Ad. 1.3.2. Beschrijving Kerncompetenties

Voorwoord

Om maar met de deur in huis te vallen: Hallo Top Dutchers! Want de vlag waaronder de economische propositie van onze regio zou moeten varen is volgens ons die van Top Dutch.

We zijn best een beetje trots dat we vorig jaar samen met jullie een zaadje hebben geplant om onze regio eens goed op de kaart te zetten. De Top Dutch Tesla campagne raakte blijkbaar de juiste snaar op het juiste moment. Vanuit ondernemerschap, een beetje lef en wat humor oversteeg #TeamTopDutch ineens de provinciale grenzen en hervonden inwoners van onze regio hun trots, en vonden ze een gezamenlijke identiteit.

Het was keihard werken, soms ook zoekend naar een modus. Dat hoort nu eenmaal bij pionieren.
En wat een plezier hebben we gehad, aan het werken met zo'n kern van enthousiaste mensen die allemaal gingen rennen voor hetzelfde doel. Daar krijgen we energie van en het is gaaf om te zien hoeveel energie anderen hier ook van krijgen. Het gaat om de mensen die het verschil willen maken. Mensen melden zich nog steeds spontaan aan om belangeloos mee te helpen. Nou ja, belangeloos: in het belang van de regio!

We hebben ontzettend veel zin in het samen verder ontwikkelen van Top Dutch tot het internationale merk ter ondersteuning van acquisitie voor de regio. De regio waar wij zijn geboren, wonen, werken, onze vrije tijd besteden, waar onze familie, vrienden en collega's wonen. Waar de partners die ons voorstel mede-onderschrijven ook vandaan komen.

We hebben ook veel geleerd. Bijvoorbeeld dat je nauwelijks hoeft te vergaderen, omdat appgroepjes veel sneller schakelen. Af en toe een borrel helpt mee om de vrolijke en creatieve sfeer erin te houden. We hebben ook geleerd dat zo'n groot project nog strakker georganiseerd en afgestemd kan worden, zonder het meteen te willen institutionaliseren. Daar zetten we met dit voorstel serieuze stappen in.
Top Dutch moet van iedereen worden, we maken het daarom mogelijk dat iedereen actief met Top Dutch aan de slag kan.

Tweeduizend arbeidsplaatsen scheppen en bedrijven acquireren zijn mooie doelen. Onze ambitie gaat nog iets verder: we willen onze regio met een internationalere blik naar buiten laten kijken. We willen dat de wereld ons meer ziet als leidend op ondernemerschap, innovatie en organiserend vermogen. We willen dat onze regio vanuit eigen kracht denkt, trots is waar we staan, en de energie toont waar we heen gaan. Over energie gesproken: die wordt groen. En we gaan digitaal. Dat is Top Dutch.

We schrijven in als Initio (er is nu eenmaal een penvoerder nodig). We werken samen als een echt Top Dutch team: [redacted] en [redacted] in strak teamverband met Tres Internet uit Fryslân en Niels Palmers uit Drenthe. Allen ondernemers met de gedrevenheid om de propositie van de Top Dutch regio wereld-kundig te maken vanuit hun eigen expertise. Dat is onze gezamenlijke competentie.

Bijgaand vinden jullie de geloofsbrieven van penvoerder Initio. Met het entrepreneurship van [redacted] denken we een committed team te kunnen activeren om de doelstellingen gesteld aan de uitschrijving te behalen.

[redacted]

Campagneteam

[redacted]

Strategie
Concept
Content
Lobby

Dedicated project-owner 1,0 fte

Communicatie
Organisatie
Verantwoording
Financiën
Projectmanagement

Initio

Opdrachtnemer
Penvoering
Executie
Projectmanagement
Campagnestrategie
Campagneconcept
Art Direction
Content

[redacted]

Online Campagnestrategie
Online media-inkoop
Online rapportage

Events

Samenwerkingsverband bedrijven uit Fryslân, Drenthe en Groningen

Goed voorbeeld doet goed volgen. Wij gaan als drie bedrijven intensief samenwerken, ieder vanuit zijn eigen compentie en kracht.Het samenwerkingsverband bestaat uit de volgende bedrijven: Initio DBK uit Groningen die als penvoerder en opdrachtnemer fungeert, Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drenthe. Met Tres en Palmers is een intentieverklaring getekend voor de samenwerking voor 2 jaar. Naast deze bedrijven kan opdrachtnemer besluiten derde partijen (met sterke voorkeur voor enkel regionale partijen) in te huren als onderaannemers zoals bijvoorbeeld filmproductie bedrijven, webbouwers, fotografen en copywriters.

op basis van gelijkheid
offreren samen
budget voor strategie en concept, geen uren

BoerenZiel

strategie

we hebben iemand nodig voor structuur

concept

Initio biedt ook strategie en concept,
hoe voorkomen we conflict?

opdracht
+ kickback

DigitalAgency

content

social content

social ads

campagnes, microsites
account management
project management

uren voor productie
abonnementen voor campagnes

opdracht
+kickback

Initio

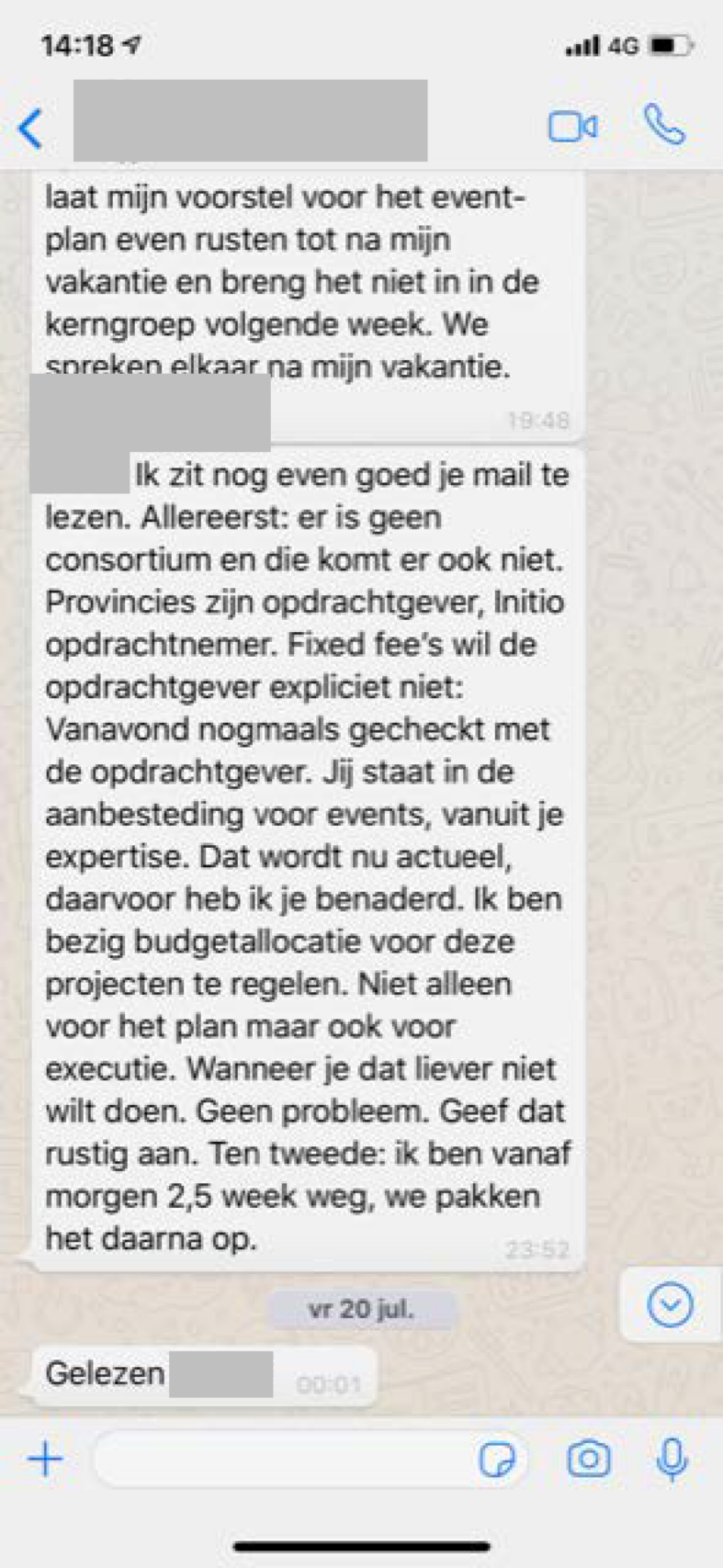
branding

artwork

print

account management
project management

slowakije route


14:18
4G
laat mijn voorstel voor het event-plan even rusten tot na mijn vakantie en breng het niet in in de kerngroep volgende week. We spreken elkaar na mijn vakantie.
19:48
Ik zit nog even goed je mail te lezen. Allereerst: er is geen consortium en die komt er ook niet. Provincies zijn opdrachtgever, Initio opdrachtnemer. Fixed fee's wil de opdrachtgever expliciet niet: Vanavond nogmaals gecheckt met de opdrachtgever. Jij staat in de aanbesteding voor events, vanuit je expertise. Dat wordt nu actueel, daarvoor heb ik je benaderd. Ik ben bezig budgetallocatie voor deze projecten te regelen. Niet alleen voor het plan maar ook voor executie. Wanneer je dat liever niet wilt doen. Geen probleem. Geef dat rustig aan. Ten tweede: ik ben vanaf morgen 2,5 week weg, we pakken het daarna op.
23:52
vr 20 jul.
Gelezen
00:01

22:29
kvk.nl
100%

Werkzame personen 6

Vestiging

Vestigingsnummer	000018909035 000018909035
Handelsnamen	Initio DBK B.V. Unfair events Fertig
Bezoekadres	Helperpark 278, 9723ZA Groningen
Telefoonnummer	0503134747
Internetadressen	www.initio.nl www.unfairevents.nl www.fertig.nl
E-mailadres	info@initio.nl
Datum vestiging	15-10-1996
Deze rechtspersoon drijft de vestiging sinds	15-04-1997
Activiteiten	SBI-code: 7311 - Reclamebureaus SBI-code: 93299 - Overige recreatie Reklamebureau Evenementenorganisatie
Werkzame personen	6

Enig aandeelhouder

Naam	Kaska Group B.V.
Bezoekadres	Esserlaan 10, 9722SL Groningen
Ingeschreven onder KvK-nummer	02059144 02059144
Enig aandeelhouder sedert	15-04-1997

Bestuurders

Naam	Kaska Group B.V.
Bezoekadres	Esserlaan 10, 9722SL Groningen
Ingeschreven onder KvK-nummer	02059144 02059144
Datum in functie	15-04-1997
Titel	Directrice
Bevoegdheid	Gezamenlijk bevoegd (met andere bestuurder(s), zie statuten)
Aanvang (huidige) bevoegdheid	01-09-2014

Naam	
Geboortedatum en -plaats	
Datum in functie	
Titel	Managing Director
Bevoegdheid	Gezamenlijk bevoegd (met andere bestuurder(s), zie statuten)

Date : 16-10-2018 11:10:36
From : "[redacted] nom.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, [redacted] nom.nl
Subject : RE: TopDutch Medtech/Life Sciences
Attachment : image001.png;image002.png;image003.png;image004.png;image005.png;image006.png;image007.jpg;

Als je al in Roden bent is daar ook prima. Het ging er mij om dat je niet voor één afspraak apart naar Roden zou hoeven te gaan.

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 16 oktober 2018 11:07
Aan: [redacted] ; [redacted] ; [redacted]
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Besten,

Dat is prima, echter ik kan om half 12 in Assen zijn. Ben namelijk 's ochtends in Roden tot 11.00 uur.
Zal ik anders een lunch regelen?

Hoor wel, groeten [redacted]

Van: [redacted] < [redacted] nom.nl>
Verzonden: dinsdag 16 oktober 2018 10:05
Aan: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>; [redacted] < [redacted] drenthe.nl>
CC: [redacted] gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] nom.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Nu [redacted] elders is, kunnen we ook naar Assen komen. We hadden van 11:00 tot 12:00 afgesproken toch?

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 16 oktober 2018 10:01
Aan: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>; [redacted] gemeentenoordenveld.nl>
CC: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Goedemorgen allemaal,

Prima, zien we elkaar vrijdag!
De lijst die ik naar [redacted] heb gestuurd plak ik hieronder. Zoals [redacted] al uitlegde, hebben we deze nu nog niet verder uitgewerkt.
Het is pas een eerste indeling, dus het is goed om dit verder te bespreken.
Waar spreken wij vrijdag precies af? Ik meen dat we de vorige keer hadden afgesproken om in Roden te meeten, maar we zijn hier niet helemaal zeker van.

- *Wat is Health Hub Roden*
    - o ***Groot netwerk van samenwerkende bedrijven met een hoge organisatiegraad***
    - o ***HHR; 'spin in het web' van de medische technologie in Noord-Nederland***
    - o *Voor wie is HHR?*
    - o *Medtech ontwikkelingsfases overzicht*
    - o *Samenwerkingen HHR & partijen overzicht*
    - o *Welk gebied*
    - o *Welke partijen bevinden zich in het netwerk*
    - o *Verbreden naar wat bij UMCG/RUG gebeurt; fundamenteel onderzoek*
        - ***Grootste UMC van Nederland***
    - o *Faciliteiten*
        - *Access to funding*
        - *Aanwezig lab/fysieke ruimten*
        - ***Ontzorging op velerlei gebied***
- *Historie?*

- *Hoe HHR het centrale punt voor NNL is op dit gebied. Ook voor ontwikkelingen in Friesland etc.*
    - o *Geografisch plaatje wat waar gebeurt, locatie, verbinding*
    - o ***Toonaangevende bedrijven op velerlei gebied***
- *Talent/Onderzoek*
    - o *Onderzoek*
    - o *Opleidingscomponenten*
    - o *Innovatie* ***(Open innovatie)***
    - o ***Veel kennis beschikbaar op relevante gebieden***
    - o ***Lifelines***
    - o ***Diverse kennisinstellingen met relevante opleidingen***
    - o ***Beschikbaarheid van human capital***
- *Voorbeelden/Quotes*
- *Toekomst*
    - o *Ambities*
    - o *Future of medtech*
- *Contacten*

Met vriendelijke groet,

N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland
T
nom.nl

.
Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
Lees ons NOMMER magazine!
.

www.nom.nl

De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.

Van: < drenthe.nl>
Verzonden: maandag 15 oktober 2018 15:37
Aan: < nom.nl>; gemeentenoordenveld.nl>; nom.nl>
CC: < drenthe.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Besten,

Erik en ik hebben naar aanleiding van dit bericht even afstemming gehad. Het lijkt ons zinvol dit overleg door te laten gaan. Sowieso vanwege de afbakening of verbreding.
Ook kunnen we kijken wie er naast gemeente Groningen en de regiovisie Groningen Assen, UMCG, nog meer benadert moeten worden.

Daarnaast lijkt het ons handig dat het lijstje dat naar is gestuurd ook nog even naar de anderen wordt gemaild zodat iedereen voor vrijdag weer maximaal geïnformeerd is.

zien we in december weer, het duurt anders wel erg lang voor we weer om tafel zitten. Nu hebben we juist mooi de vaart erin! :+)

Tot vrijdag, groeten van ons beiden,

Van: < nom.nl>
Verzonden: maandag 15 oktober 2018 15:07
Aan: < drenthe.nl>; < drenthe.nl>; gemeentenoordenveld.nl>; nom.nl>

Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Beste allemaal,

Managen van verwachtingen is belangrijk, daarom even deze mail.

[redacted] heeft eind september aan [redacted] een lijstje met onderwerpen gestuurd om in de propositie te verwerken. [redacted] vond dat een prima opzet maar vroeg zich af of dit document niet onderdeel zou moeten worden van een bredere propositie Life Sciences. Ik denk zelf dat dat niet handig is omdat je teveel van de kern van het onderwerp afdwaalt. NFIA heeft ook aparte proposities voor (bio)pharma, medtech en E-health.
In de opzet die [redacted] stuurde, hadden we de HHR een beetje als het verdeelpunt/loket voor Medtech neergezet. Dat is een keuze waar we het in noordelijk verband over moeten hebben. Een insteek die overigens ook alleen maar werkt als de HHR zich ook als zodanig naar de andere partijen in de regio opstelt (iets wat nu nog onvoldoende gebeurt).

Een ander punt is dat [redacted] voorstelde pas met de verschillende door ons voorgestelde partijen in gesprek te gaan nadat de discussie over de positionering van de HHR (die loopt volgens mij nog volop) en het door hem uitgevoerde stakeholdersonderzoek zijn afgerond. Wij hebben nog niet gehoord wanneer het zover is.

In ieder geval leidt dat er toe dat we nog niet veel meer te vertellen hebben dan in ons laatste overleg. [redacted] is natuurlijk nu op vakantie. Dat brengt de vraag met zich mee waarover we het vrijdag gaan hebben. Is dat vooral de afbakening van de propositie voor/binnen NNL? En eventueel het uitwerken van het tijdpad? Of is het beter om samen te komen als [redacted] terug is?

In ieder geval gaan we afspraken maken met [redacted] van UMCG en [redacted] van de gemeente Groningen. Gemeente Groningen wil iets met ondernemerstafels, ook voor [redacted]. UMCG is een belangrijke partner voor trials/validatie.

Groeten,
[redacted]

Van: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Verzonden: donderdag 11 oktober 2018 12:53
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted] <[redacted]gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] <[redacted]nom.nl>; [redacted]nom.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Besten,

Fijn dat dit voor 2019 gerealiseerd gaat worden! Ook goed dat Henk Brink dit verder wil trekken vanuit Noord Nederland. Lijkt me dat dit een mooie, verbrede, aanvulling is op ons acquisitieprofiel!

Tot volgende week, groeten [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 11 oktober 2018 10:43
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>; [redacted]gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] <[redacted]nom.nl>; [redacted]nom.nl>
Onderwerp: TopDutch Medtech/Life Sciences

Dag allen,

Binnen TopDutch is bestuurlijk afgesproken dat per thema een duo vanuit NOM/provincie verantwoordelijk is voor de proposities, op basis waarvan Initio campagnes gaat voeren.
Voor Medtech/Life Sciences staan vanuit de NOM [redacted] A [redacted] aan de lat en vanuit de provincies mag ik dat oppakken (Henk heeft Medtech als thema ingebracht).
Medtech staat voor 2019 op de agenda om een TopDutch campagne op te voeren, maar afgesproken is om dit jaar de proposities voor alle thema's gereed te hebben.
Volgende week vrijdag van 11-12 uur zitten we weer bij elkaar bij de Health Hub en kunnen we hier verder over spreken.
Insteek is iig ook om de provincies Groningen en Fryslân hierop aan te laten haken, het moet immers TopDutch worden ingestoken.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
[redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van:
Verzonden: dinsdag 18 september 2018 13:12
Aan: gemeentenoordenveld.nl>; < nom.nl>; nom.nl>; < drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Afspraak komende vrijdag

Besten,
Ik kan vanaf half 1. Eerder lukt niet.
Groeten

Van: gemeentenoordenveld.nl]
Verzonden: dinsdag 18 september 2018 13:08
Aan: < nom.nl>; < drenthe.nl>; nom.nl>
Onderwerp: Re: Afspraak komende vrijdag

Dat is wat mij betreft prima !
Groet,

Verzonden vanaf mijn Samsung Galaxy-smartphone.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: < nom.nl>
Datum: 18-09-18 10:07 (GMT+01:00)
Aan: < drenthe.nl>, gemeentenoordenveld.nl>, nom.nl>
Onderwerp: Afspraak komende vrijdag

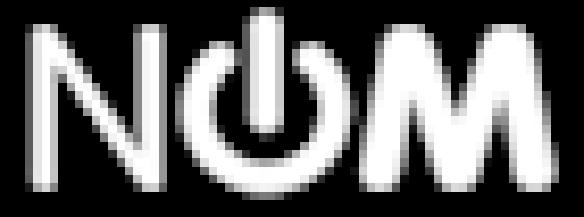
We hebben komende vrijdag om 13.00 uur afgesproken in het provinciehuis in Assen. Om 13.30 moet ik in overleg met Erik Bos en ivm de trip naar Japan. Kunnen we iets eerder afspreken? Ik kan vanaf 12.00 uur in Assen zijn.

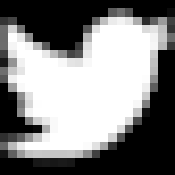
Groeten,

Verstuurd vanaf mijn iPad

This email was scanned by Bitdefender


NOM
ONDERNEMINGEN
DOEN GROEIEN


NOM








You
Tube

provincie Drenthe

provincie Drenthe

Date : 19-7-2017 14:39:10
From : " **drenthe.nl**
To : " **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : RE: Topdutch op vakantie

Ik wist niet dat die actie kwam en ook niet dat er na de vakantie nog veel meer komt. Jullie (en Henk) wel?

Van:
Verzonden: woensdag 19 juli 2017 14:38
Aan:
Onderwerp: RE: Topdutch op vakantie

Ik zag het net voorbijkomen op de tesla-app

Schijnt dat volgende week vrijdag de actie met vliegveld begint en niet deze week

---

Van:
Verzonden: woensdag 19 juli 2017 14:15
Aan:
Onderwerp: Topdutch op vakantie

Hi,

Hebben jullie deze gezien?

Groeten,

Date : 21-9-2018 8:38:00
From : " **fryslan.frl**
To : " **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl**
Subject : RE: Topdutch
Attachment : image001.png;image002.jpg;

Hoi

Ik weet niet of er een gedeputeerde gaat, misschien Kramer maar die was er 2 jaar geleden in ieder geval niet.

Gr

Van: [mailto: drenthe.nl]
Verzonden: donderdag 20 september 2018 11:20
Aan:
CC:
Onderwerp: Topdutch

Hallo
Ik heb van de Provincie Groningen even over TopDutch Dairy-Agri.
Hij zou het ook even kortsluiting met) die contactpersoon van TopDutch Chemie is.
Daarnaast vroegen wij ons af welke Gedeputeerde van Friesland naar EuroTier gaat? Kramer of Sander de Rouwe?

Met vriendelijke groeten,

provincie Drenthe

Werkdagen:ma,di,do

IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

provincie Drenthe


IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 22-2-2018 15:24:37
From : "
To : " **drenthe.nl**
Subject : RE: Uitnodiging Brainstorm TopDutch
Attachment : image001.jpg;

Hoi

Bij deze meld ik me aan voor deze brainstorm.

Groetjes

Van:
Verzonden: dinsdag 13 februari 2018 16:30
Aan: ; ; ; ; ;
CC:
Onderwerp: Uitnodiging Brainstorm TopDutch

Hi allen,

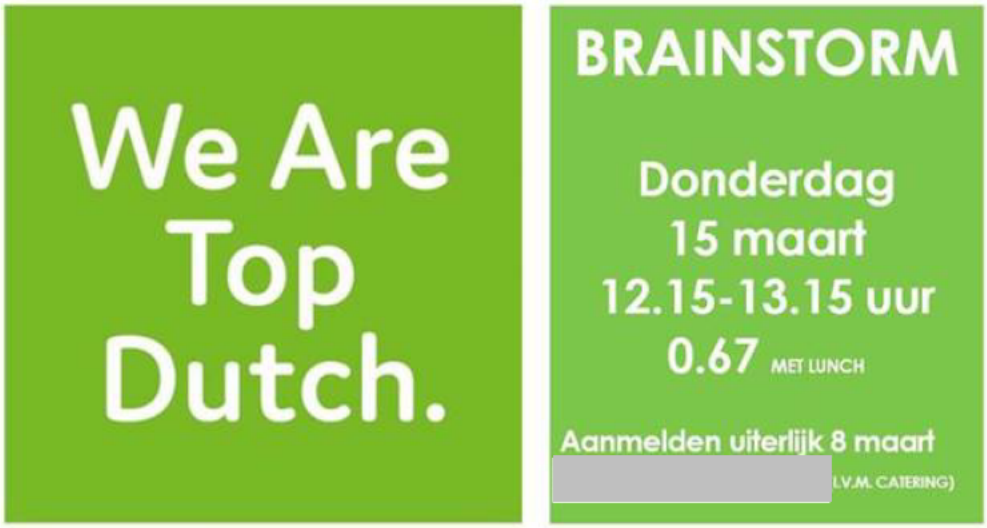
Hierbij een uitnodiging voor de brainstorm voor TopDutch. Willen jullie deze verder verspreiden in jullie netwerk/team?

Iedereen die geïnformeerd wil worden over TopDutch en mee wil denken over hoe we TopDutch in Drenthe nog beter kunnen laden is van harte welkom!

Aanmelden kan via drenthe.nl, vóór 8 maart i.v.m. catering.

We are TopDutch, are you?

Groet,



We Are Top Dutch.

BRAINSTORM

Donderdag
15 maart
12.15-13.15 uur
0.67 MET LUNCH

Aanmelden uiterlijk 8 maart
[redacted] (I.V.M. CATERING)

Date : 7-12-2017 12:04:48
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted]@drenthe.nl, "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : RE: Update weekagenda ged. Brink
Attachment : image001.png;

Over BO VDG EZ 21-12 as. het volgende:

We hebben aan de vervangend secretaris voor BO VDG EZ (21-12) aangeboden TopDutch toe te lichten door [redacted]

Als dit geagendeerd wordt maken we voor dat moment een memo voor Henk. Met hierin dan ook meteen aandacht voor hoe de onderwerpen acquisitie, economische profilering op Drentse en Noordelijke schaal zich tot elkaar verhouden. Mede omdat in een vorig BO VDG EZ door ArcusPlus een toelichting is gegeven op de Drentse acquisitieprofielen.

18-12 in pho is mijn voorstel.

Groet [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 6 december 2017 8:25
Aan: [redacted]
Onderwerp: FW: Update weekagenda ged. Brink

Goedemorgen allen,

Hierbij de weekagenda van Henk Brink, is er nog iets wat jullie kunnen voorbereiden?

Groet [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 6 december 2017 8:16
Aan: [redacted]
Onderwerp: Update weekagenda ged. Brink

Goedemorgen,

Hierbij de update van de weekagenda tbv pho's of ter info.

Vanwege een bestuurlijk overleg op maandag 18 december met de minister in Den Haag zijn de tijden van de pho's aangepast!

Met vriendelijke groet,
[redacted]

[redacted]

portefeuille Verkeer en Vervoer, Wegen en Vaarwegen, Economie, Vrijetijdseconomie en dagelijks bestuur SNN

provincie Drenthe
[redacted]
Westerbrink 1, Postbus 122, 9400 AC Assen
www.provincie.drenthe.nl
aanwezig van maandag t/m donderdag


provincie Drenthe

Date : 6-11-2018 12:09:30
From : "provinciegroningen.nl
To : "drenthe.nl
Subject : RE: Verdeling en besteding terugploegkorting

Hoi
Dit zijn volgens mij idd alle drie facturen die niet ten laste van de 1,2 mln komen.
Voor logistics hadden jullie ons en frsl gevraagd om bijdrage vlgns mij, nota topdutch eerste fase hadden we afgesproken om gezamenlijk te betalen en feestje bij aftrap zouden jullie in navolging van Friesland doen volgens mij.
Dit klopt toch?
Vr gr

Van: [mailto: drenthe.nl]
Verzonden: dinsdag 6 november 2018 09:57
Aan:
Onderwerp: FW: Verdeling en besteding terugploegkorting

Dag

Hier de nota's. Het gaat om 1) TopDutch logistics, 2) nacalculatie Electrify en 3) de oorspronkelijke Tesla campagne.

Nog ff contact?

Gr

Van:
Verzonden: dinsdag 6 november 2018 8:08
Aan: < drenthe.nl>; < drenthe.nl>
CC: Erik Bos < drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Verdeling en besteding terugploegkorting

Hallo

Prima, ik wacht op de uitsluitsel van Voor de volledigheid stuur ik jullie de betreffende documenten.

Gr.

Van:
Verzonden: maandag 5 november 2018 16:37
Aan: @drenthe.nl>; < drenthe.nl>
CC: Erik Bos < drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Verdeling en besteding terugploegkorting

Hoi

Ik krijg van Groningen de reactie dat het bedrag dat aan Topdutch (€234.829,96) niet door hen is toegezegd (zij zijn penvoerder) vanuit de terugploegkorting.
Waarschijnlijk zijn dit bedragen die wel met TopDutch van doen hebben, maar geen onderdeel uitmaken van deze verplichting. Boek ze dus nog maar niet over van VES naar de terugploegkorting.
@ kun jij hier helderheid over geven? Dank!

Groeten,

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Date : 13-2-2019 11:43:03
From : [redacted]@topdutchlogistics.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : RE: verkenning PPS-logistiek regio Noord
Attachment : image003.jpg;image004.png;image005.jpg;

Hey [redacted]

Bedankt voor deze super tip! Sluit heel mooi aan bij de activiteiten van de TDL werkgroep arbeidsmarkt!

PS: weet jij wie je opvolger vanuit Drenthe voor TDL is?

Met vriendelijke groet,

[redacted]

TOPDUTCH LOGISTICS
WE ARE EUROPE'S LOGISTICS TOPSPOT

TopDutch Logistics Postbus 132
Paterswoldseweg 810 9700 AC GRONINGEN
9728 BM GRONINGEN T [redacted]
www.topdutchlogistics.com

****
Dit bericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Als u niet de geadresseerde bent en toch dit bericht heeft ontvangen,
verzoeken wij u vriendelijk contact met de afzender op te nemen en het e-mailbericht te verwijderen.
****

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 13 februari 2019 11:04
Aan: [redacted] (topdutchlogistics.nl)
Onderwerp: FW: verkenning PPS-logistiek regio Noord

Ha [redacted] ,

Onderstaande uitnodiging kreeg ik doorgestuurd. Is dit ook al bij jou bekend?
Is dit interessant voor TDL? Koppeling onderwijs-(logistiek) bedrijfsleven

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
[redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]@pbt-netwerk.nl>
Verzonden: dinsdag 12 februari 2019 19:50
Aan: [redacted]

provincie Drenthe


KATA
PULT

Date : 19-11-2018 10:24:51
From : "Erik Bos" drenthe.nl
To : " fryslan.frl
Cc : "Hermse J." provinciegroningen.nl, " @fryslan.frl
Subject : Re: Vragen aan TopDutch

Ik denk dat we meer input aan mee moeten geven ter voorbereiding op het gesprek.

Dit komt wat mij betreft ook aan de orde:

- waar moeten proposities aan voldoen (met hulp en bespreking in het kernteam) van de thema's.
- hoe zien de proposities er uit (in ieder geval voor de thema's die binnenkort in TOP Dutch spelen; chemie, agri dairy en logistiek (op papier).
- hoe ziet de eerstvolgende campagne eruit? Lancering chemie is 16 december.
Inzage in vorm en kosten campagne chemie.

Eens?

Groeten,

Erik

Op 16 nov. 2018 om 16:41 heeft < fryslan.frl> het volgende geschreven:

> Sorry maar ben t er mee eens hoor!
>
> Fijn weekend.
>
> Met vriendelijke groet,
>
> Provincie Fryslân
>
> Op 16 nov. 2018 om 15:45 heeft Hermse J. < provinciegroningen.nl> het volgende geschreven:
>
> > Beste
> >
> > Ik heb geen reactie ontvangen van Erik en Marieke. Wat mij betreft geef je onderstaand antwoord mee aan Initio.
> >
> > Vr groet
> >
> > ---
> >
> > **Van:** Hermse J.
> > **Verzonden:** dinsdag 13 november 2018 11:56
> > **Aan:** drenthe.nl; fryslan.frl
> > **Onderwerp:** FW: Vragen aan TopDutch
> >
> > Beste Erik en
> >
> > Antwoord lijkt mij svz uitvoering activiteiten inclusief resultaten (leads) + doorkijk.
> >
> > Wat mij betreft zal minimaal een week van tevoren een schriftelijke rapportage met overzicht activiteiten + financieel overzicht toegestuurd moeten zijn.
> >
> > Akkoord?
> >
> > Vr groet
> >
> > ---
> >
> > **Van:** @fryslan.frl]
> > **Verzonden:** dinsdag 13 november 2018 09:16
> > **Aan:** Hermse J. < provinciegroningen.nl>
> > **Onderwerp:** Vragen aan TopDutch
> >
> > Goedemorgen
> >
> > Vanuit TopDutch kreeg ik de vraag wat we van hen vragen op 3 december tijdens het gedeputeerdenoverleg EZ. Ik zat zelf te denken aan een antwoord als:

- Stand van zaken TopDutch;
- Doorkijk naar 2019;

Zijn er nog specifieke stukken die we er graag bij zouden zien?

Hoor graag van je, dan geef ik het door aan ze.

Hartelijke groet,

[redacted]@fryslan.frl

Tweebaksmarkt 52 (bezoekeradres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
(058) 292 5925 / provincie@fryslan.frl
www.fryslan.frl

Volg ons op social media!

Tink oan it miljeu foar 't jo beslute dizze mail te printsjen / Denk aan het milieu voor u besluit deze mail te printen.

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Date : 17-7-2018 11:32:32
From : "
To : " **drenthe.nl**
Subject : RE: Website TopDutch
Attachment : image001.jpg;

https://www.welkomincyberspace.nl/ >> zelfde…

Van:
Verzonden: dinsdag 17 juli 2018 11:31
Aan:
CC:
Onderwerp: RE: Website TopDutch

Ha

wat puntjes:

- We are business > VOC schip foto? Is dat slim?
- We are nature > Ook noemen: TopDutch is home to world heritage 'Geoppark de Hondsrug' and 5 (?) national parks.
- We are nearby > cirkel staat niet om NNL (Waddeneilanden vallen er af haha)
- We are wealth > is dat een foto in NNL of Giethoorn ;) ?
- We are urban > 'happies people in Groningen' >> nee, is Drenthe en ander onderzoek is Friesland.
- Water is scary > terpen, ook wierden
- Water is nature > world heritage Geopark de Hondsrug ook noemen
- Ben Feringa staat wel vaak in beeld (3 of 4 keer)
- Veel Groningen foto's. Bijv. bij cultuur heb je ook wel TT Festival met gave foto's.
- We are cyberspace > teksten nu puur van onlangs gepresenteerde Cyberspace HQ Groningen..... toevoegen: big data (ASTRON), Internet of Things
- We are cybersafety, 5G and blockchain > dat is alleen maar Groningen PR. Toevoegen: big data, IoT en gaming
- We are digital ecosystem > Groningen PR
- New energy coalition > staan er ook Drentse bedrijven in de opsomming?
- We are space/logistiscs > Dryport?
- Let's conquer the world > VOC schip foto, is dat slim? (weet niet hoe gevoelig dat internationaal ligt?)
- Health > Health Hub Roden benoemen (nu alleen UMCG PR)
- Purpose region > is nu alleen verhaal over societal challenges centraal. Gaat niet over purpose economy.

Groeten,

Van:
Verzonden: dinsdag 17 juli 2018 10:48
Aan: < drenthe.nl>
Onderwerp: Website TopDutch

Dag allen,

Vanaf vandaag is de nieuwe website TopDutch online gegaan: www.topdutch.com
Op de eerste teksten hebben we gereageerd, maar helaas nog niet verwerkt. Zo mist Health Hub, Dryport, Port of Zwolle, Nationale Parken, e.d.
Kunnen jullie hier een blik op werpen en aangeven of er verder nog cruciale informatie ontbreekt vanuit Drenthe?
Ik ben nu bezig met een memo voor Henk. A.s. donderdag zit Henk met en aan tafel.

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

provincie Drenthe

Date : 28-6-2017 8:23:07
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "Henk Brink" [redacted] drenthe.nl, "Henk Jumelet" [redacted] @drenthe.nl, "Tjisse Stelpstra" [redacted] @drenthe.nl, "Cees Bijl" [redacted] @drenthe.nl, "Jozias van Aartsen" [redacted] @drenthe.nl [redacted] " [redacted] @drenthe.nl, "Annet van Schreven" [redacted] drenthe.nl, " [redacted] drenthe.nl, " [redacted] drenthe.nl, " [redacted] drenthe.nl
Subject : Schriftelijke ronde: Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland DEF.docx
Attachment : 26-ECO Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland DEF.docx;image001.jpg;

Geacht college, goedemorgen,

Gisteren heeft u in uw vergadering bijgaande nota besproken en aangehouden. Na overleg met gedeputeerde Henk Brink is het Statenstuk iets aangepast en wel in het deel 'Statenstuk' onderdeel b inleiding.

Ik verzoek u hierbij schriftelijk te laten weten of u kunt instemmen met bijgaande nota.

Het GS besluit is een voorstel aan de Provinciale Staten; daarmee is het GS besluit onder voorbehoud van besluitvorming door de Provinciale Staten. Dit wordt ook formeel gemeld aan de Provincie Groningen, aanbestedende dienst/penvoerder. Uw besluit zal openbaar worden gemaakt op het moment dat de uitvraag op de aanbestedingskalender is opgenomen.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Bestuursadviseur Gedeputeerde Henk Brink

provincie Drenthe
www.provincie.drenthe.nl
T: (0592) 36 [redacted]
E: [redacted] enthe.nl

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Statenstuk

Algemene gegevens		***Verantwoordelijke***
Opsteller	en tst.	Erik Bos
Team	Economie	
Datum	woensdag 7 juni 2017	*Paraaf verantwoordelijke*
Uiterste behandeldatum in GS:27 juni 2017		*Bespreken:*
Toelichting: behandeling in cie FCBE 13-9-2017 en PS 27-9-2017		

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting	***Portefeuillehouder***
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie	Henk Brink

Intern voorbereid met	***Afwijkende mening***	***Paraaf directeur-secretaris***
1. Fin	Nee	Annet van Schreven
2. Ec	Nee	
3. Com	Nee	
4. S&I	Nee	

Archivering		***Communicatie***
Datum:	*Registratienummer:*	*Openbaar:* Ja
	nr.	
	nr.	*Persbericht:* Nee
	nr.	*Bekendmaking:* Provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd.

Onderwerp

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Advies

1. Provinciale Staten voor te stellen:
- een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te voeren;
- hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Beslissing GS

Risico's

Risico behorend bij advies 2:
In het geval van een negatief besluit, gaan de provincies Groningen en Fryslân zonder Drenthe verder met de profilering op het gebied van (internationale) acquisitie en het aantrekken van internationale bedrijven. Noordelijke samenwerking kan bij negatieve besluitvorming onder druk komen te staan. Hierin niet samen optrekken betekent onderlinge concurrentie in het noorden.

Aanvullende informatie voor GS

De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Er vindt afstemming plaats met de provincies Fryslân en Drenthe. Dit gebeurt in het Noordelijk overleg gedeputeerden Economische Zaken en het Noordelijk overleg van de Hoofden Economische Zaken.

Tekst openbare besluitenlijst
Onderwerp: Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland.
Het college van Gedeputeerde Staten van Drenthe heeft besloten Provinciale Staten te verzoeken om samen met de provincies Groningen en Fryslân het Noorden internationaal op de kaart te zetten als vestigingsregio voor bedrijven om zich nieuw te vestigen of uit te breiden. Met de tweejarige internationale campagne wordt een vervolg gegeven aan de succesvolle Tesla campagne die begin 2017 is gelanceerd. Er wordt voorgesteld in totaal maximaal € 400.000,- uit bestaande middelen beschikbaar te stellen.

Verzenden

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten

Bijlagen alleen voor Gedeputeerde Staten	Meekopiëren

NB. Het Statenstuk en de eventuele daarbij horende bijlagen worden standaard meegekopieerd voor GS.

provincie Drenthe

Statenstuk @

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) 36 [redacted] e-mail [redacted]drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagne gaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjaren visie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten. De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet. Onder voorbehoud van goedkeuring van uw Staten.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1 Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA ('Invest in Holland'). Deze campagne is niet bedoeld om een-op-een bedrijven naar Noord Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobby inspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020

Financiën

Het bedrag van € 400.000,- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, Noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met het Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

1.
2
3.
4.
5.

Ter inzage in kamer C0.39

1.
2.
3.
4.
5.

Assen, @
Kenmerk: @

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter

mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van @ , kenmerk @;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

provincie Drenthe

Date : 2-11-2018 19:17:34
From : "provinciegroningen.nl
To : "drenthe.nl
Subject : Re: TopDutch Digitaal
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;
Hoi ik ga volgende week afspraak plannen met jou en mijn collega's goed weekend!!

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 2 nov. 2018 om 15:19 heeft < drenthe.nl> het volgende geschreven:

> Hoi
>
> Als het goed is heeft mijn naam doorgegeven vanuit Drenthe voor de TopDutch groep 'digitalisering'.
> Ik heb er verder nog niks van vernomen, dus was even benieuwd of je er meer info over hebt.
> Hoor het graag!
>
> Met vriendelijke groeten,
>
> Westerbrink 1
> 9400 AC Assen
> @EsmeraldaTop

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 3-8-2017 16:48:56
From : @drenthe.nl
To : " drenthe.nl
Subject : RE: Topdutch Drentse ambassade
Attachment : image001.png;

Tkn Wordt alleen logo van teslacamp.. begin sept kijken wat we in aankleding gaan doen..

Met vriendelijke groet,

Public Affairs

provincie Drenthe

|PROVINCIE DRENTHE | Postbus 122, 9400 AC | Assen

@drenthe.nl
Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag-dinsdag-donderdag-vrijdag

Van:
Verzonden: woensdag 2 augustus 2017 9:23
Aan:
Onderwerp: Re: Topdutch Drentse ambassade

Je kan ook eerst alleen het logo opvragen als het voor de uitnodiging is bedoeld. Hoeft initio verder niks in te doen. En later kijken of initio kan helpen met aankleden, aanbestedingstechnisch.

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: < drenthe.nl>
Datum: 02-08-17 08:44 (GMT+01:00)
Aan: @drenthe.nl>
Cc: < drenthe.nl>, < drenthe.nl>, Erik Bos < drenthe.nl>
Onderwerp: Topdutch Drentse ambassade

Hoi

Kreeg net van van provincie Groningen de vraag of het voor de aanbesteding problematisch is als op Drentse ambassade er door Initio onder topdutchvlag breder wordt getopdutched dan tesla. Lijkt me handig dit nog even goed af te stemmen met inkoop. Het moet er niet toe leiden dat aanbesteding straks de mist in gaat. Kun jij er voor zorgen dat dit goed wordt afgestemd met inkoop?

Gr

Verzonden vanaf mijn Samsung-apparaat

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: @drenthe.nl>
Datum: 27-07-17 10:39 (GMT+01:00)
Aan: < drenthe.nl>
Onderwerp: RE:

Had net aan de lijn, hij heeft straks een overleg met hij zou dit even meenemen en hem vragen mij te bellen.
Met vriendelijke groet,

Team Communicatie |PROVINCIE DRENTHE | Postbus 122, 9400 AC | Assen

@drenthe.nl

Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag-dinsdag-donderdag-vrijdag

Van:
Verzonden: donderdag 27 juli 2017 10:19
Aan:
Onderwerp: RE:

Hoi
Nee heb alleen van en
Heb jij een tekstje, ik kan ze dat nog wel appen?
Gr

Van:
Verzonden: donderdag 27 juli 2017 8:42
Aan:
Onderwerp: RE:

Heb mail gestuurd naar die vrouw dinsdag, maar niks gehoord. Heb jij nog andere contactpersonen?
Gr

Van:
Verzonden: woensdag 26 juli 2017 10:42
Aan:
Onderwerp: RE:

Hoi
Heb je al gesproken met Initio?
Gr

Van:
Verzonden: dinsdag 25 juli 2017 11:44
Aan:
Onderwerp:

Ik sprak net even en wat ik van haar begrijp is dat er na september niet iets anders voor TopDutch komt.. en dat het verstandig is nu in de uitnodiging wel de Topdutch look & feel mee te geven.
Dus ik denk dat ik dan nu maar contact opneem met Initio? Heb jij contactgegevens van hen?
Met vriendelijke groet,

Team Communicatie |PROVINCIE DRENTHE | Postbus 122, 9400 AC | Assen
@drenthe.nl

Bezoekadres Provinciehuis: Westerbrink 1 te Assen
werkdagen: maandag-dinsdag-donderdag-vrijdag


provincie Drenthe

Date : 9-11-2018 13:20:36
From : " **initio.nl**
To : " **nom.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : Re: TopDutch en Smart Industry
Attachment : image001.jpg;

Beste allen,

Do 15/11, 9.00 uur kan. Tot dan!

groet,

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t

m
initio.nl
www.initio.nl

Secretariaat
initio.nl
m

Van:
Datum: donderdag 8 november 2018 om 11:21
Aan:
CC:
Onderwerp: RE: TopDutch en Smart Industry

Dag
Morgen wordt het hem dus niet.
Nieuw voorstel: do 15 om 9h00?
Ik zet meteen in de cc.
gaat over overleg met coalitie Smart Industry over nieuwe TopDutch campagne.
Hoor graag spoedig van jullie.
Groet

Van:
Verzonden: donderdag 8 november 2018 09:55
Aan:
Onderwerp: Re: TopDutch en Smart Industry
Dag
Zit de afgelopen dagen op de logistiek beurs in Rotterdam. Telefonisch kreeg ik je niet te pakken. kan alleen vanaf 11 uur en het lijkt mij dat hij er wel bij moet zijn. Hij kan nl veel preciezer vertellen wat hij nodig heeft van ons om uiteindelijk te komen tot een campagne. 11 uur lukt de meesten niet begreep ik dus dan lijkt me verplaatsen een reële optie.
Ik probeer je ook nog even te bellen ok.
Gr

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 8 nov. 2018 om 07:24 heeft < nom.nl> het volgende geschreven:

> Dag Ik moet zo wel weten of jullie komen en hoe laat, anders moet ok de optie eruit halen. Hoor graag van je...
>
> Verstuurd vanaf mijn iPhone
>
> Op 7 nov. 2018 om 11:06 heeft < nom.nl> het volgende geschreven:
>
> > Ik heb nu:
> > -
> > -
> > -
> > -
> > - we om 9 uur kunnen beginnen
> > - En mijzelf
> >
> > Kan ik dit vastleggen? Dan wel graag om 9 uur...
> > Gr.

Van: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Verzonden: maandag 5 november 2018 11:23
Aan: [redacted] <[redacted]nom.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch en Smart Industry
Dag [redacted]
Wie sluiten er precies aan vrijdag?
Ik heb iig [redacted] gevraagd aan te sluiten.
10 uur bij de NOM? Wie zit jullie club normaal voor?
Volgens mij heeft [redacted] al wel contact met Drachten.
Met vriendelijke groet,

[redacted]

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted]drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted] <[redacted]nom.nl>
Verzonden: maandag 5 november 2018 10:00
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch en Smart Industry
Dat [redacted]
Kun je even reageren op onderstaande vragen?
Dank!
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 1 november 2018 17:33
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>
Onderwerp: TopDutch en Smart Industry
Dag [redacted]
Vanuit onze kant gaat het lukken om vlg. vrijdag met TopDutch te brainstormen.
Kunnen we dit vastleggen en hoelaat?
Wie komen er mee?
Wie zit voor?
Klopt het dat er al overleg is tussen InnovatieCluster Drachten en [redacted]
Met vriendelijke groet,

[redacted]

N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland

[redacted]
M [redacted]
E [redacted]@nom.nl
.
Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
Lees ons NOMMER magazine!
.

[redacted] www.nom.nl

De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.


INITIO

Date : 27-9-2018 18:35:19
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : RE: Topdutch kt 27 sept

Hi!

Dank. Ik kan woensdagmiddag onder de Staten wel even koffie doen.
Jij ook?

Groeten,
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 27 september 2018 15:07
Aan: [redacted]
Onderwerp: Topdutch kt 27 sept

Hoi [redacted] hier even rechtstreeks mijn aantekeningen van het kernteam Topdutch.
Binnenkort nog ff bijpraten?
Gr [redacted]

Topdutch kt 27 sept
Met [redacted] en [redacted] nog 1x aan tafel

Meer als **team** aan tafel!
Planmatiger
Meer delen
Tijdig!

FOCUS!!!

- Topdutch brand
- 6 campagnes

<u>Eerst overall campagne</u>
Er komt een overall Topdutch campagne
Eerst nog even radiostilte
Begin oktober uitnodiging om campagne te bespreken met comm adviseurs
Daarna continu campagnes

<u>Trendship</u>
Trendship is bijzaak, gaan we niet doen
Alleen Airtime BNR wellicht interessant?
Dan beter voorstel klaver erbij

<u>Topdutch talent</u>
[redacted]
Platform bouwen
Topdutch Ondersteuning in de vorm van handjes. Sander zegt dat Nom aansluit bij Topdutch talent in de vorm van Soraya en annefleur.

Beschikbaarheid Personeel is momenteel vestigingsfactor nr 1

Status campagnes
groene chemie

- 1 artikel uitserveren bij doelgroepen
- Op moment dat er iets speelt in de regio dat aansluit bij marketing Topdutch
- Avebe betrekken? Binnenkort opening. Laat ze vertellen
- Aankondiging proeffabriek
- Morssinkhof en omrin
- Trip Japan
- Attero Marco kwak

Logistiek

- Waarom doet portena weber?
- Campagnes koppelen aan projecten, bijv stadsdistributie
- Propositie/targetbedrijven/campagne
- [redacted] /

Agri/dairy

- is as vrijdag afspraak voor ingepland om te komen tot concrete campagne

Overige thema's:
Digitalisering:
Medtech/Life science: /
Water: / (scheepvaart)
Andere provincies wel meenemen

Metaalunie/Fme wil aansluiten

Hoe Traffic op Topdutch op te volgen voor Nom?
-> Online lead generator a 10k
-> voorstel ligt bij ez gedep
Uit Topdutch budget?
En waar ligt ownership? NOM

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Date : 16-10-2018 10:05:26
From : "[redacted] nom.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] gemeentenoordenveld.nl, "[redacted] nom.nl
Subject : RE: TopDutch Medtech/Life Sciences
Attachment : image003.png;image005.png;image007.png;image009.png;image011.png;image013.png;image014.jpg;

Nu [redacted] elders is, kunnen we ook naar Assen komen. We hadden van 11:00 tot 12:00 afgesproken toch?

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 16 oktober 2018 10:01
Aan: [redacted] ; [redacted] ; [redacted]
CC: [redacted]
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Goedemorgen allemaal,

Prima, zien we elkaar vrijdag!
De lijst die ik naar [redacted] heb gestuurd plak ik hieronder. Zoals [redacted] al uitlegde, hebben we deze nu nog niet verder uitgewerkt.
Het is pas een eerste indeling, dus het is goed om dit verder te bespreken.
Waar spreken wij vrijdag precies af? Ik meen dat we de vorige keer hadden afgesproken om in Roden te meeten, maar we zijn hier niet helemaal zeker van.

- *Wat is Health Hub Roden*
    - o ***Groot netwerk van samenwerkende bedrijven met een hoge organisatiegraad***
    - o ***HHR; 'spin in het web' van de medische technologie in Noord-Nederland***
    - o *Voor wie is HHR?*
    - o *Medtech ontwikkelingsfases overzicht*
    - o *Samenwerkingen HHR & partijen overzicht*
    - o *Welk gebied*
    - o *Welke partijen bevinden zich in het netwerk*
    - o *Verbreden naar wat bij UMCG/RUG gebeurt; fundamenteel onderzoek*
        - ***Grootste UMC van Nederland***
    - o *Faciliteiten*
        - *Access to funding*
        - *Aanwezig lab/fysieke ruimten*
        - ***Ontzorging op velerlei gebied***
- *Historie?*
- *Hoe HHR het centrale punt voor NNL is op dit gebied. Ook voor ontwikkelingen in Friesland etc.*
    - o *Geografisch plaatje wat waar gebeurt, locatie, verbinding*
    - o ***Toonaangevende bedrijven op velerlei gebied***
- *Talent/Onderzoek*
    - o *Onderzoek*
    - o *Opleidingscomponenten*
    - o *Innovatie (**Open innovatie**)*
    - o ***Veel kennis beschikbaar op relevante gebieden***
    - o ***Lifelines***
    - o ***Diverse kennisinstellingen met relevante opleidingen***
    - o ***Beschikbaarheid van human capital***
- *Voorbeelden/Quotes*

- *Toekomst*
    - o *Ambities*
    - o *Future of medtech*
- *Contacten*

Met vriendelijke groet,

N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland
T +31

Meer weten over de NOM en ontwikkelingen in Noord-Nederland?
Lees ons NOMMER magazine!

www.nom.nl

De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.

Van: < drenthe.nl>
Verzonden: maandag 15 oktober 2018 15:37
Aan: < nom.nl>; gemeentenoordenveld.nl>; nom.nl>
CC: < drenthe.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Besten,

Erik en ik hebben naar aanleiding van dit bericht even afstemming gehad. Het lijkt ons zinvol dit overleg door te laten gaan. Sowieso vanwege de afbakening of verbreding.
Ook kunnen we kijken wie er naast gemeente Groningen en de regiovisie Groningen Assen, UMCG, nog meer benadert moeten worden.

Daarnaast lijkt het ons handig dat het lijstje dat naar is gestuurd ook nog even naar de anderen wordt gemaild zodat iedereen voor vrijdag weer maximaal geïnformeerd is.

zien we in december weer, het duurt anders wel erg lang voor we weer om tafel zitten. Nu hebben we juist mooi de vaart erin! :+)

Tot vrijdag, groeten van ons beiden,

Van: < nom.nl>
Verzonden: maandag 15 oktober 2018 15:07
Aan: < drenthe.nl>; < drenthe.nl>; gemeentenoordenveld.nl>; < nom.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Beste allemaal,

Managen van verwachtingen is belangrijk, daarom even deze mail.

Annefloor heeft eind september aan een lijstje met onderwerpen gestuurd om in de propositie te verwerken. vond dat een prima opzet maar vroeg zich af of dit document niet onderdeel zou moeten worden van een bredere propositie Life Sciences. Ik denk zelf dat dat niet handig is omdat je teveel van de kern van het onderwerp afdwaalt. NFIA heeft ook aparte proposities voor (bio)pharma, medtech en E-health.
In de opzet die Annefloor stuurde, hadden we de HHR een beetje als het verdeelpunt/loket voor Medtech neergezet. Dat is een keuze waar we het in noordelijk verband over moeten hebben. Een insteek die overigens ook alleen maar werkt als de HHR zich ook als zodanig naar de andere partijen in de regio opstelt (iets wat nu nog onvoldoende gebeurt).

Een ander punt is dat voorstelde pas met de verschillende door ons voorgestelde partijen in gesprek te gaan nadat de discussie over de positionering van de HHR (die loopt volgens mij nog volop) en het door hem uitgevoerde stakeholdersonderzoek zijn afgerond. Wij hebben nog niet gehoord wanneer het zover is.

In ieder geval leidt dat er toe dat we nog niet veel meer te vertellen hebben dan in ons laatste overleg. is natuurlijk nu op vakantie. Dat brengt de vraag met zich mee waarover we het vrijdag gaan hebben. Is dat vooral de afbakening van de propositie voor/binnen NNL? En eventueel het uitwerken van het tijdpad? Of is het beter om samen te komen als terug is?

In ieder geval gaan we afspraken maken met van UMCG en van de gemeente Groningen. Gemeente Groningen wil iets met ondernemerstafels, ook voor LS. UMCG is een belangrijke partner voor trials/validatie.

Groeten,
[redacted]

Van: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>
Verzonden: donderdag 11 oktober 2018 12:53
Aan: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>; [redacted] < [redacted] gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Besten,

Fijn dat dit voor 2019 gerealiseerd gaat worden! Ook goed dat Henk Brink dit verder wil trekken vanuit Noord Nederland. Lijkt me dat dit een mooie, verbrede, aanvulling is op ons acquisitieprofiel!

Tot volgende week, groeten [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 11 oktober 2018 10:43
Aan: [redacted] < [redacted] drenthe.nl>; [redacted] < [redacted] gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>
Onderwerp: TopDutch Medtech/Life Sciences

Dag allen,

Binnen TopDutch is bestuurlijk afgesproken dat per thema een duo vanuit NOM/provincie verantwoordelijk is voor de proposities, op basis waarvan Initio campagnes gaat voeren.
Voor Medtech/Life Sciences staan vanuit de NOM [redacted] aan de lat en vanuit de provincies mag ik dat oppakken (Henk heeft Medtech als thema ingebracht).
Medtech staat voor 2019 op de agenda om een TopDutch campagne op te voeren, maar afgesproken is om dit jaar de proposities voor alle thema's gereed te hebben.
Volgende week vrijdag van 11-12 uur zitten we weer bij elkaar bij de Health Hub en kunnen we hier verder over spreken.
Insteek is iig ook om de provincies Groningen en Fryslân hierop aan te laten haken, het moet immers TopDutch worden ingestoken.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 18 september 2018 13:12
Aan: [redacted] < [redacted] gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>; [redacted] < [redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Afspraak komende vrijdag

Besten,
Ik kan vanaf half 1. Eerder lukt niet.
Groeten [redacted]

Van: [redacted] [mailto: [redacted] gemeentenoordenveld.nl]
Verzonden: dinsdag 18 september 2018 13:08
Aan: [redacted] < [redacted] nom.nl>; [redacted] < [redacted] drenthe.nl>; [redacted] < [redacted] nom.nl>
Onderwerp: Re: Afspraak komende vrijdag

Dat is wat mij betreft prima !
Groet, [redacted]

Verzonden vanaf mijn Samsung Galaxy-smartphone.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: [redacted] <[redacted]nom.nl>
Datum: 18-09-18 10:07 (GMT+01:00)
Aan: [redacted] <[redacted]drenthe.nl>, [redacted] <[redacted]gemeentenoordenveld.nl>, [redacted] <[redacted]nom.nl>
Onderwerp: Afspraak komende vrijdag

We hebben komende vrijdag om 13.00 uur afgesproken in het provinciehuis in Assen. Om 13.30 moet ik in overleg met Erik Bos en Niek Wehkamp ivm de trip naar Japan. Kunnen we iets eerder afspreken? Ik kan vanaf 12.00 uur in Assen zijn.

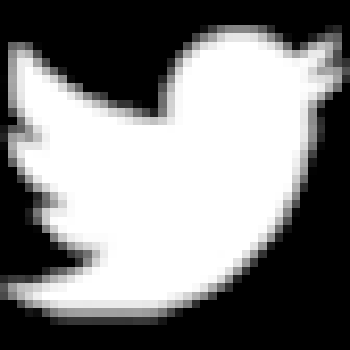
Groeten,
[redacted]

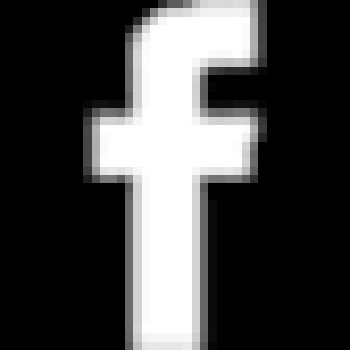
Verstuurd vanaf mijn iPad

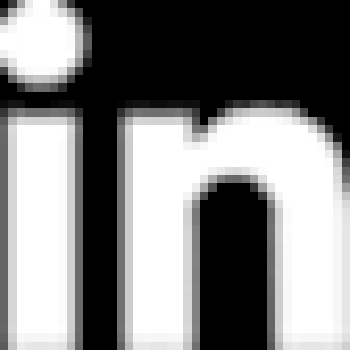
This email was scanned by Bitdefender

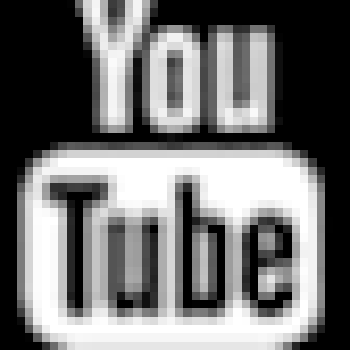

NOM
ONDERNEMINGEN
DOEN GROEIEN


NOM








You
Tube

provincie Drenthe

Date : 15-10-2018 15:07:27
From : "[redacted] nom.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] gemeentenoordenveld.nl, "[redacted] nom.nl
Subject : RE: TopDutch Medtech/Life Sciences
Attachment : image001.jpg;

Beste allemaal,

Managen van verwachtingen is belangrijk, daarom even deze mail.

Annefloor heeft eind september aan [redacted] een lijstje met onderwerpen gestuurd om in de propositie te verwerken. [redacted] vond dat een prima opzet maar vroeg zich af of dit document niet onderdeel zou moeten worden van een bredere propositie Life Sciences. Ik denk zelf dat dat niet handig is omdat je teveel van de kern van het onderwerp afdwaalt. NFIA heeft ook aparte proposities voor (bio)pharma, medtech en E-health.
In de opzet die [redacted] stuurde, hadden we de HHR een beetje als het verdeelpunt/loket voor Medtech neergezet. Dat is een keuze waar we het in noordelijk verband over moeten hebben. Een insteek die overigens ook alleen maar werkt als de HHR zich ook als zodanig naar de andere partijen in de regio opstelt (iets wat nu nog onvoldoende gebeurt).

Een ander punt is dat [redacted] voorstelde pas met de verschillende door ons voorgestelde partijen in gesprek te gaan nadat de discussie over de positionering van de HHR (die loopt volgens mij nog volop) en het door hem uitgevoerde stakeholdersonderzoek zijn afgerond. Wij hebben nog niet gehoord wanneer het zover is.

In ieder geval leidt dat er toe dat we nog niet veel meer te vertellen hebben dan in ons laatste overleg. [redacted] is natuurlijk nu op vakantie. Dat brengt de vraag met zich mee waarover we het vrijdag gaan hebben. Is dat vooral de afbakening van de propositie voor/binnen NNL? En eventueel het uitwerken van het tijdpad? Of is het beter om samen te komen als [redacted] terug is?

In ieder geval gaan we afspraken maken met [redacted] van UMCG en [redacted] van de gemeente Groningen. Gemeente Groningen wil iets met ondernemerstafels, ook voor LS. UMCG is een belangrijke partner voor trials/validatie.

Groeten,
[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 11 oktober 2018 12:53
Aan: [redacted] ; [redacted] ; [redacted] ; [redacted]
Onderwerp: RE: TopDutch Medtech/Life Sciences

Besten,

Fijn dat dit voor 2019 gerealiseerd gaat worden! Ook goed dat Henk Brink dit verder wil trekken vanuit Noord Nederland. Lijkt me dat dit een mooie, verbrede, aanvulling is op ons acquisitieprofiel!

Tot volgende week, groeten [redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: donderdag 11 oktober 2018 10:43
Aan: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>; [redacted] <[redacted] gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] <[redacted] nom.nl>; [redacted] <[redacted] nom.nl>
Onderwerp: TopDutch Medtech/Life Sciences

Dag allen,

Binnen TopDutch is bestuurlijk afgesproken dat per thema een duo vanuit NOM/provincie verantwoordelijk is voor de proposities, op basis waarvan Initio campagnes gaat voeren.
Voor Medtech/Life Sciences staan vanuit de NOM [redacted] de lat en vanuit de provincies mag ik dat oppakken (Henk heeft Medtech als thema ingebracht).
Medtech staat voor 2019 op de agenda om een TopDutch campagne op te voeren, maar afgesproken is om dit jaar de proposities voor alle thema's gereed te hebben.
Volgende week vrijdag van 11-12 uur zitten we weer bij elkaar bij de Health Hub en kunnen we hier verder over spreken.
Insteek is iig ook om de provincies Groningen en Fryslân hierop aan te laten haken, het moet immers TopDutch worden ingestoken.

Met vriendelijke groet,
[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @[redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl
een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 18 september 2018 13:12
Aan: [redacted] <[redacted] gemeentenoordenveld.nl>; [redacted] <[redacted] nom.nl>; [redacted] <[redacted] nom.nl>; [redacted] <[redacted] drenthe.nl>
Onderwerp: RE: Afspraak komende vrijdag

Besten,
Ik kan vanaf half 1. Eerder lukt niet.
Groeten [redacted]

Van: [redacted] [mailto:[redacted] gemeentenoordenveld.nl]
Verzonden: dinsdag 18 september 2018 13:08
Aan: [redacted] <[redacted] nom.nl>; [redacted] <[redacted] drenthe.nl>; [redacted] <[redacted] nom.nl>
Onderwerp: Re: Afspraak komende vrijdag

Dat is wat mij betreft prima !
Groet, [redacted]

Verzonden vanaf mijn Samsung Galaxy-smartphone.

-------- Oorspronkelijk bericht --------
Van: [redacted] <[redacted] nom.nl>
Datum: 18-09-18 10:07 (GMT+01:00)
Aan: [redacted] <[redacted] drenthe.nl>, [redacted] <[redacted] gemeentenoordenveld.nl>, [redacted] <[redacted] nom.nl>
Onderwerp: Afspraak komende vrijdag

We hebben komende vrijdag om 13.00 uur afgesproken in het provinciehuis in Assen. Om 13.30 moet ik in overleg met Erik Bos en Niek Wehkamp ivm de trip naar Japan. Kunnen we iets eerder afspreken? Ik kan vanaf 12.00 uur in Assen zijn.

Groeten,
[redacted]

Verstuurd vanaf mijn iPad

This email was scanned by Bitdefender

provincie Drenthe

Date : 12-2-2019 15:44:17
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Smart Farming Noord Nederland boeke
Attachment : PO18032801Bidboekje N Nederland lr.pdf;

Van: [redacted]
Verzonden: dinsdag 5 februari 2019 16:47
Aan: [redacted] ; [redacted]
CC: [redacted]
Onderwerp: FW: bijdrage provincies aan Kwaliteitsbeeld

Hoi, wellicht dat deze documenten ook nog kunnen helpen bij het opstellen bij de propositie voor TopDutch.

Met groet, [redacted]

Date : 7-1-2019 17:35:18
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] provinciegroningen.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Statenvragen
Attachment : Antwoorden op schriftelijke vragen FNP inzake TopDutch (Fries-Ned).docx;

Moi [redacted]

In de bijlage de antwoorden op de Top Dutch vragen van de FNP, zoals we die morgen willen versturen naar het college.
Zou jij dit kunnen beoordelen en eventueel opmerkingen plaatsen bij uitspraken waar jullie het mee oneens zijn of jullie je niet in kunnen vinden….
En zou ik dit morgenochtend rond 10:30 kunnen ontvangen ?
Alvast bedankt en fijne avond.

Groet,

[redacted]

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

Antwoorden op schriftelijke vragen FNP inzake TopDutch

1. Kin it Kolleezje fan DS befêstigje dat der ynterne strideraasje wie/west hat by de TopDutch organisaasje? Sa ja, sûnt wannear (hokker datum) binne jim dêrfan op de hichte? Klopt it dat dy yn july al bekend wienen by de trije provinsjes? Hokker problemen hawwe der krekt west of binne noch oan de oarder? Klopt it dat de deputearre fan Grinslân, as 'penvoerder', koördinearjend deputearre wie? Graach in taljochting.

   Krekt foar de simmer yn 2018 is der gewach makke fan wranteligens tusken de opdrachtnimmer en de oare inisjatyfnimmers. Dat is yn it foarste plak kenber makke oan de provinsje Grinslân, dy't as penfierder (en as oanbesteegjende tsjinst) hannelet út namme fan de trije noardlike provinsjes.

   Mids july hawwe wy fia ien fan de inisjatyfnimmers sicht krigen yn it ferskil fan ynsjoch oer de gearwurking en oer hoe't de útfiering en it kontraktueel fêstlizzen fan opdrachten ûnderling foarmjûn is. Destiids is in earste sinjaal ôfjûn dat de gearwurking sa net langer hâldber wie. Tagelyk wie der by de inisjatyfnimmers noch wol betrouwen om romte te meitsjen foar bettere ôfspraken en in konstruktive gearwurking foar de takomst. It kaam ús dan ek oer it mad dat trije inisjatyfnimmers ein july opstapt wiene. Hja koe úteinlik dochs net ta ferbettere (finânsjele) ôfspraken komme, om mar net te sprekken om soks op papier fêst te lizzen.

   Net voor de zomer in 2018 is er melding gemaakt van de wrijving tussen de opdrachtnemer en de andere initiatiefnemers. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als penvoerder (en aanbestedende dienst) handelt uit naam van de drie Noordelijke provincies.

   Medio juli zijn wij via één van de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming. Destijds is een eerste signaal ontvangen, dat de samenwerking op de huidige wijze niet langer houdbaar was. Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen en ruimte voor het maken van betere afspraken en te komen tot een constructieve samenwerking voor het vervolg. Het opstappen van de drie initiatiefnemers in juli 2018, kwam voor ons dan ook alsnog onverwachts. De partijen konden uiteindelijk toch niet tot verbeterde (financiële) afspraken komen, laat staan om dit contractueel vast te leggen.

2. Hoe kin it dat it, nei de earste sinjalen, leafst hast trije moanne duorre hat foardat ien fan de deputearren (Brouns) op 17 oktober 2018 in petear hân hat mei de belutsen reklameburo's?

   Deis foar it simmerreses hawwe de trije inisjatyfnimmers oanjûn op te hâlden mei de TopDutch-gearwurking. De Grinzer deputearre Brouns hat, as penfierder, it inisjatyf nommen om alle partijen om 'e tafel te krijen. Oan haadopdrachtnimmer (Initio) is oanjûn, dat wy as opdrachtjouwers gjin fertraging akseptearje en dat ôfspraken neilibbe wurde moatte. It is net earder as op 17 oktober 2018 slagge om alle partijen byïnoar te krijen. No de partijen net mei elkoar fierder gearn en Initio nije partners oanhekje moat, sille wij mei extra soarch ta sjen op een succesfolle utfiering fan de opjefte.

   De dag voor het zommereces hebben de drie initiatiefnemers kenbaar gemaakt te stoppen met de samenwerking in het TopDutch programma. De Groninger gedeputeerde Brouns heeft daarop, als penvoerder, het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Aan de opdrachtnemer (Initio) is aangegeven, dat wij als opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleeft dienen te worden. Het is niet eerder dan 17 oktober 2018 gelukt om alle partijen aan tafel te krijgen. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet aanhaken, zullen wij met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de opdracht.

3. Wêrom hat it Kolleezje fan DS der net foar keazen de berjochtjouwing oer de problemen by TopDutch te dielen mei de Steaten?

Op grûn fan sinjalen fan de inisjatyfnimmers hiene wy noch hieltyd it byld dat de gearwurking wer oerein hâlden wurde koe. As opdrachtjouwers wiene wy tefreden oer de gearstalling fan it utfierend team en dy gearstalling woene wy hoekhâlde. Soks hat deputearre Brouns ek meidield yn it petear fan 17 oktober 2018.

Fierdersoan is troch de opdrachtnimmers sels, in ûnofhinklike prosesbegelieder oansteld (de hear Alfred Welink, foarsitter VNO-NCW Noord) om partijen wer bymekoar te bringen. Op 22 oktober 2018 is út namme fan de opdrachtjouwers in brief útgien, fia de penfierder, om nochris dúdlik te meitsjen hokker risseltaten ferwachte wurde. Dizze brief is ek een signaal fan soarch west en it is no oan de opdrachtnimmers sels om de goede wurkwize hjirfoar te organisearjen.

Krekt op 29 novimber 2018 binne wy formeel op'e hichte steld fan it opstappen fan twa inisjatyfnimmers. Ien fan dy partijen kaam út Fryslân wei. Wy wiene noch hieltyd yn de oertsjûging dat partijen saaklik ta in goede wurkwize komme koene, hielendal mei help fan de prosesbegelieder.

As opdrachtjouwer fergje wy de haadopdrachtnimmer op de fuortgong en kwaliteit fan de resultaten/kampagnes, dêr't wy in saaklike relaasje mei hawwe. Hoewol't wy fansels in foarkar hawwe foar noardlike/ Fryske partijen om de opdrachtnimmer hjirby te helpen, kinne we soks op grûn fan rjochtmjittigens net ôftwinge.

Op grond van signalen van de initiatiefnemers hadden wij het beeld dat de samenwerking voortgezet kon worden. Als opdrachtgevers waren wij tevreden over de samenstelling van het uitvoerend team en deze samenstelling wilden wij bij voorkeur gestand houden. Dit heeft gedeputeerde Brouns ook aan de partijen medegedeeld in het overleg op 17 oktober 2018.

Vervolgens is door de opdrachtnemer zelf, een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (dhr Alfred Welink, voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, om nogmaals duidelijk te maken welke resultaten worden verwacht. Deze brief is naar de opdrachtnemer ook een signaal van zorg geweest en het is nu aan de opdrachtnemer om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Op 29 november 2018 zijn wij door twee initiatiefnemers formeel geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dit moment de overtuiging dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst.

Als opdrachtgever sturen wij de opdrachtnemer (met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben) aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Friese partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.

4. Klopt it berjocht fan 24 oktober 2018 op RTV Noord dat it frijwol wis is dat Tesla net nei Fryslân, Grinslân of Drinte komt? Is yn de eagen fan DS dêrmei de kampanje net foar in grut part mislearre yn de oarspronklike opset?

Tesla hat noch hieltyd gjin definityf berjocht útdien oer de nije lokaasje foar harren Giga-faktory. Hoewol't yn it foar dúdlik wie dat ús kânsen as Noard-Nederlân lyts binne, kin noch hieltyd net konkludearre wurde dat wy definityf út byld binne. Mar de konkurrinsje liicht der net om; sa'n 300 regio's hawwe oanjûn niget te hawwen oan de fêstiging fan Tesla.

It ynternasjonale, nasjonale en regionale omtinken foar de Topdutch kampanje meie we seker beskôgje as opbringst en geunstich resultaat. Wy hawwe ússels profileard as oantreklike fêstigingsregio. It is goed om yn bestân te nimmen dat by (ynternasjonale) akwisysje foarôf nea wissichheid is oer súkses. Soksoarte trajekten wurde faak opset mei stille diplomasy. Profilearing en

promoosje fan festigingsplakken fynt ek steeds mear via internet en social media plak. No is Noard-Nederlân troch de fernijende "online" oanpak, yn alle gefallen dúdlik op 'e kaart set.

Tesla heeft nog geen definitieve keuze gemaakt voor de nieuwe locatie voor haar Giga-factory. Hoewel vooraf duidelijk was dat de kansen voor Noord Nederland klein waren, kan nog steeds niet definitief worden gesteld dat Noord Nederland uit beeld is. Maar de concurrentie is groot; ca 300 regio's hebben interesse getoond in de vestiging van de Tesla fabriek.

De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch campagne, kunnen we zeker beschouwen als opbrengst en positief resultaat. Noord Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. Daarbij moet in acht worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan zijn over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties, wordt echter ook steeds meer via internet en social media gedaan. Door de frisse vernieuwende "online" aanpak, is Noord Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.

5. Wat hawwe wol oantoanbere, hurde resultaten west fan de TopDutch kampanje, dy't dêr dan ek in streekrjocht gefolch fan binne? Yn de beskikking foar de kampanje stiet eksplisyt dat it in doelstelling is dat in lykwichtich part fan de ynvestearrings en dêrmei wurkgelegenheid yn Fryslân telâne komt. Wat is dêrfan yntusken realisearre? Mei oare wurden, wat hat de € 1,35 miljoen opsmiten dy't de 4 reklameburo's opstrutsen hawwe? Hoefolle is der yntusken útjûn en wêr is dat krekt oan útjûn?

   Initio moast foar Noard-Nederlân in (ynternasjonale) 'branding'-kampanje opsette, dêr't ferskate tema's oan ophongen wurde kinne. De provinsje Fryslân hat jierliks € 200.000 hjirfoar beskikber steld foar in tiidrek fan twa jier. De earste trije kampanjes wiene:
   - *it fergrienen fan de gemy*
   - *Agri-Dairy*
   - *Transport & Logistyk*

   It úteinlike stribjen is om súksesfolle proposysjes te ûntwikkeljen dy't ta nije fêstigings fan grutte (ynternasjonale) ûndernimmingen yn Noard Nederlân liede, mei de ambisje om substantiele wurkgelegenheid te kreëarre.

   Yn de beskikking oan Initio is oanjûn dat wy op syn minst tsien súskesfolle "leads" ferwachtsje. It fierder begelieden fan dy leads falt ûnder de ferantwurdlikens fan de NOM. Wy wolle derop ta dat de ferdieling fan nije bedriuwen lykweardich oer de trije provinsjes ferparte waard. Hjir de kanttekening dat we fansels net yn hâldershân binne, de bedriuwen hawwe úteinlik it lêste wurd.

   De oanpak fan Inititio bestiet út trije lagen:

   1- Kampanjes: promoasje en akwisysje

   2- Endorsement: saneamde ambassadeursprojekten

   3- Brede, iepen 'branding'; "eltsenien is Topdutch"

   Yn 2018 is it merk Topdutch trochûntwikkele en útwurke yn basismiddels. Dat fine we werom yn de ynspannings dy't dien binne oangeande posysjonearring, merkstrategy, it kommunikaasjekonsept, de kampanjestrategy, de útfiering fan kampanjes en de endorsement- en brandingprojekten. It merk en de ûntwikkele basismiddels foarmje meimekoar it basis-konsept foar de Topdutch branding-kampagne.

   De "electrify"-kampanje dy't foar Tesla ornearre wie - mei in enerzjy/batterij-proposysje - is ek yn 2018 útfierd en de kosten hjirfoar binne (tsjin us advies yn) ut it Top Dutch budget betelle. De oare kampanjes folgje yn 2019, te begjinnen mei de gemy-kampanje, dy't yn desimber 2018 úteinset is.

   Oant no ta is € 591.254 bestege; it budzjet dat noch oer is sit op € 608.745. Sjoch ek de taheakke.

De opbringsten fan de (online) kampanjes binne kontakten fia website, linked-in en social media. In rûzing fan de media-wearde is yn de taheakke opnaam.

Initio had de opdracht om voor Noord Nederland een (internationale) 'branding' campagne te ontwikkelen, waar verschillende thema's aangehaakt konden worden. De provincie Friesland heeft hiervoor jaarlijks € 200.000 beschikbaar gesteld voor een periode van twee jaar. De eerste drie geplande campagnes waren:

- *Vergroening Chemie*
- *Agri-Dairy*
- *Transport en Logistiek*

Het uiteindelijke streven is om succesvolle proposities te ontwikkelen, die leiden tot de vestiging van grote (internationale) ondernemingen in Noord Nederland. Dit met de ambitie om substantiele werkgelegenheid te creeëren.

In de beschikking aan Initio is aangegeven dat wij minimaal 10 succesvolle 'leads' verwachten. Het verder begeleiden van deze leads is de verantwoordelijkheid van de NOM. Wij streven naar een evenredige verdeling van nieuw geacquireerde bedrijven over de drie noordelijke provincies. Hierbij de kanttekening dat de bedrijven uiteindelijk zelf de keuze maken voor de vestigingslocatie.

De aanpak van Initito bestaat uit 3 lagen:

1-Campagnes: promotie en acquisitie

2-Endorsement: zogenaamde ambassadeursprojecten

3-Brede, open 'branding': "iedereen is TopDutch"

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen. Dit zien we ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes, de endorsement en de brandingprojecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basis-concept voor de TopDutch branding campagne.

De "electrify"-campagne die met een batterij/energie propositie voor Tesla is ontwikkeld, is ook in 2018 uitgevoerd. De kosten hiervoor zijn (tegen ons advies) uit het TopDutch budget betaald. De andere campagnes volgen in 2019, te beginnen met de "groene chemie" campagne die in december 2018 in gang is gezet.

Tot nu toe is € 591.25 besteed, het resterende budget is € 608.745. Zie ook de bijlage.

De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de media-waarde is in de bijlage opgenomen.

6. Hoe ferstannich is it, om yn in tige oerspande arbeidsmerk, jo op dit stuit te rjochtsjen op oare, nije bedriuwen dy't har hjir fêstigje? Sil dat net ekstra konkurrinsje opleverje yn de 'striid' om goede minsken te finen? En sille de besteande bedriuwen dy't al yn de regio fêstige binne dêr gjin lêst fan hawwe?

It ynternasjonaal swyljen fan bedriuwen, binne prosessen dy't foar in lang tiidrek rinne. It kin somtiden wol tsien jier duorje ear't troch in bedriuw in einbeslút nommen wurdt. Dizze marketing-ynspanning mei budzjet, jout op dit stuit gjin hurde garânsje ta fêstiging fan bedriuwen yn it kommende jier. It keallet dan ek swier om in oarsaaklik ferbân oan te jaan tusken promoasje en de 'landingen' dy't derop folgje. De útdrukking "onbekend maakt onbemind" giet hjir fansels wol op. Op 'e langere termyn ferwachtsje wy seker konkretere resultaten fan dizze marketing-ynspanning. Ekonomyske omstannichheden kinne dan oars wêze as hjoed de dei.

Yn Noard-Nederlân is yndie druk op 'e arbeidsmerk, hielendal yn de technyske sektor. Mei re-yntegraasjetrajekten en ekstra ûnderwiis wurdt hjirop ynspile. Yn de rest fan it lân, benammen yn de Rânestêd, is de druk noch grutter. Soks smyt krekt wer kânsen op foar ús regio. Dat sjogge we bygelyks ek yn de logistike sektor.

De ynternasjonale actieve akwisysje ûnder Topdutch is benammen rjochte op bedriuwen dy't oanfoljend binne yn de ferskate sektoren. Yn eltse ekonomyske konjunktuer kin konkurrinsje op goed personiel nea yn it foar kommen wurde.

De internationale acquisitie van bedrijven zijn langdurige processen. In sommige gevallen wordt pas na 10 jaar een definitief eindbesluit genomen. Deze marketing inspanning (TopDutch) met budget, geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en "landingen" kan dan ook moeilijk worden gemaakt. De uitdrukking "onbekend maakt onbemind" gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketing-inspanning. De economische omstandigheden kunnen dan anders zijn dan nu.

In Noord Nederland is zeker druk op de arbeidsmarkt, met name in de technische sector is dit merkbaar. Met reïntegratietrajecten en omscholing wordt hierop momenteel op ingespeeld. In de rest van Nederland, met name in de Randstad is de druk nog groter. Dit biedt ook weer kansen voor onze regio. De logistieke sector waar bedrijven nog moeilijk (betaalbare) grond en personeel kunnen krijgen, is hiervan een voorbeeld.

De internationale proactieve acquisitie onder TopDutch, is met name gericht op bedrijven die zo veel mogelijk aanvullend zijn in de verschillende sectoren. Concurrentie op goed personeel kan zowel in hoog- als laagconjuctuur, nooit worden voorkomen.

BIJLAGE

INITIO™

INSPANNINGEN TOPDUTCH 2018.

Afgerond	Activiteit	Omschrijving/deliverables
Januari	Organisatie	- Aantrekken project owner - Budgetverdeling vaststellen - Vaststellen campagne-thema's
Februari	Campagne: Electrify	- Campagne-onderdelen: Billboards, social campagne, lancering - Campagne-resultaten, o.a.: o 1.678.080 eye-balls o 28 ingesproken voicemails o 34 ingevulde formulieren
April	Positionering	- Voorbereiding positioneringstraject en interviews - Interviews belanghebbenden - Uitwerking positioneringsrichtingen - Presentatie aan gedeputeerden
	Ecolution Koningsdagfilm	- Film conceptontwikkeling - Film productie - Uitwerking branddesign-concept in ontwerp Ecolution
	WTC General Assembly	- TopDutch branding; look & feel
Mei	Branddesign	- Uitwerken ontwerprichtingen - Presentatie eerste branddesign-concept
Juni	Campagne chemie - eerste fase & concept	- Ophalen propositie en inhoud chemie campagne - Concept-ontwikkeling chemie campagne *wegens weigering medewerking Ben Feringa campagne uitgesteld* - Content-ontwikkeling chemie campagne
	Online growth strategie	- Online growth strategie ontwikkeling; oplevering basisdocument
Juli	Chemport beursondersteuning Philadelphia	- Creatieve vertaling content chemie campagne voor inzet socials - Social ondersteuning op Twitter
	Website upgrade 1 lancering	- Nieuwe website structuur, pagina's -teksten en fotografie - Toepassing nieuw branddesign
Augustus	TopDutch zonnebrillen	- 5.000 stuks in nieuw branddesign
	Reorganisatie team	- I.v.m. opzegging [redacted] en [redacted] reorganisatie team t.b.v. voortzetting project
September	Wereldhavendagen Rotterdam: Ecolution & promo-materiaal	- Promo-team met zonnebrillen, vlag, beach flags, inhoudelijk. materiaal
	Elsevier advertentie	- Opmaak Elsevier advertentie
	Open Days Brussel	- Inzet TopDutch branding
Oktober - November	Promo-actie werkfestival	- Promotie-actie op werkfestival met vrachtauto
	Website upgrade 2 en voorbereiding upgrade 3	- Website upgrade; gereed voor chemie-campagne

		- Ontwikkeling klikmodel t.b.v. upgrade 3 (website-platform)
	Afronden positionering	- Positionering aanscherpen o.b.v. opgedane inzichten en finale presentatie
	Communicatieconcept	- Communicatieconcept rationale - Concept film - Beeldconcept - Aanscherpen communicatie-strategie
	Campagne-ontwikkeling	- Ontwikkelen campagne concepten - Campagne concept ideeën - Inrichten marketingfunnel - Aanscherpen campagnestrategie
	Branddesign	- Door-ontwikkeling branddesign o.b.v. communicatieconcept
	Tech infra	- Aanschaf technologische infrastructuur ondersteunend aan communicatie- en campagnestrategie o Social Studio (social listening & beheer) o Pardot (B2B Marketing Automation) o Sales cloud (CRM) o Google Data Studio (reporting)
December	Campagne chemie – deel 1	- Content-ontwikkeling: drie key stories - Campagne-ontwikkeling – deel 1: Linkedin Lead Generation Ads - Inrichten Pardot, Social Studio, Newsletter
Doorlopend	Samenwerking regionale partijen	- NOM t.b.v. lead generatie, inhoudelijk promotie-materiaal, presentaties en andere communicatie - Aansluiting en samenwerking Top Dutch Talent; lid van projectgroep
	Oriënterende gesprekken samenwerking	- Smrt.Bio en Careerup t.b.v. Talent - GasUnie t.b.v. Olympische Spelen 2020 en waterstof economie - Exportclubs Noord t.b.v internationalisering - InnovatieCluster Drachten t.b.v. ontwikkeling Tech/HTSM propositie - Top Dutch Solar Racing team t.b.v. branding en mogelijke crowdsponsor-actie
	Samenwerking met studenten	- SIM Community t.b.v. onderzoeksprojecten - Hanze honours college studenten t.b.v. graduate internships (twee studenten starten per februari)

RESULTATEN.

Opbrengsten TopDutch Tesla campagnes

	Hi Tesla (2017)	Are You TopDutch? (2017)	Electrify (2018)
Algemeen			
Eye-balls	2.802.243	1.346.462	1.678.080
Unieke website bezoekers	10.640	9.858	9.690
Mediawaarde	600k – 800k	200 – 250k	
Social targeting			
Linkedin	4.369 sessies 4.401 unieke gebruikers 75 unieke Tesla VP's		41.504 vertoningen 493 unieke gebruikers
Twitter	1.558 vertoningen 32 unieke Tesla VP's		452.695 vertoningen 1.486 unieke gebruikers
Instagram		58.076 vertoningen 542 unieke gebruikers	122.292 vertoningen 564 unieke gebruikers
Facebook		85.266 vertoningen 2.329 unieke gebruikers 146 directe aanmeldingen	140.748 vertoningen 8.370 unieke gebruikers
Youtube interacties	15.900 vertoningen	7.747 vertoningen	12.322 vertoningen
Overig:		3.341 aanmeldingen	181 x gebeld 28 ingesproken voicemails 34 ingevulde formulieren

Beurs Philadelphia: social ondersteuning op twitter (in 3 dagen)

Algemeen	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
Social targeting	
Twitter	- 479 link-clicks - 266 likes - 150 retweets - 83 nieuwe volgers

Volgers social media kanalen december 2018

	Volgers	Likes
Facebook	622	602
Twitter	3.405	2.147
Linkedin	281	-
Instagram	561	-

LEAD GENERATIE.

In overleg met de NOM en in afstemming met het kernteam worden er vanuit TopDutch geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

FINANCIËN.

Datum: 18 december 2018

Totaal TopDutch budget: 1.200.000,00

Kosten uitgevoerde werkzaamheden: 591.254,14

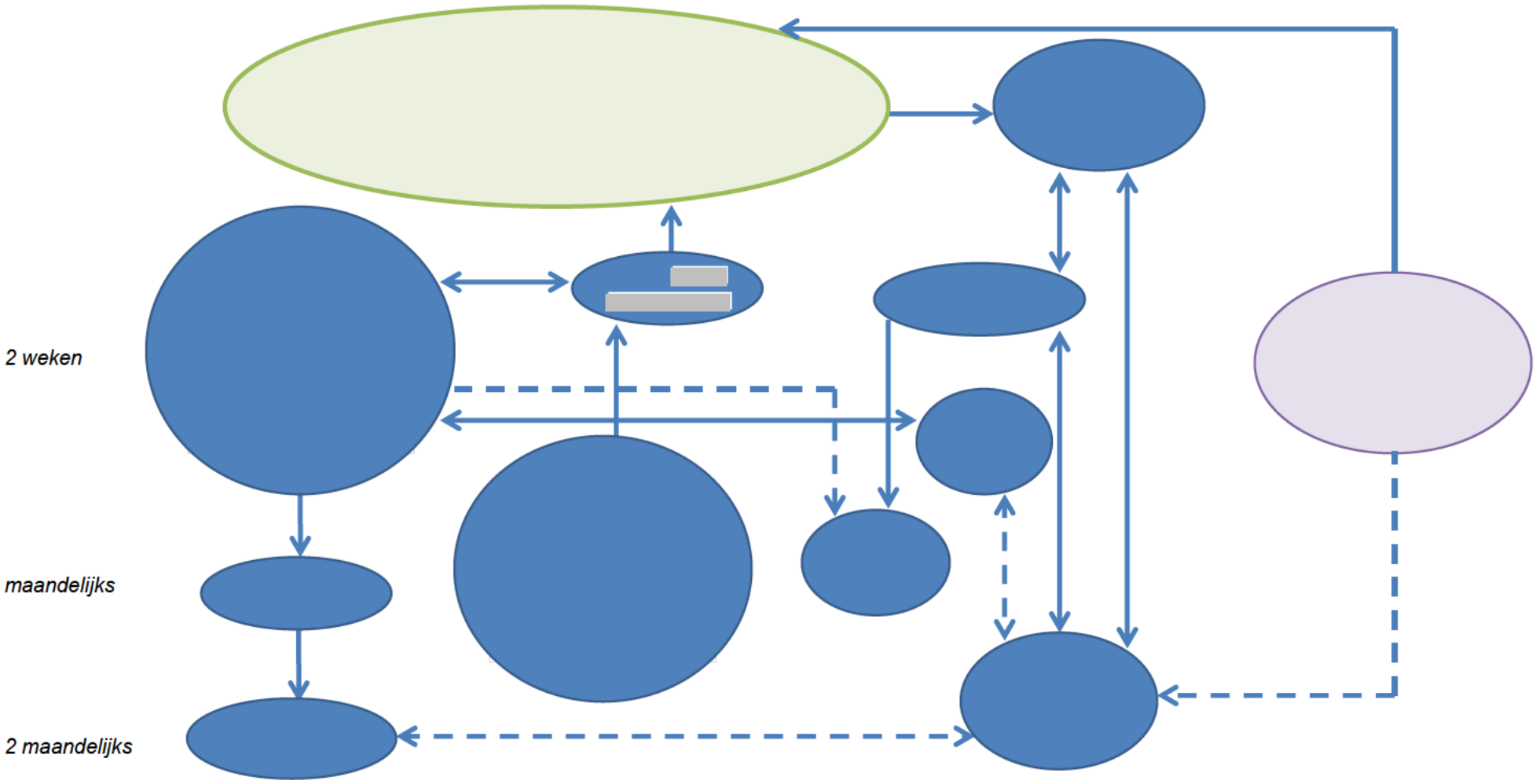
Resterend budget: 608.745,86

	Prijsopgave aanbesteding	Nieuwe budgetverdeling per december 2018	Gefactureerd
Basis	€ 160.000,-	€ 285.000,-	€ 221.137,50
Key Campagnes	€ 465.000,-	€ 487.500,-	€ 137.890,00
Endorsements	€ 150.000,-	€ 80.000,-	€ 30.620,79
We Are Top Dutch	€ 65.000,-	€ 55.000,-	€ 16.772,52
Dedicated team	€ 360.000,-	€ 292.500,-	€ 184.833,33
Totaal	**€ 1.200.000**	**€ 1.200.000,00**	**€ 591.254,14**

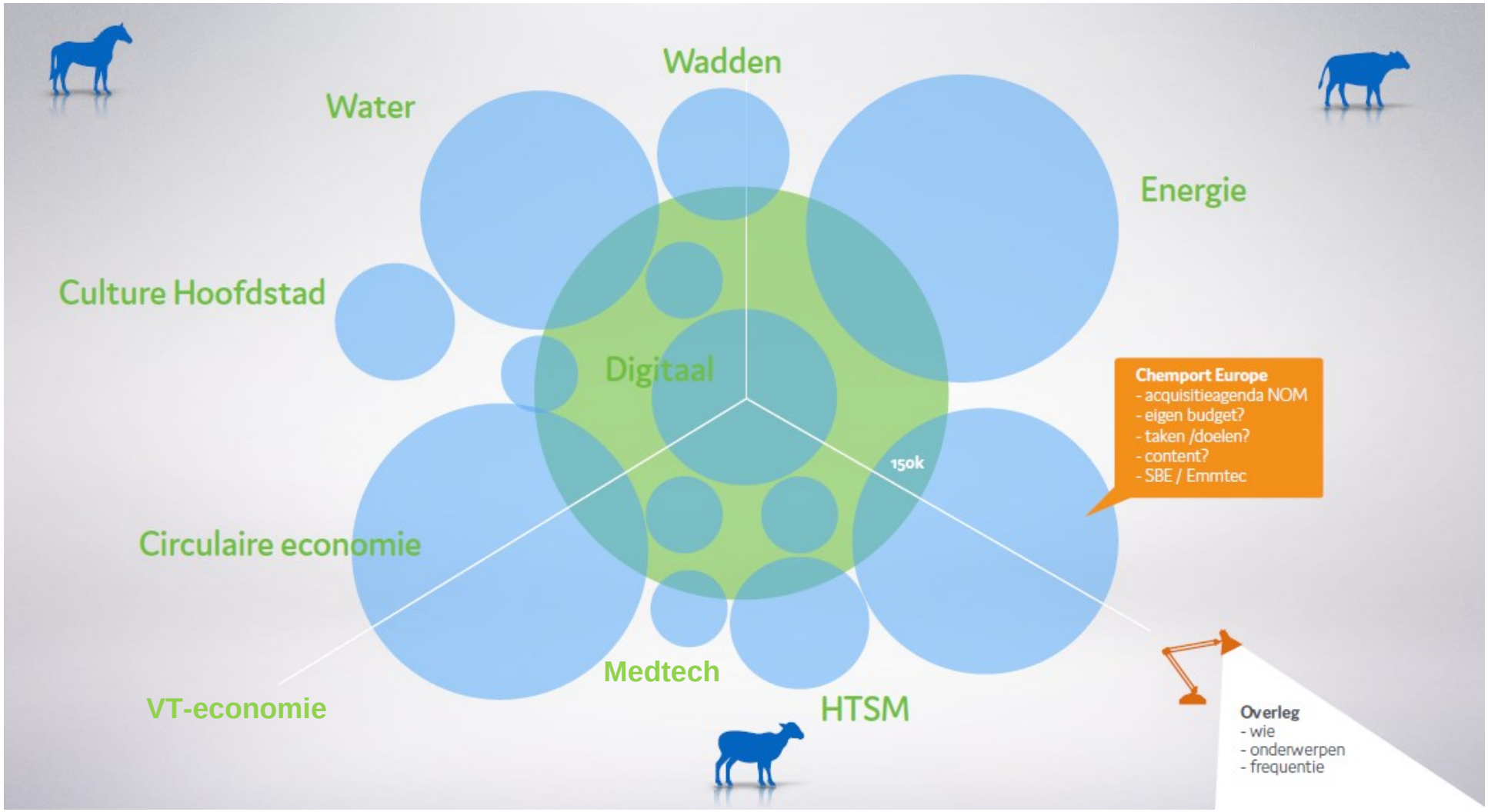
Let op! Dit overzicht is inclusief de Electrify campagne, niet opgenomen in de oorspronkelijke aanbesteding.

Date : 3-10-2017 16:55:37
From : "
To : "b.d.huneman@provinciegroningen.nl" @provinciegroningen.nl, " (fryslan.frl)"
fryslan.frl, " provinciegroningen.nl" provinciegroningen.nl
Subject : Strategie.docx
Attachment : Strategie.docx;

Hier een aanzet tot organogram en de strategie van Initio ter bespreking voor morgen


2 weken
maandelijks
2 maandelijks

Strategie: Vergroening en digitalisering



Date : 2-11-2017 11:00:42
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted]@provinciegroningen.nl, "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] nom.nl" [redacted] nom.nl
Subject : Stukken Top Dutch
Attachment : annotatie bij agendapunt TopDutch.docx;Opdrachtverlening TopDutch definitief concept 1-11.docx;image003.jpg;image004.jpg;

Beste mensen,

Hierbij de stukken zoals gisteren besproken.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Projectmanager
058 [redacted]
06 [redacted]
[redacted] fryslan.frl

provinsje fryslân
provincie fryslân
Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.nl

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 1 november 2017 22:18
Aan: [redacted]
Onderwerp: Stukken TopDutch
Urgentie: Hoog

Hoi [redacted]

Hierbij.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Projectmanager
058 [redacted]
06 [redacted]
[redacted] fryslan.frl

provinsje fryslân
provincie fryslân
Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.nl

<< Disclaimer >>

Aan dit bericht kunnen geen rechten worden ontleend.
Provincie Fryslân

Oan dit berjocht kinne gjin rjochten ûntliend wurde.
Provinsje Fryslân

Memo

Aan	:	**Ged. De Rouwe, Brouns, Brink**
Van	:	[redacted] / [redacted]
C.c.	:	[redacted] **E. Bos**
Toestelnr.	:	**058-**[redacted]
Datum	:	**1-11-2017**
Betreft	:	**Annotatie bij opdrachtverlening Top Dutch Campagne.**

Geachte gedeputeerden,

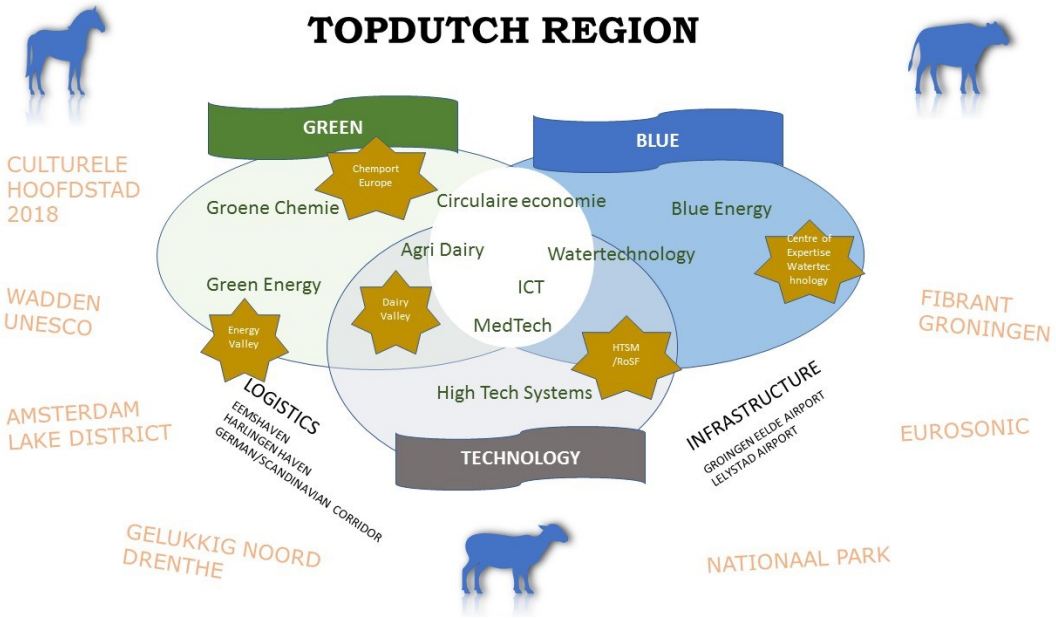
Hierbij de annotatie voor het agendapunt TopDutch t.b.v. het gedeputeerden overleg NNL op vrijdag 3 november.

Onderwerp:
De opdrachtverlening aan Initio/Tres/Palmers voor de ontwikkeling van de TopDutch campagne.

Aandachtpunten opdracht:
Strategie : van campagne naar merk
Aanpak : Acquisitiecampagne; Endorsement; Massacommunicatie NNL
Doelstellingen : NNL beter in beeld bij NFIA, TopDutch is meetbaar bekend internationaal Merk
Resultaten : In de 2 jarige campagne de verwerving van een aantal internationale ondernemingen bij voorkeur evenredig verdeeld over de 3 provincies (streven, niet afdwingbaar).
2000 nieuwe arbeidsplaatsen binnen vijf jaar na campagnestart.

Economische Basispropositie NNL is vertrekpunt voor opdrachtnemer:

De TopDutch Regio is een vitale groene en blauwe economie, technologisch hoogwaardig met een centrale logistieke ligging in Noord Europa en uitstekend ontsloten via weg, zee en vliegvelden. De TopDutch Regio biedt een aansprekende leefomgeving met aantrekkelijke steden, natuur en cultuur.



Uitwerking propositie via 3 lijnen (groene en blauwe economie, hoogwaardige technologie)

Groene economie	***Blauwe economie***	***Technologie***
Groene Chemie (Chemport)	Water(technologie) (Wetsus/WA)	HTSM (ICD/ROSMF)
Groene Energie (Energy valley)	Blue Energy	ICT
Circulaire Economie	Circulaire Economie	Agri/Dairy (Dairy Valley)
		Medical Technology

Keuze voor thema's op basis van diverse criteria en wellicht nog verder beperken "Less is More"

Economische propositie uitwerken met "drager": <u>infrastructuur, logistieke hubs en leefomgeving.</u>

Onderscheid maken tussen **profilering** (opdrachtnemer Initio/Tres/Palmers) en **acquisitie** (NOM, Provincies en Gemeenten)

Mijlpalen
Jaar 1:

- Economische propositie Top Dutch vorm geven
- Customer owner ship (breinpositie/onder aandacht bij NFIA)
- Van campagne naar sterk merk (marketing en promotie TopDutch propositie)
- Acquisitiecampagne op groene en blauwe economie (te beginnen met groene chemie/Chemport)

Jaar 2:

- Acquisitiecampagne op technologie (te beginnen met Agri-Dairy/Dairy Valley)

Aansturing en beheersing
Geen institutionalisering, wel <u>besturing en beheersing</u>.

Opdrachtnemer krijgt kader (economische propositie, thema's, noordelijke acquisitieprofielen, doelen en mijlpalen) mee en heeft daarbinnen de ruimte om strategie, eigen aanpak en middelen te ontwikkelen. Frequente afstemming opdrachtnemer met kernteam opdrachtgever, kernteam opdrachtgever accordeert activiteitenplanning en kostenramingen en facturen o.b.v. bevoorschotting. Essentiele voorstellen gaan langs de EZ hoofden en urgente zaken worden direct kortgesloten met EZ gedeputeerden.

<u>Spelregels leads voor vestigingsproces:</u>
Leads die ontstaan als gevolg van de campagne worden besproken in het kernteam.
De NOM ontwikkelt een acquisitiestrategie ("targeting") begeleidt de daaruit voortvloeiende leads en het daaropvolgende vestigingsproces. De NOM opereert naar provincies en gemeenten <u>volledig transparant</u>.

In het vestigingsproces met provincies en gemeenten gelden de volgende uitgangspunten:

1. De voorkeur/behoefte van een onderneming voor een specifieke locatie, gemeente of provincie is altijd leidend.
2. Bij de adviesvorming als gevolg van een verzoek voor een vestigingsadvies (Request For Proposal) zullen de Noordelijke acquisitieprofielen in acht worden genomen.
3. De beschikbaarheid van geschikte vestigings- of ontwikkellocaties binnen het Noordelijke acquisitieprofiel (NNL regio) is hierbij randvoorwaardelijk.

Opdrachtverlening ter besluitvorming en daarna in afzonderlijke colleges GS (m.u.v. Drenthe)

- Besluit om € 1,2 mio vanuit terugploegkorting NOM te reserveren voor de TopDutch opdracht
- Besluit Groningen penvoerder
- Besluit 1e voorschot van € 300.000 als voorfinanciering beschikbaar te stellen aan opdrachtnemer op voorwaarde van een meer gedetailleerde activiteitenplanning inclusief onderbouwde kostenraming (ingediende offerte is te globaal). Verdere bevoorschotting a.d.h.v. van voortgangsrapportages.

De acquisitiewerkgroep krijgt daarbij de opdracht om voor 1 januari 2018 de Noordelijke acquisitieprofielen te ontwikkelen voor groene en blauwe economie (jaar 1 planning) als onderdeel en uitgangspunt voor de opdrachtverlening. De Noordelijke acquisitieprofielen voor de technologie (jaar 2 planning) kunnen in 2018 worden ontwikkeld.

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het samenwerkingsverband Initio DBK uit Groningen (aanspreekpunt en opdrachtnemer), Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drenthe heeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit samenwerkingsverband worden gegund. Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing
- Wat zijn de afspraken en wat is de werkwijze op het moment dat de campagne leidt tot geïnteresseerde ondernemingen (leads)

Strategie

- Van campagne naar internationaal merk
- Bindend element in de internationale profilering en acquisitie van NNL naar internationale bedrijven
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL

Doelstellingen & Resultaten

- Bedrijven aan TopDutch laten denken voordat ze vestigingsplannen hebben
- Bedrijven om TopDutch laten vragen als ze contact hebben met NFIA
- TopDutch als vestigingsregio beter in beeld bij NFIA en actief gepromoot door NFIA
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL
- Het binnen 2 jaar verwerven van een aantal grote internationale ondernemingen naar Noord-Nederland. Niet afdwingbaar maar wel het streven is een evenredige verdeling van “landingen” over de drie Noordelijke provincies.
- Binnen vijf jaar na de campagnestart zijn hierdoor 2000 nieuwe arbeidsplaatsen gecreëerd
- Noord Nederland is met TopDutch een internationaal bekend merk geworden (nul- en doelmeting)

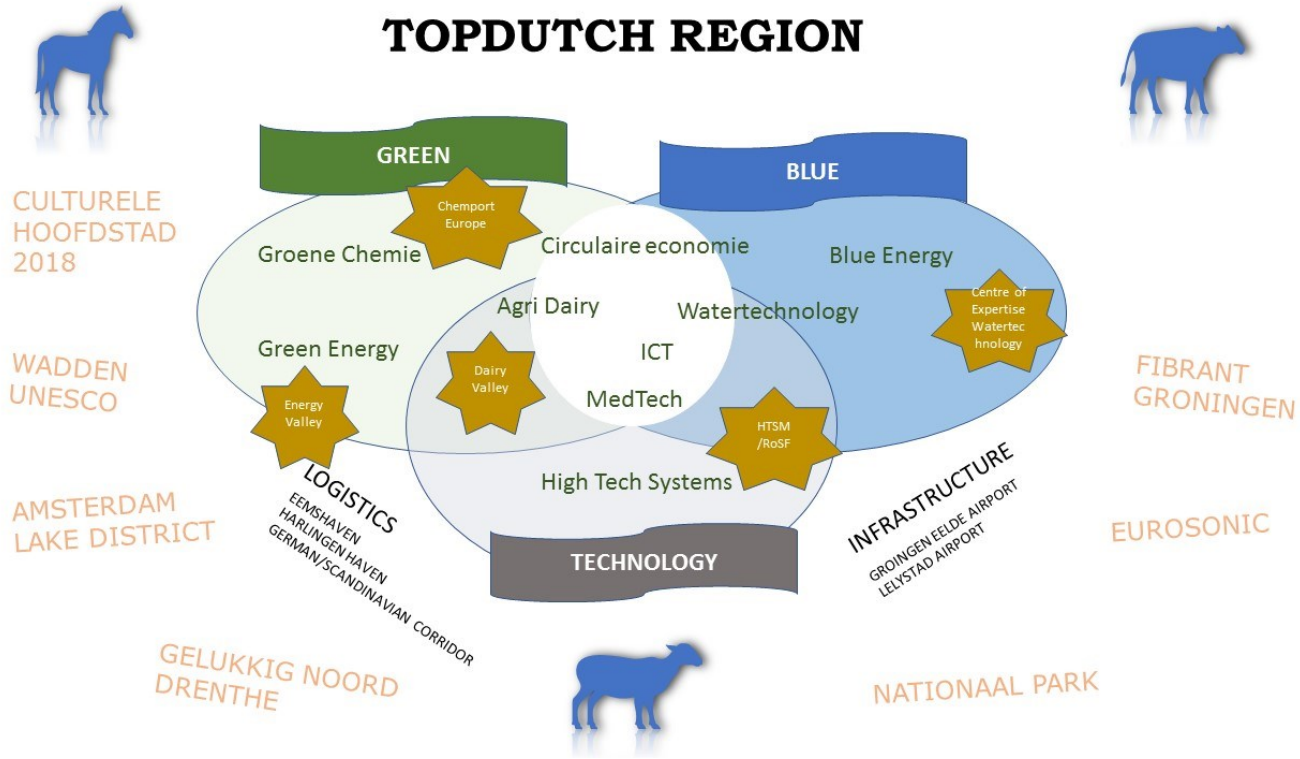
Economische propositie TopDutch

In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland. De strategie hiervoor is eerder genoemd en is drieledig:

- TopDutch Merk (bindend element voor NNL)
- TopDutch (Endorsement)
- TopDutch Acquisitiecampagne

De TopDutch campagne gaat uit van de volgende economische basispropositie:

De TopDutch Regio is een vitale groene en blauwe economie, technologisch hoogwaardig met een centrale logistieke ligging in Noord Europa en uitstekend ontsloten via weg, zee en vliegvelden.
De TopDutch Regio biedt een aansprekende leefomgeving met aantrekkelijke steden, natuur en cultuur.



In bovenstaande afbeelding is de propositie gevisualiseerd. De opdrachtnemer krijgt de opdracht en de ruimte om deze propositie aan te scherpen en invulling geven voor de uiteindelijke marketing en profilering middels de TopDutch campagne.

Het groene propositieonderdeel zal worden geladen op basis van de thema's:

- Groene Chemie
- Groene Energie
- Circulaire Economie

Het blauwe propositieonderdeel zal worden geladen op basis van de thema's:

- Water(technologie)
- Blue Energy
- Circulaire Economie

Het technologische propositieonderdeel zal worden geladen op basis van de thema's:

- HTSM
- ICT
- Agri Dairy
- Medical Technology/Life Sciences

In de campagneaanpak wordt voorts onderscheid gemaakt tussen **profilering** en **acquisitie.**
Op bovenstaande thema's zal een acquisitiestrategie en -campagne worden ontwikkeld.
Een campagne kan meerdere thema's bevatten en grote kansen buiten deze thema's (specials) worden uiteraard meegenomen. De thema's moeten worden uitgewerkt in Noordelijke acquisitieprofielen, die mede als input dienen voor de acquisitie-uitvoering van TopDutch door de NOM en de opdrachtverstrekking aan Initio/Tres/Palmers.

De centrale ligging, logistieke infrastructuur en distributiemogelijkheden maken onderdeel uit van de economische propositie en zal in de profilering zeker een prominente invulling krijgen. Er zal echter geen acquisitiecampagne op specifieke logistieke bedrijvigheid worden ontwikkeld.

Dit geldt in principe ook voor de leefomgeving. Profilering van de TopDutch als aantrekkelijke leefomgeving met steden, natuur en cultuur door Culturele Hoofdstad, Eurosonic, Groningen, Wadden, Nationale Parken is een onmisbaar onderdeel van de economische propositie en de campagne. Er zal echter niet worden geacquireerd op het aantrekken van internationale bedrijvigheid in bijvoorbeeld de toerisme en recreatiesector of de vrijetijdseconomie.

Deze thema's zijn gekozen op basis van een aantal criteria, namelijk de omvang en economische betekenis van de betreffende doelgroep, de ontwikkelfase waarin een doelgroep of cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in de betreffende doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit is een goede onderbouwing verkregen van de échte marktkansen per doelgroep en een prioritering hiervan.

Bovenal geldt bij de keuze van profilering: "Less is More".

Het voorstel is om het eerste jaar van de campagne te richten op de onderwerpen die al uitgewerkt zijn en waarvoor op korte termijn Noordelijke acquisitieprofielen kunnen worden beschreven. Voor het eerste jaar gaat het om de profilering en acquisitie van de thema's in de groene en blauwe propositieonderdelen:

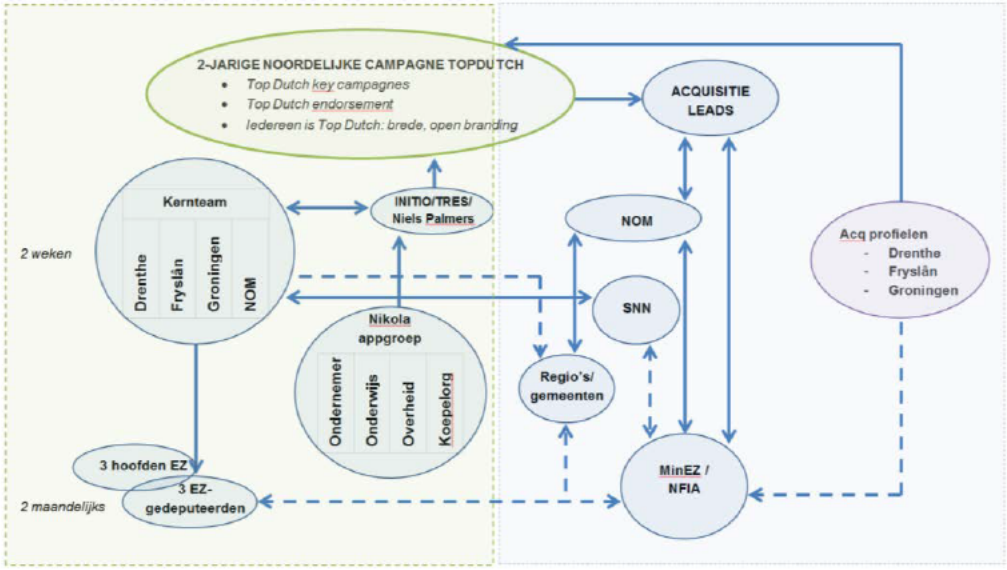
- Groene Chemie
- Groene Energie
- Circulaire Economie
- Water(technologie)
- Blue Energy

Voor het tweede jaar zullen de overige thema's uit het technologische propositieonderdeel aan bod komen:

- HTSM
- ICT
- Agri Dairy
- Medical Technology/Life Sciences

Organisatie en speelveld

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom Topdutch en het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden. In het linkerdeel staat de organisatiestructuur rondom Topdutch weergegeven en in het rechterdeel de structuur ten aanzien van leads/acquisitie gekoppeld aan Topdutch.



Het kernteam is als ambtelijk opdrachtgever belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Huneman (Groningen), en [redacted] (NOM). Provincie Groningen is penvoerder van het project. Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Opdrachtnemer is het samenwerkingsverband Initio, [redacted] Internet en [redacted] Initio; [redacted] en [redacted] zijn aanspreekpunt voor het kernteam en nemen deel aan het kernteamoverleg.

Wij stellen de aansturing van het project als volgt voor: alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën, planning en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Deze leden vormen de opdrachtgeversgroep die ook alle facturen en de rapportages accordeert.

De deelnemers van het kernteam zijn de verbindingsmensen richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het actorenschema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd.

Leads die ontstaan als gevolg van de campagne worden besproken in het kernteam.
De NOM ontwikkelt een acquisitiestrategie ("targeting") begeleidt de daaruit voortvloeiende leads en het daaropvolgende vestigingsproces. De NOM opereert naar provincies en gemeenten volledig transparant.

In het vestigingsproces met provincies en gemeenten gelden de volgende uitgangspunten:

1. De voorkeur/behoefte van een onderneming voor een specifieke locatie, gemeente of provincie is altijd leidend.
2. Bij de adviesvorming als gevolg van een verzoek voor een vestigingsadvies (Request For Proposal) zullen de Noordelijke acquisitieprofielen in acht worden genomen.
3. De beschikbaarheid van geschikte vestigings- of ontwikkellocaties binnen het Noordelijke acquisitieprofiel (NNL regio) is hierbij randvoorwaardelijk.

Mijlpalen

Jaar 1
Top Dutch als economische propositie vorm geven binnen Nederland als regio
Top Dutch is geen regio. Top Dutch is waar we binnen Nederland, en de wereld echt heel goed in zijn en trots op zijn. In een open wereldeconomie is je ligging nauwelijks nog relevant: je moet uitleggen waar je goed en aantrekkelijk in bent. En dat zijn niet alleen onze logistieke infrastructuur en ons talent: het is ook onze leefomgeving; onze cultuur, onze natuur, onze steden en onze sport.

Jaar 1
Het Customer Ownership model
De wereld verandert snel, waarbij bedrijven zoeken welke regio's welke vestigingsvoordelen hebben. Dit betekent dat je als regio je actief moet positioneren: een potentiële klant zoekt en je wil gevonden worden. Het Customer Ownership model begint bij het bouwen van een breinpositie van zowel onbekende als 'target' bedrijven. Je wil dat ze Top Dutch gaan associëren met de kerncompetenties van je regio. Dit wil je zowel actief als passief: je wil bij de juiste branches bekend staan, en je wil gevonden worden als men zelf gaat zoeken. Top Dutch wil die breinpositie veroveren, zodat bedrijven zelf contact zoeken, of dat actief contact zoeken makkelijker wordt omdat ze je al kennen, en al een positief beeld hebben gevormd. Onder de aandacht bij de NFIA met argumenten en tools is hierbij prioriteit.

Jaar 1
Merkstrategie Top Dutch. Van campagne naar sterk merk
De primaire associatie van Top Dutch staat momenteel synoniem met de ambitie om Tesla naar de regio te halen. Maar Top Dutch is tegelijkertijd ook: groter durven denken en trots zijn op waar je goed in bent. Vanuit deze kracht pakken we ook de bredere acquisitiecampagne op, immers dat wat voor Tesla belangrijk is, is ook voor andere bedrijven relevant. Het verhaal is niet anders, maar meer toegespitst op de te acquireren bedrijven of sectoren. Het merk vervult in deze de verbindende factor.

Jaar 1
Campagne op propositieonderdelen Groen en Blauw
Top Dutch stipte deze thema's al aan met de Tesla campagnes: bekijk de wereld door een groene bril, en elektrificeer onze mobiliteit, onze huizen en onze energie-industrie met technologie. Top Dutch wordt nog meer het uithangbord van onze voorsprong op het gebied van groen en water. Top Dutch is ook een self-fulfilling prophecy: door te zeggen dat je vergroent in een omgeving waar voldoende en veilig water dagelijkse business is.

Jaar 2
Campagne op propositieonderdeel Technologie
Nog uit te werken

De aanpak vanuit de drie lagen van het Top Dutch merk

1. Top Dutch key campagnes
Twee- tot driemaal per jaar worden gerichte campagnes ingezet om specifieke bedrijven actief te benaderen, vergelijkbaar met hoe de Tesla campagnes werden gedraaid. Doel is om díe breinpositie te verkrijgen bij internationale ondernemingen, nog voordat ze zich melden bij bijvoorbeeld de NFIA, en bekend te laten zijn met de sterke punten van de drie provincies. We willen bereiken dat de potentiële internationale vestiger de Top Dutch regio als vestigingsplaats op de shortlist zet. Idealiter neemt de potentiële vestiger zelf rechtstreeks contact op met bijvoorbeeld de NOM.

2. Top Dutch endorsement
Tijdens de Tesla-campagnes kwam regelmatig de vraag voorbij of bestaande bedrijven, evenementen en infrastructuren actief ondersteund konden worden met Top Dutch. Deze partijen zijn fantastische ambassadeurs voor het merk, hun projecten zijn vaak icoonprojecten waarin we onze voorsprong en onze ambitie op de belangrijke thema's kunnen tonen. We laten deze partijen vertellen wat er zo gaaf is aan onze regio! Denk aan ondersteuning op events, denk aan het branden van *Leeuwarden Culturele Hoofdstad = Top Dutch*, denk aan *TT Assen = Top Dutch Track*, denk aan Top Dutch reclame op Schiphol. Denk aan *Top Dutch Airport*, denk aan *Top Dutch Waddensea*, Top Dutch ambassades, borrels en events.

3. Iedereen is Top Dutch: brede, open branding
Top Dutch heeft iets bijzonders losgemaakt in onze regio. Inwoners, bedrijven, evenementen en vele stakeholders hebben gevraagd of ze ook Top Dutch mogen zijn. Hoe mooi is het dat deze ambassadeurs voor de regio zo enthousiast zijn en zo graag de regio willen helpen promoten. Hier spelen we graag op in: Top Dutch wordt van iedereen. Iedereen mag het label Top Dutch gebruiken. Graag zelfs. Daarom doen we iets bijzonders: we maken Top Dutch open: we maken een logo, een huisstijl, een content bank, een toolkit en een stijlgids. Ook komen we met een webshop waarop iedereen Top Dutch spulletjes kan bestellen: brillen, stickers, shirts, noem maar op. De inkomsten van de webshop worden ingezet voor give-aways om charmante campagnes een duwtje in de rug te geven, en zo kan iedereen in de regio, maar ook internationaal en online onze trots, en waar we voor staan, uitdragen. Vergelijk deze open, brede branding-laag met *I Am Top Dutch* met *I Amsterdam* en *I Love New York*. We ondersteunen dit met een permanente online campagne.

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies. Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor de Topdutch campagne.
- Besluit om de opdrachtnemer een 1e voorschot van € 300.000,- te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Voorwaarde is het overleggen van een bijbehorende activiteitenplanning inclusief onderbouwde kostenraming (de ingediende offerte is hiervoor te globaal). Verdere bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

provinsje fryslân
provincie fryslân

provinsje fryslân
provincie fryslân

Date : 21-6-2018 8:54:43
From : "
To : " **@drenthe.nl**
Cc : "Erik Bos" **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : Stukken TopDutch poho Economie
Attachment : Memo POHO Economie Update TopDutch 200618 eh.docx;TopDutch notulen 30 mei.pdf;Top Dutch presentatie gedeputeerdenoverleg 25 mei.pdf;We Are TopDutch totaal_teksten.docx;TopDutch Industries eh.docx;Campagne Vergroening Chemie.pdf;TopDutch vergroening Chemie_Ben in 60sec.pdf;image001.jpg;

Hoi ,

Hierbij een memo over TopDutch incl bijlagen.
Zou je de stukken alleen aan Henk willen sturen en niet verder verspreiden.

Met vriendelijke groet,

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t | @ drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Memo POHO Economie	provincie Drenthe
Gedeputeerde	Henk Brink
Afschrift	Erik Bos, [redacted]
Datum	19-6-2018
Poho datum	19-6-2018
Opsteller	[redacted]
Afgestemd met	Erik Bos
Onderwerp	Top Dutch update
Doel memo	☒Ter discussie ☒Ter informatie ☐Ter besluitvorming
Bijlage	ja
Naar GS	nee

Inleiding
Om de twee weken is er overleg van het kernteam over Top Dutch. Momenteel wordt gewerkt aan het ombouwen van de algemene website www.topdutch.com, waarbij de focus wordt verbreed van Tesla naar de speerpunten van Noord-Nederland. Daarnaast wordt gewerkt aan de campagne groene chemie, die voor het zomerreces online moet gaan. Woensdag 20 juni is het volgende overleg en ligt er een aantal stukken voor. In deze memo zet ik kort de bevindingen voor je op een rij over de volgende stukken:

- Notulen kerngroepoverleg 30 mei, incl presentatie aan EZ-gedeputeerden
- We Are TopDutch teksten voor op de website, deel: About TopDutch.
- Campagne Vergroening Chemie / TopDutch vergroening Chemie_Ben in 60 sec

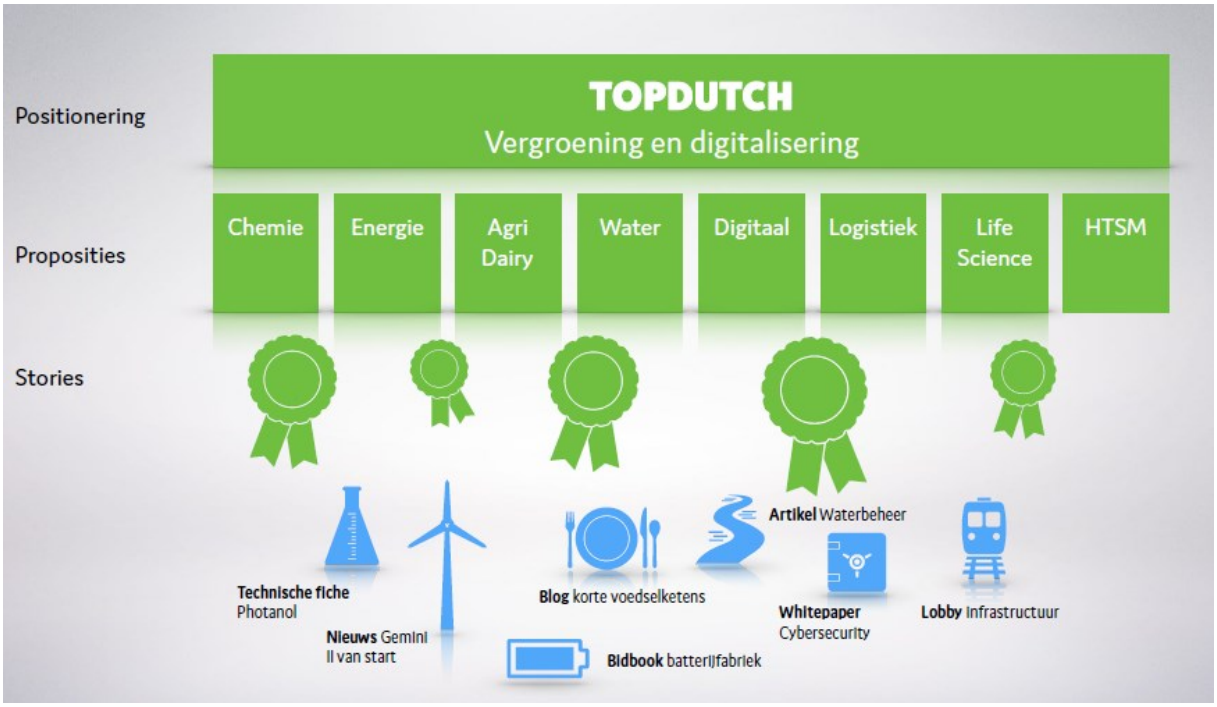
Notulen 30 mei
In de notulen staan o.a. de besluitpunten uit het EZ-gedeputeerden overleg van 25 mei opgenomen:

- Per kwartaal overleg met gedeputeerden
- Vaste agenda-punten
- Afspraak communicatie gedeputeerden onderling goed organiseren, direct of via lijn bestuursadviseurs
- Update 'nieuwsbrief' (wanneer nodig) naar bestuursadviseurs + gedeputeerden, eventueel verder intern/extern verspreiden
- Kernteam mandaat: branddesign, endorsements <15k en gerelateerd aan 8 thema's, inzet studenten-ondersteuning
- Electrify wel in begroting
- Gedeputeerden inhoudelijke sturing TopDutch: profilering, thema's campagnes, ondersteuning inhoud thema's verkrijgen
- Endorsement projecten >15k of niet gerelateerd aan 8 thema's
- Gebruik TopDutch naam en identiteit door derde partijen
- 11 juni geen barbecue (ivm afgesproken kwartaaloverleg)
- Op podium bij succes, niet bij lancering
- Wanneer politiek gevoelig in overleg met Gedeputeerden

Advies: instemmen met besluitpunten onder voorwaarde dat:

- Er een heldere communicatiestrategie van tevoren wordt opgesteld
- Electrify niet ten koste gaat van de middelen voor de campagnes

We Are TopDutch teksten voor op de website
Er zijn nieuwe teksten gemaakt die op de website www.topdutch.com worden geplaatst. Deze teksten beschrijven de propositie van de TopDutch regio en gaan in op wat TopDutch onderscheidt en waarom bedrijven/talent zich in onze regio moeten gaan vestigen. De TopDutch regio wil de meest aantrekkelijke vestigingsplaats zijn voor díe ondernemingen en díe talenten die voorop willen lopen in vergroening en digitalisering van onze speerpuntsectoren (zie ook schema hieronder). Per sector is er een omschrijving gemaakt.



Advies: instemmen met teksten, met daarbij enkele aantekeningen (zie bijlage 2).

Update campagne vergroening chemie:

- Ben Feringa heeft ja gezegd op de productie van een TopDutch campagne-film; we maken nu een afspraak om de inhoud en filmdag af te stemmen
- Lancering social media campagne gedurende de belangrijkste internationale beurs op het gebied van biobased/chemie in Philadelphia 16-19 juli[1].
- Er komen 4 verdiepende artikelen op social media kanalen met verschillende typen aantrekkelijke posts, onderwerpen: Zernike Advanced Processing Facility, Biobased BTX, Innofil3D, Cumapol.

Advies**:** duidelijkheid krijgen hoe deze campagne zich verhoudt tot het targetten van de bedrijven die vanuit Chemport als targetbedrijven zijn geïdentificeerd. Zo lijkt het een algemene groene chemie campagne. Hoe zit het met de targetlanden USA en Duitsland? Voor een verdiepend artikel is Attero ook een interessante, met focus op het oplossen van het wereldwijde probleem rondom de plastic soep.

Vervolgstappen (aanpak/uitvoering)

- 20 juni gaat de website online (soft-launch, nog geen ruchtbaarheid).
- 16-19 juni campagne ‘There is chemistry between us’, gekoppeld aan de BIO World Congress in Philadelphia.

[1] The BIO World Congress on Industrial Biotechnology provides a unique forum for business executives, government officials, academic researchers and industry leaders to share the latest advances in renewable chemicals, synthetic biology, enzymes, food ingredients, biofuels, algae and more.

TopDutch. Dit Gaan We Doen.

Notulen

Terugblik:

- Gedeputeerdenoverleg
  - Per kwartaal overleg met gedeputeerden
  - Vaste agenda-punten
  - Afspraak communicatie gedeputeerden onderling goed organiseren, direct of via lijn bestuursadviseurs
  - Update 'nieuwsbrief' (wanneer nodig) naar bestuursadviseurs + gedeputeerden, eventueel verder intern/extern verspreiden
  - Kernteam mandaat: branddesign, endorsements <15k en gerelateerd aan 8 thema's, inzet studenten-ondersteuning
  - Electrify wel in begroting
  - Gedeputeerden inhoudelijke sturing TopDutch: profilering, thema's campagnes, ondersteuning inhoud thema's verkrijgen
  - Endorsement projecten >15k of niet gerelateerd aan 8 thema's
  - Gebruik TopDutch naam en identiteit door derde partijen
  - 11 juni geen barbecue (ivm afgesproken kwartaaloverleg)
  - Op podium bij succes, niet bij lancering
  - Wanneer politiek gevoelig in overleg met Gedeputeerden

- Voorstel campagne groene chemie
  Overkoepelend thema campagne vergroening chemie: 'There's Chemistry between us', start met activatie USA, daarna Duitsland, later Japan.
- Concept voor USA activatie: Chemical Superheroes
  - Captain Carbon en Hydrogen Heroin die samen vechten tegen Dr. Fossil
  - Karakters creëren + illustreren
  - Animatiefilmpjes maken + uitserveren op social media
  - Twitter-accounts interacteren met publiek en elkaar

  Reacties:
  - Leuk idee. Graag uitgewerkt voorstel/onderzoek haalbaarheid (financieel, kwaliteit en timing). Oftewel; totaalplaatje incl. begroting en helder wie waarop getarget worden.
  - Betreft de acquisitie-strategie, hoe verhoudt de campagne zich tot target-landen, waarom die? Wat willen we binnenhalen?
  - Behoefte: Informatie chemie campagne verspreiden onder kernteam.
- Concept voor Duitsland activatie:
  - TopDeutsch: LuckyTV love story tussen Angela Merckel en Mark Rutte, met 'Du' van Peter Muffay.

  Reacties:
  - Leuk idee! Graag uitwerken.
  - Past dit bij de Duitse humor?
- Opmerkingen betreft groene chemie:
  - EU aankondiging: Plastic troep opruimen, bio-degradable polymeren nodig
  - Nederland koploper op gebied van bio-based; achterland met groene grondstoffen en kennis, havens voor toevoer additionele grondstoffen
  - Noord-Nederland goed in groene C en groene H
  - CO_2 prijs gaat omhoog van 7,50 naar 150euro, implicaties bedrijven wereldwijd

- Overige opmerkingen:
  - Friesland neemt verantwoordelijkheid voor thema's agrifood(dairy) en water
  - Arbeidsmarkt groot probleem voor (kleine) MKB

    - Strategisch vraagstuk: positie TopDutch t.o.v. NFIA: rebel of in alignment?
    - Kans: Kleinere bedrijven kunnen rechtstreeks doorgezet worden door NFIA buitenkantoren naar de regio's.
    - Kans: TopDutch positioneren binnen start-up cultuur
    - Kans: samenwerking met VNO NL – sessie organiseren in Malietoren.
    - Kans: key influencers targeten (20 'Buck'- achtige partijen)
- Introductie thema's en voorstel naamgeving sectoren voor website: af te stemmen met NOM/NFIA
- Voorstel endorsement Solar Racing, Student Formula, Elfwegentoch: zie whatsapp groep.

Voortgang: niet behandeld

- *Financiën*
- *Website / Online strategie*
- *Acquisitie / offline strategie*
- *PR/IR strategie*
- *Rol TopDutch Open Days Brussel 2018*
- *Ecolution Volvo Ocean Race eindbestemming Den Haag*

WVTTK

INITIO™

TopDutch is Tesla ontgroeid.

Het is veel meer geworden dan alleen een campagne om de Gigafactory in Noord-Nederland te krijgen.

Het nieuwe TopDutch gaat andere en meerdere doelgroepen aanspreken.

Met een nieuwe positionering. [redacted].

TopDutch solutions for Global challenges.

TopDutch solutions for Global challenges.

Landbouw en delfstoffen: veen, gas, zout, zand en klei worden in een adem genoemd met onze regio. Noord-Nederland. Hieruit ontstonden de agrarische industrie, de energiesector en de chemiesector. Het gevecht met de zee maakte ons tot de wereldwijde waterspecialisten. De gezondheidszorg en Internet volgden. Sectoren die allen staan voor de kwaliteit van leven en voor de kwaliteit van onze regio.

Gezonde veilige voeding, schone energie, duurzame producten, een lang en gezond leven, schoon drink- en beheersbaar oppervlaktewater, veilig wonen en internet hebben een grote impact op ons fysieke en mentale welbevinden.

Interessant is ook dat deze sectoren allemaal te maken hebben met fundamentele schaarstevraagstukken en dat ze zich bevinden in een verstrekkende, wereldwijde transitie-fase. Deze transities zijn aanjagers van innovatie en bieden kansen voor bestaande en nieuwe te vormen en te vestigen bedrijven.

De TopDutch regio wil de meest aantrekkelijke vestigingsplaats zijn voor díe ondernemingen en díe talenten die voorop willen lopen in **vergroening en digitalisering** van deze sectoren.

Positionering

Proposities

Stories

TOPDUTCH

Vergroening en digitalisering

Chemie | Energie | Agri Dairy | Water | Digitaal | Logistiek | Life Science | HTSM



Totale begroting Top Dutch en stand van zaken

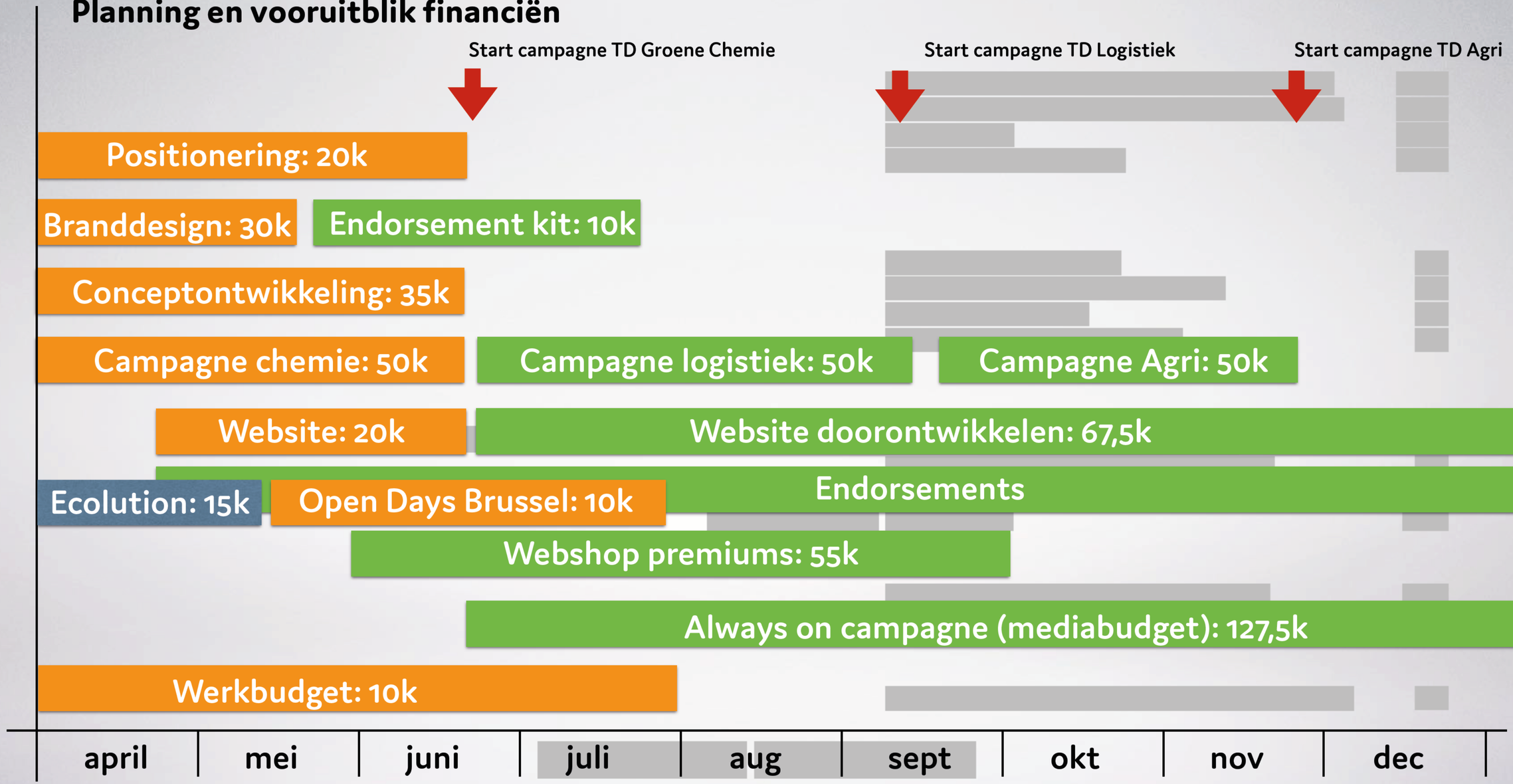
Zie bijgeleverd document



Terugblik financiën

Opgestarte projecten	Gebudgetteerd	Gefactureerd	Begroot
• **Positionering**	20k		25k
• **Branddesign**	30k	23k	35k
• **Ecolution**	15k	15k	15k
• **Coreteam** ( )	83,8k (t/m april)	83,8k (t/m april)	80k (t/m april)
• **Werkbudget**	10k	3,7k	10k
• **Merchandise**		8,5k	
• **Totaal**		**134k**	

Planning en vooruitblik financiën



Planning

20 juni gereed

- Website TopDutch met TopDutch algemene profilering en alle thema’s (claim)
- Start campagne Groene Chemie op basis van push
- Start campagne TopDutch profilering over alle doelgroepen op basis van aantrekken zoekverkeer

Inhoud thema's > Lawaai > Leads

Stap 1 **Inhoud thema's** propositie, visie, ecosysteem, USP's, etc.

Stap 2 **Lawaai** campagne-momenten verspreid over twee jaar

Stap 3 **Leads** opvolging leads vanuit TopDutch website door de NOM

Inhoud thema's	Propositie	Propositie-eigenaar
Groene chemie	Aanwezig	Aanwezig
Logistiek	In ontwikkeling	Aanwezig
Digitalisering	In ontwikkeling	Niet aanwezig
Agri/Dairy/Food	In ontwikkeling	Niet aanwezig
Water	In ontwikkeling of N/A	Niet aanwezig
Energie	Niet aanwezig	Niet aanwezig
Life sciences and Medtech	Niet aanwezig	Niet aanwezig
HTSM	Niet aanwezig	Niet aanwezig

Lawaai: vooruitblik groene chemie campagne

- Propositie en doelstellingen
- Target-landen en bedrijven
- Storyline
- Middelen
- Timing: livegang 20 juni

Besluitpunten

Werkafspraken

- Overleg per kwartaal met gedeputeerden
- Vaste agendapunten
  - Financiën: terugblik en vooruitblik
  - Voortgang inhoud thema’s
  - Campagnes: terugblik en vooruitblik
  - Opbrengsten en resultaten

Besluitpunten

- Communicatie
  - Gedeputeerden, bestuursadviseurs en kernteam verzorgen communicatie onderling, intern en extern
  - Updates ontwikkelingen TopDutch via interne en externe ‘nieuwsbrief’
- Mandaat kernteam
  - Besluitvorming basismiddelen: branddesign, endorsement-kit, concept en campagne ontwikkeling, website, webshop
  - Besluitvorming endornement-projecten <15k en gerelateerd aan regionale thema’s (8 thema’s)
  - Inzet studenten-ondersteuning
- Electrify wel/niet in begroting TD aanbesteding

Besluitpunten

- Rol gedeputeerden
  - Inhoudelijke sturing TopDutch: profilering, thema's en campagnes
  - Besluitvorming campagnes (op doelstellingen, inhoud en budget)
  - Besluitvorming endorsement-projecten >15k en/of niet gerelateerd aan regionale thema's (8 thema's)
  - Gebruik TopDutch naam en identiteit door derde partijen

Top Dutch the Brand

TOPDUTCH

TOPDUTCH.com

TOPDUTCH.com

TOPDUTCH.com

/

TOPDUTCH.com

/

TOPDUTCH.com

/

TOPDUTCH.com

/

TOPDUTCH.com

/

TOPDUTCH.com

/

TOPDUTCH.com

/

TOPDUTCH.com

/

VOLHOUDEN TOTDAT DE NANO CAR ECHT RIJDT

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga.

BEN FERINGA IS TOP DUTCH



TOPDUTCH.com
/TALENT

MET 93 KM PER UUR DE SNELSTE SCHAATSER OOIT

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesent ium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserun.

KJELD NUIS IS TOP DUTCH



TOPDUTCH.com
/TALENT

GEKOZEN TOT BESTE ZEILSTER TER WERELD

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga.

MARIT BOUWMEESTER IS TOP DUTCH



TOPDUTCH.com
/TALENT

WE ARE TOPDUTCH

WE ARE TOPDUTCH

WE ARE TOP DUTCH

#TOPDUTCH

♥ TOPDUTCH


WE ARE
TOP
DUTCH
TOPDUTCH.com


MÁXIMA
IS TOP
DUTCH
TOPDUTCH.com

TOPDUTCH TALENT

INITIO™

HOMEPAGE

Expand your horizon in the TopDutch region.

TITEL: WHAT IS TOPDUTCH

BOVENKOP: What is TopDutch
ONDERKOP: ***"****Are you ready to join TopDutch?"*

TEKST: TopDutch is a regional brand promoting the TopDutch region and beyond. We are one of the best regions in the world to start and expand your business. We invite you to grow and challenge yourself in the TopDutch region.

TopDutch has unique ecosystems, space for growth, renewable energy, renewable resources, a highly talented and purpose-driven workforce and even higher ambitions to be of meaning to the world. We are here to make the world safer, cleaner and greener. The TopDutch businesses, government and universities work together on green and digital solutions for global challenges.

Therefore, TopDutch invites people and businesses to join in their efforts to supply the world of green and digital solutions. From the TopDutch region you can jumpstart your business into Europe and worldwide.

Expand your horizon in the TopDutch region.

Are you ready to join TOPDUTCH?

TITEL: 10 REASONS FOR JOINING TOPDUTCH

ONDERTITEL: *"Expand your horizon in the TopDutch region."*

TEKST: Your business needs resources, space, a supportive and innovative industry network and creative talent to bring it all together. TopDutch offers you all the ingredients to let your business grow successfully. Expand your horizon in the TopDutch region.

BOVENKOP: 1. Access the EU market, gain from world-class infrastructure and the Dutch business climate
ONDERKOP: *TopDutch is ready to serve the world.*

TEKST: The Dutch are well-known for their well-organized, attractive and collaborative business climate. The Dutch speak fluent English and many other languages, are open and transparent, value honesty and integrity: we are your ideal business partners. The Dutch are known as international traders. From the TopDutch region we provide direct and easy access to the European and the global market. Besides our strategic location in Western Europe, being neighbor to the largest European market players, TopDutch also has a world-class infrastructure.

BOVENKOP: 2. Space for growth
ONDERKOP: *To grow your business, you need space. The TopDutch region offers just that.*

TEKST: We have lots of physical space and our digital space is unlimited. The TopDutch region offers relatively low rental costs, while still benefiting from the Netherlands' excellent logistics. This region is also home to large, facilitated greenfield locations, where tailor made real estate solutions are easily accommodated. Everything you need can be found within a half to two-hour drive or train ride: nature, infrastructure, companies, universities and vibrant cities. Whether you prefer one of our vibrant cities or a unique location surrounded by nature and water, the choice is yours. But of equal importance: we offer space for entrepreneurs to dream, develop and grow. Expand your horizon in the TopDutch region.

BOVENKOP: 3. Access to sustainable resources
ONDERKOP: *The TopDutch region is rich in high-quality sustainable resources, that we aim to use for purposeful business endeavors.*

TEKST: Renewable means business. We offer green energy and the best redundant power grid in the world. We offer bio-based feedstock materials such as potatoes, sugar beet, grass and grain, guaranteed at competitive prices. With our agriculture and green chemistry ecosystems we build new green base materials, smart materials, smart products and input for your business. Get unlimited access to green carbons, green hydrogen and the purest water.

BOVENKOP: 4. Purpose-driven and highly educated talent
ONDERKOP: *The TopDutch region offers a large pool of purpose-driven, highly educated, fresh and experienced talent.*

TEKST: With multiple universities, the TopDutch region educates over 85,000 students a year, including many international students from all over the world. Our Universities work together within our regional ecosystems and with international businesses on real challenges. Our educational programs, national research agenda and research institutes are well aligned and all focus on economic development, collaboration, creativity and innovation in our key sectors. Thereby, a new generation enters the workforce, preparing itself to take on today's global challenges. A new generation that is purpose-driven, works from a global perspective and shows the keen and open mentality, matching the Dutch culture.

BOVENKOP: 5. A supportive institutional and cultural environment for innovation

ONDERKOP: *The TopDutch region is a breeding ground for innovation, as a region that both understands and actively supports it.*

TEKST: Permits and legislation can be boring and time-consuming, that's why the Netherlands is the fastest and most transparent country in Europe to handle the physical and legal aspects for international businesses setting up a local subsidiary. Since 2010 you can apply for an all-in-one permit for physical aspects. TopDutch has a great team at your disposal to support you in the process and connect you to the right authorities. Through digitization and institutional innovation projects, the TopDutch region makes it her priority to continuously improve the support we can offer you, in order for you to set up your business in the most convenient and cooperative way. Add to that a no-nonsense, open and safe culture supporting creativity and innovation. You are welcome!

BOVENKOP: 6. Unique ecosystems to plug into
ONDERKOP: *The TopDutch region offers eight unique ecosystems to plug into.*

TEKST: Our ecosystems are characterized by their connectedness, innovativeness, proximity, strategic location, legacy, shared vision, chain integration, functioning triple helix and multiple strong players.

Our eight ecosystems are:

1. Green Chemistry
2. WaterTech
3. Agrifood
4. Digital Services
5. Life Sciences & MedTech
6. High Tech Systems
7. Green Energy
8. Logistics

Find out more about our ecosystems here. Cross-overs between these ecosystems create even more opportunities. Are you ready to plug into the TopDutch ecosystem(s)?

BOVENKOP: 7. A happy, wealthy and healthy living environment
ONDERKOP: *Bring your best people to the TopDutch region and TopDutch brings your people the best working and living experience.*

TEKST: Your people thrive in a happy, healthy and wealthy working and living environment.
With all necessities and joys of life within a hand-reach, we really have it all. Enjoy the many beautiful islands, forests and lakes for recreation, leisure and sports activities. Enjoy our festivals, rock concerts or classical music, theaters, museums, architecture and art. Enjoy a good meal in one of our excellent restaurants and hotels. Our International Welcome Center will support your people to prepare for the TopDutch social life and make them feel at home. Your people will be thanking you for an inspiring opportunity and community abroad, here in the TopDutch region.

BOVENKOP: 8. Like-minded entrepreneurs
ONDERKOP: *The journey of entrepreneurship can be lonely, but it doesn't have to be.*

TEKST: Join the TopDutch entrepreneurs to join efforts in finding green and digital solutions. Join one of our many green and digital start-ups and scale-ups. Plug into our ecosystems and pursue your innovative ideas. Our business and investor networks are there for you to support you develop a viable business case. In the TopDutch region we work on creating the best entrepreneurial culture, with many co-working places, network events and start-up bootcamps, connecting and supporting entrepreneurs to make change happen.

BOVENKOP: 9. Global impact through cross-over and cross-border collaborations
ONDERKOP: *TopDutch is your incubator for solutions with a global impact.*

TEKST: The Netherlands is the world's most connected country. The TopDutch region has collaborative ecosystems, resources, talent, entrepreneurs, a supportive culture and business climate, all working together on global challenges. We stretch our innovation and impact efforts by the support of a functioning triple helix collaboration (business, government, education working together), cross-overs between the different ecosystems and cross-border.

What challenge does your business want to solve? With extensive cross-over and cross-border collaborations, we can all broaden and deepen our knowledge, identify new solutions, exchange resources and do what is necessary to solve global challenges. By taking responsibility and celebrating our diversity, we can contribute to and distribute the best solutions for global challenges there where their needed.

BOVENKOP: 10. Join our journey towards a green and digital future
ONDERKOP: *Meet your peers, co-workers and network here!*

TEKST: We envision a green future, in which we value the sustainability of existing and new resources, in which resources are renewable, circular and fair. A green future that is clean and guilt-free.

We envision a digital future, that continuously evolves and enables us to reduce information asymmetries, that makes us feel safe to share our knowledge, activities, ambitions and products. A future that connects us on multiple levels and increases learning opportunities.

Do you share this vision of a green and digital future? Meet your peers, co-workers and network in the TopDutch region!

We Are Dutch.

“God created the world and the Dutch created the Netherlands.”

We Punch Above Our Weight.
Even though we are a small country in square miles, we are a global leader in many sectors.

The Netherlands consistently rates among the highest in rankings of economic power, investments, trade, innovation, competition, democracy, health, free press and much more. We have even created the knowledge and technology to manage water.

We Are Freedom.
Freedom to debate, freedom to challenge, freedom to innovate, freedom to trade.

The Dutch beliefs in a free mind, humanity and tolerance for cultures not only resonate in the European Union and the American constitution; we also have a positive influence in how the world looks at life, people, work ethics and the development of the world.

We Are Innovators.
Invented in the Netherlands.

Because we don’t have to worry about safety, food or water, and have access to leading healthcare and physical and digital infrastructures, we can focus on innovation. We solve global challenges, beyond the necessities of life. We are leading innovators in agriculture, renewable energy, green chemistry, water management, high-tech production, logistics and digital services.

We Are Reliable.
Did you know that the word O.K. originates from reliable Dutch traders from Old Kinderhook, USA?

We are straightforward. We say what we think. We do what we promise. We are transparent in our ambitions, services, policies and costs. We are among the countries with the least corruption. We have the highest standards in security and ethics. A deal is a deal.

We Are Educated.
Dutch people are highly educated.

Our universities are ranked among the best in international tables. Our research focuses on international entrepreneurship, collaboration, creativity and innovation, and aims to solve the most pressing questions facing society. Top sectors such as logistics, green energy, water and digital technology are the focus areas of many of our research institutes.

We Speak Many Languages.
To do business in Europe, you need people who speak different languages.

Most Dutch people speak two to three languages: Dutch, English, German, French, Italian or Spanish. English is taught from elementary school onwards. We trade and mix with everyone. Like all

successful cities, the Dutch Metropole is an international melting pot, attracting talent. You will find Dutch people all over the world.

We Are Infrastructure.
We are the gateway to Europe and the world.

We have the best infrastructure for transporting goods between Europe and the rest of the world. We are the Gateway to Europe, by ship, plane and train. Our port infrastructure is the largest in the Western world. Every mile you save when transporting goods saves time, money and the environment. We are also a leader in digital infrastructure.

We Are Business.
We are famous for our business skills everywhere.

We founded the worlds' first multinational. We invented the stock market. Our global trade helped many countries to develop economically and socially. Dutch companies are the leading foreign investors in many countries. We are dedicated to innovation, free trade and entrepreneurship.

We Are Productive.
The Dutch labor force is among the most productive and competitive in the world.

As they say in Italy, France, Germany, Brazil, Portugal, Spain and many other countries: *"The Netherlands is good at soccer, but even better when it comes to economic productivity*". Now, if we could just work on beating them at soccer!

We Are #TopDutch.

Space to grow.

We Are the Green Metropolis.
The TopDutch region offers the best of both worlds: a vibrant metropolis in the middle of beautiful nature.

With 17 million people in a country 1/3 the size of the state of New York, the Netherlands is one large vibrant metropolis in the middle of Europe's most beautiful river delta. With all its beaches, lakes, forests, islands and inspirational horizons, the TopDutch region is the most beautiful part of the Netherlands. Welcome to the Green Metropolis.

We Are Space.
To grow your business you need space. The TopDutch region offers just that.

Acres and acres of land, and sea as far as the eye can see. We have the space for your companies. We have lots of physical space. Our digital space is unlimited. But what is of equal importance: we offer space for entrepreneurs to dream, develop and grow. Expand your horizon in the TopDutch region.

We Are Nature.
The TopDutch region is home to the World Heritage Site the Wadden Sea.

In the Wadden Sea maritime conservation area, we've created a shining example of how nature can thrive alongside innovative sustainable energy production and high-tech companies. We care for our environment, as it provides us with the natural resources, clean air and horizons we need to prosper.

We Are Nearby.
In the Netherlands, everything is just around the corner.

Everything you need can be found within a two-hour drive or train ride: nature, infrastructure, companies, universities and vibrant cities. We are within easy reach of London, Berlin, Paris, Brussels, Munich, Stockholm and Copenhagen, by car, train or plane. Oh, and we are close to Amsterdam and Rotterdam as well ;)

We Are Necessities Of Life
The world needs our safe food, safe water, safe infrastructures and digital safety.

Everything is energy. Without the advanced agricultural, water and energy production in the TopDutch region, The Netherlands would not be able to thrive. We have the cleanest drinking water in the world. We have the highest yield in agricultural and dairy production in the world. Our green and digital programs prepare our industries to solve important global challenges.

We Are Wealth.

Wealth is not just money.

We are not denying that the Netherlands is one of the richest countries in the world. And yet money is not everything. According to research, the TopDutch region ranks first in wealth, not just because of income, but also because of safety, quality of public services, education, healthcare, fresh air, nature, culture and affordable housing. Add friendly, open people and purpose-driven, challenging jobs and you have all the elements that together define wealth in the TopDutch region.

We Are Happy.
Dutch people are among the happiest people on the planet. TopDutch people are among the happiest in the Netherlands.

The economic and political stability and the abundant availability of all necessities of life in the Netherlands give us all the freedom we need to solve the world's problems. We value both a strong work ethic and time to enjoy our country's rich cultural and natural heritage with family and friends. In the TopDutch region, we have challenging jobs, nature and vibrant cities. Yes we are happy. Now if only our humor was as good as that of the Germans!

We Are Purpose.

Global Challenges.
Access to safe food, safe water, renewable energy and protection against flooding are among the 17 UN global challenges.

Civil unrest in the world is often related to a lack of basic necessities of life: safety, shelter, food and water. The better their availability, the safer people feel and the less civil unrest there is. Stable countries like the Netherlands have benefited from this upward spiral for decades, where other countries are still in a negative spiral. Fortunately, more and more people in the world are getting access to basic necessities, better health-care, education and labor. According to the United Nations, there are 17 global challenges to solve.

We Are Necessities Of Life.
Food, water, energy, internet and safety.

As the agricultural, water management, green and digital center of the Netherlands, the TopDutch region has set itself the ambition to resolve some of the major UN global challenges. Combined with the Dutch superior logistical knowledge and infrastructure, we have so much to offer to the world: agricultural efficiency, renewable energy, protection against flooding and more. We provide knowledge, products and services to make the world safer and healthier. And we are looking for companies that add value to our purpose-driven ecosystem.

We Are A New Generation.
We are purpose driven.

Millennials don't just want to work for successful companies. They want to work with companies that make a difference. Our new generation has access to all necessities of life, and also has everything to fulfill its desires; it is looking for this added value. Our purpose-driven economy attracts international talent. Tap into the talent of over 85,000 talented students in our region.

We Are Safe Food.
Did you know that in many countries people don't trust their own food because of pesticides, other contaminations and unreliable food suppliers?

In the TopDutch region we have a unique food supply chain, with full traceability of every ingredient, down to the source. Our yields are the highest in the world, and our use of pesticides is the lowest. Thanks to our food production efficiency and traceability, fast-growing countries including China and India import vast amounts of high-quality baby milk power, for example. We are proud to feed the new generations of the world.

We Are Safe Drinking Water.
Water is life and health.

On our planet, two billion people have no access to clean drinking water. This affects their health, shortens lives and people die because of infected water. The TopDutch region has the cleanest, purest drinking water. Our advanced filtering and purification technologies have helped people all over the world to get access to safe drinking water.

We Are Digital Safety.
Access to the Internet is a basic necessity of life.

The Internet has brought democratization everywhere. Thanks to the Internet, people are more connected, more informed and better educated than ever before. In this modern age, access to the Internet is a necessity of life. Everything is connected to the Internet. This makes the world vulnerable as well. What if your logistics, roads, trains or power networks are attacked remotely? The TopDutch region is a leader in cybersafety, protecting companies, infrastructures and governments against cyberattacks.

We Are Safety Against Flooding.
Water defines us.

Living in the European delta, water simply defines us. The continuous struggle of the Netherlands against water over many centuries has helped us learn to manage water levels, build intelligent dikes, and claim land from the sea. Yes, over half our country lies meters below sea level; we actually live on the bottom of the sea. In the TopDutch region you will find ancient ‘terpen’, man-made mounds on top of which farm houses and villages were built, next to the most modern water-pumping stations and advanced dikes full of sensors. Flooding is a major risk for vast populations around the globe, and our knowledge and technologies are renowned for providing people with a safe place to live. Even on the bottom of the sea. (insert Spongebob joke here)

We Are Vibrant.

“Your companies need space. Your people need a great place to live.”

We Are Urban.
The TopDutch region has vibrant cities such as Groningen and Leeuwarden. Amsterdam is just around the corner.

Whether you want to enjoy culture, sports or social activities: life is good here. You can find affordable housing, great international schools and the lowest crime rates. The people of Groningen are among the happiest in Europe.

We Are Culture.
Our heritage is breathtaking, from ancient archeological sites to modern art exhibits.

Culturally we have so much to offer. Whether you want to party all night long, go to dance clubs, festivals, rock concerts or enjoy classical music, theatre, architecture and art: we have it all, including excellent restaurants and hotels. So many other Dutch and European cities are nearby. The TopDutch region ranks the highest in cultural offerings in the Netherlands.

We Are Nature.
Beaches, forests, lakes, islands, pastures and horizons.

Besides the UNESCO World Heritage Site *the Wadden Sea* and its beautiful islands with dunes and beaches, The TopDutch region has many lakes and forests – great places for recreation and leisure. We are the Green Metropolis.

We Are Fast.
Many international companies choose the Netherlands as their gateway to Europe.

Global companies want to do business and we want them to do business. Our government is committed to fast procedures and you will experience that we deal fast. Because that is what we are: traders, pioneers, entrepreneurs. Deal makers.

We Are Sports.
We have the perfect climate and landscape for running, cycling and swimming.

Our region is perfect for sailing, wind surfing and ice skating in winter. We have professional sports facilities and professional tennis, hockey, basketball and soccer teams. Our TT race track is extremely popular. Yes we really skate to our work.

We Are Talent.

“Is it the clean water, the air quality or both? The TopDutch region produces some of the brightest people.”

We Are Young.
Groningen is the largest city in our region.

Thanks to the universities, it’s also the youngest, with an average age below 36. Young people are so crucial because they are the first to understand where the world is going: *Zeitgeist*. Our youthful approach to life means we question the status quo. We come up with new ideas. We drive change, we drive innovation. Our digital companies and startup scene are among the highest ranked and fastest growing in Europe.

We Are Ambitious.
TopDutch focuses on critical, real world problems.

Our focal points are sustainability, health, water, food, transportation and energy. We want to internationalize our assets through innovation and digitization. Our companies, education and government are committed to these themes. We welcome any company to help us achieve these goals.

We Are Education.
With four high-ranking universities in our region, The TopDutch region is bursting with talent.

85,000 Students, many of whom are from all over the world. In addition, 70,000 students are enrolled in technical and vocational education. We offer international, English language education from Kindergarten through university. One of our superheroes, Ben Feringa, 2016 Nobel Prize Winner in Chemistry for the discovery of the molecular motor, calls TopDutch home. Come to think of it, it must be our drinking water…

We Are Wet. Lands.

Water is life. Water is health. Water is nature. Water is energy. Water is business. Water for the world.

We Are Water.
"God created the world and the Dutch created the Netherlands."

The Netherlands is Europe's delta, with beautiful rivers, lakes, wetlands, swamps and the sea. Our history, our way of thinking and our culture are defined by water. We reclaimed land from the sea. In our "polders" we live on the bottom of the sea, sometimes as much as six meters below sea level.

Water Is Scary.
Water is what defines us.

Storms and flooding: water can destroy people's lives, cities, even entire economies. For centuries, the Dutch have battled against the water and have prevailed. Our ancestors built 'terpen': artificial dwelling mounds that provided land safe from flooding. Our fight against water forced us to work together and innovate. Our knowledge of protection against water is world leading. We protect millions of people against flooding. We can literally build your country and protect it from the sea.

Water Is Health.
We call ourselves carbon life forms, yet 70% of the human body is water.

Two billion people don't have access to clean drinking water. The TopDutch region has the purest and safest drinking water in the world, thanks to refined renewable water cleaning technologies. Water is abundantly available here, while vast areas of the world are structurally suffering from drought. It is our dream to help the world with our leading water filtering, irrigation and distribution solutions.

Water Is Nature.
Stunning landscapes in the Green Metropolis.

The TopDutch region is the most beautiful part of the Netherlands, with our UNESCO World Heritage Wadden Sea, our lakes, meandering streams, green forests, wetlands and vast canal structures. Walk or sail to our islands with white sandy dunes and beaches. Hike or bike in our forests, with their hidden treasures: Dolmen ('hunebedden') are ancient megalithic tombs. Enjoy our heaths with their many peat lakes. Expand your horizon in the TopDutch region.

Water Is Energy.
From fossil to green hydrogen.

The sun, wind and water are unlimited and free resources in the TopDutch region. The combination of these three is extremely exciting. With the rapid growth in solar and wind power, the business case for green hydrogen is getting closer and closer. We are not just investing in hydrogen as an energy battery, we are not just using hydrogen for our buses, garbage trucks and cars, we are also using green hydrogen as a base ingredient for our chemical production, replacing fossil-based hydrogen.

Water Is Business.

Water Management is global business.

Water defines us. It therefore speaks for itself that the TopDutch region is a global leader in shipbuilding, delta and environmental protection, water treatment and irrigation. You will find TopDutch companies all over the world, helping local governments with protection against water, irrigation and water purification.

Water For The World
If the Dutch can part the North Sea, think of what we could do together with you! Become part of our water ecosystem and help us bring fresh drinking water to the world: we are looking for companies to extend our ecosystem and we are hiring international talent. Contact XXXXXX for opportunities to build your European headquarters and purification labs in the TopDutch region.

We Are Chemical Superheroes.

Oh no! Fossil fuels are depleting and the world is burning up valuable carbons into the atmosphere! No worries, TopDutch superheroes save the day.

We Are Green Chemistry.
Changing the nature of chemistry.

Today, most chemical processes have fossil origins. The energy used for chemical processing is also fossil based. If you can start with green ingredients, you define the rest of the chemistry value chain. With abundant green raw materials, sustainable energy and an active sustainable chemical sector without fossil players, the TopDutch region is the region of green chemical heroes.

There's Chemistry Between Us.
Love for chemistry. Love for our planet.

The chemistry between our companies goes beyond physical chemical integration. We form an active community, sharing ideas and co-developing opportunities for a sustainable chemical world. TopDutch green chemical companies work closely together to use bio-based materials, share energy and close the loop in their production chains.

Chemical Superheroes.
Our combined superpowers make us invincible.

Our sustainable chemistry companies work closely together with our universities. Together we educate new chemical superheroes. The chemistry between us goes beyond your average chemical innovation. Take professor Ben Feringa for instance. He and his team are specialized in specializing in molecular nanotechnology. Feringa was awarded with the Nobel prize in chemistry, for the design and synthesis of molecular machines. They make moving machines on a molecular level. How awesome is that?!

Join our sustainable chemical ecosystem.
Are you going to be a chemical superhero? We have exciting jobs for you. Are you looking for the best locations for your factories and test labs? Look no further. The TopDutch sustainable ecosystem offers the space, the energy, the availability of biobased feedstock, base chemicals and chemical partners at the Chemport Europe locations. Contact XXXXXX for more information.

We Are Cyberspace.

TopDutch is the fastest growing region in terms of digital economic development, cybersafety, datacenters and digital education.

We Are Cybersafety, 5G And Blockchain.
Welcome to the future.

Our unique 5G field lab covers both urban and rural areas and is open to anyone interested in developing applications for 5G. You can develop and test the newest services on 5G ahead of anyone else. Beat your market by two years. We are home to the largest Blockchain Hackathon in the world, resulting in a massive spinoff of disruptive companies producing blockchain technologies. Our cybersafety companies help protect banks, governments and the largest internet companies in the world against digital attacks.

We Are the Digital Region.
Welcome to cyberspace.

We are home to the fastest growing digital companies in Europe. Our companies are leading in the European Deloitte Fast 500. Within a very short period, young and ambitious entrepreneurs have invented a billion-euro industry. Take Catawiki for instance, with 45,000% growth in just five years.

We Are The Digital Ecosystem.
Young and digital.

Our internet companies aren't just minding their own business. The city of Groningen is the youngest city in Europe. Young people feel where the future is going. Young people are digital. This resulted in a very active startup scene with active entrepreneurs, employees and students working on the next big thing. We are a few years ahead. Welcome to the future.

We Are The Digital Mainport.
Welcome to the fourth industrial revolution.

The D of your company's DNA should stand for Digital. If you don't digitize your business, you won't survive. In the TopDutch region, we are using our internet skills and talent to modernize the energy, water, food, logistics, chemistry, health and high-tech industries to make them ready for the future.

We Run Your Datacenters.
Green Dataport Europe.

According to leading global internet companies such as Google, TopDutch Green Dataport Europe is the best location for European data centers. An ideal mix of energy sources guarantees abundant and green power. We have the best redundant power grid. Important Atlantic and European high speed global internet connections terminate here, with direct access to the largest IXs in the world. Our moderate climate means less cooling costs. Our digital talent operates your data center.

We Are Your European Headquarters.

Guangzhou – San Francisco – Dokkum.

The Netherlands is the most logical country to setup your European headquarters. The city of Groningen is the most logical place. Building your HQ in Groningen does not only give you access to the most talented internet-savvy students, your company will also become part of an active and vibrant digital scene. Your employees will find our cultural offerings overwhelming, they will love our nature landscapes, they will find homes that are large and affordable and they will discover we have international schools for their children.

We Are Digital Education.
Our children are the future.

One of the results of our active digital scene is digital education. We teach children at primary school to program code before they learn English. Our universities have leading programs in cybersafety, artificial intelligence and digital programming. Our students can enroll in digital crossover programs with, for instance, Marketing and Economics. Recently, our internet entrepreneurs and the University of Groningen launched the Digital Business Centre to attract international talent and train them in digital business.

We Are Digital Innovation.
Invent the future.

Did you know that Bluetooth was invented in the TopDutch region? We also invented the algorithms for WiFi. The very first live stream in the world was produced here. And we are home to the world's first antivirus technology. IBM Watson could not have been developed without the scale challenges we solved for our ASTRON astronomy services. These are just some examples of how the TopDutch region has changed the world for the better, digitally.

We Digitize The World.
Time travel exists. Come to the TopDutch region.

It is our ambition to use our digital skills to modernize other industries. We are actively introducing internet technologies and digital skills to resolve global challenges in terms of food, water, shelter, green energy, health and many other industries. It is this ambition that drives us to innovate. It also helps our industries commercialize their success globally. Plus, we need more kitten gifs. The world can never have enough kitten gifs.

Join Our Digital Revolution!
Are you interested in working in the best digital scene of the Netherlands? Are you looking for a location for your data center or European headquarters? Contact XXXXX and become a proud member of our digital TopDutch ecosystem. Travel to the future, welcome to cyberspace! (DeLorean not included).

We Are Electrifying.

The TopDutch region is investing heavily in sustainability. Our energy companies already power large areas of European homes and industries through natural gas, and it is our ambition to be a forerunner in sustainable energy.

We Are Europe's Wall Socket.
The power we're supplying is electrifying.

Our region has historically powered the Dutch economy and that of other countries. Starting with peat and later natural gas, the Dutch, German, Belgian and Italian economies have thrived thanks to our energy. We power Europe. We are Europe's wall socket.

We Are Electrifying.
There's a buzz.

We are moving away from fossil fuels and are investing heavily in solar, wind, water, green steam and hydrogen energy. Our Gemini Windpark in the North Sea is one of the largest in the world. The TopDutch Joint Solar Array is the largest planned solar park in the world. We are investing heavily in electrifying our cars and public transportation. It is our ambition to be the leading region for hydrogen. The H in TopDutcH stands for Hydrogen.

We Are The Energy Ecosystem.
Feel the energy in the TopDutch region.

The TopDutch region is home to large energy companies that actively work together with our universities. The New Energy Coalition includes companies such as Gazprom, Shell, GasTerra, Alliander and Stork, and its primary focus is energy transition. Our Entrance facility is where companies, startups and universities are working on applied science in energy transition. It is exciting to see young ambitious talent working together on a powerful, green future.

Let's (Em)power The World!

Did you know that over a billion people have no access to energy? It is our ambition to scale our renewable energy technologies and services and bring energy to the world. Contribute to our exciting and ambitious green energy ecosystem, and make the world a cleaner and better place. Are you looking for a challenging job in our leading energy industry? Can your company expand our ecosystem? Are you looking for energy research facilities? We are Europe's #1 spot for your renewable energy business. Contact XXXXX and become a proud member of the TopDutch energy ecosystem. We've got the power! (It's getting, it's getting, it's getting kinda hectic)

We Are Space.

Expand your horizon in the TopDutch region.

We Are Logistics.
We are space to grow.

The Netherlands is the logistical Mainport between Europe and the rest of the world. Over 900 American and Asian distribution centers are located in the Netherlands alone. We have the largest seaport of the Western world, and our airports, roads, waterways and railroads are among the most modern of the world. Within 24 hours you can reach 170 million consumers. We are even the starting point of the ambitious new Chinese silk road trading and logistical infrastructure.

We Are New Logistics.
Drones, autonomous mobility, renewable power and digital warehousing.

Being the European growth region for logistics, we embrace new technologies that help move logistics forward. For instance, we are heavily investing in renewable energy for mobility, through electrification and hydrogen. Our airport is the only one in Europe with a drone zone, so you can test and implement the latest airborne delivery technologies. With our space and roads, we are the ideal region to test new autonomous transportation technologies. With our unique urban and rural 5G coverage, we are ahead and ready for a digital and green future for logistics.

We Are Space.
Space for business, space for growth, space for ideas.

The ever growing market of logistics and distribution needs space and that is exactly what the TopDutch region has to offer: we are space, not outer space. We are strategically located with traffic-jam free highways, railways and waterways to important European markets including Germany, the UK, Scandinavia and the Baltics. Expand your horizon in the TopDutch region.

Let's Conquer The World!

Did you know that many global challenges can actually be solved through logistics? Together we can bring our abundant food and water and other necessities of life to the world. Can your company expand our logistical ecosystem? Are you looking for new logistical research facilities? Contact XXXXX and become a proud member of the TopDutch logistics ecosystem. We Are Space! (Man!)

TopDutch Chemical Industry.

Let's change the nature of chemistry.

The Netherlands is one of Europe's leading suppliers of chemical products and services, with more than 400 top chemical companies across the entire supply chain. In fact, 19 out of the 25 top chemical companies in the world maintain significant operations in the Netherlands.

The TopDutch region is home to Chemport Europe: our companies are the leading suppliers of green chemical products and services. Our renewable energy is provided by Gemini, one of the largest sea wind parks in the world. We turn excessive electricity into hydrogen, which is used as a green feedstock for our chemical processes. By using biomass feedstock, we are moving away entirely from fossil fuels. We are green hydrogen and green carbon based. We are investing to become CO_2-negative by 2050!

The TopDutch region is where green chemical superheroes are educated. We are home to the University of Groningen, which has the best chemistry faculty of the Netherlands. We have the highest number and ranking of chemistry professors, including chemistry Nobel prize-winner Ben Feringa. Ben and his team are highly specialized in molecular nanotechnology. They were able to create the molecular 'nanocar', which holds great promise for many new applications at the tiniest possible, molecular level.

There's chemistry between our companies. We closely work together, beyond physical chemical integration. We are an active community, sharing ideas and co-developing opportunities for a sustainable chemical industry. We share bio-based materials, we share energy and we close the loop in our production chains. Together we are changing the nature of chemistry. Companies of Chemport Europe include AKZO Nobel, PPG, DOW, Teijin Aramid, Avantium, Lubrizol, ChemCom, DSM, Delamine and Zeolyst.

No other region in the world has a chemical sector that is so connected, collaborative and above all ambitious to change the nature of chemistry. Are you ready to become a green chemical superhero? Join Chemport Europe in the TopDutch region. Let's see if there's chemistry between us :)

TopDutch Water Industry.

Water defines us.

The Netherlands is a densely populated delta below sea level. We were forced to find solutions to protect us against water and to live safely at the bottom of the sea. Over centuries, the Dutch have developed extensive knowledge and experience in water management. We have become a major global player in water defense and water purification.

The TopDutch region is home to the Dutch Water Alliance, Water Campus and Wetsus, European centers of excellence for sustainable water technology. We are the world's WaterTech Hub, dedicated to water technology and innovation with wide support from companies, universities and government.

Our companies and researchers work in synergy on solutions for sustainable water supply, waste water treatment, sensoring of micro and nano pollutants, energy production and new water sources. The TopDutch Water Industry makes the world a safe place to live, by protection against flooding, and provide new and safe water to drink and to grow our crops on.

The TopDutch region collaborates with seventeen European universities on water technology. We offer the availability of highly skilled talent, office facilities, shared lab, test and demo facilities, a major network, collaboration opportunities and access to the European market.

We are the smart choice for locating your European Water Technology headquarters and R&D facilities. We are are proud to protect the world from water and to provide the world with safe drinking water, including companies such as Paques, Spaans Babcock, Landustrie, Hubert, Capilix, Aquana, Biotrack, LSF and many others.

There is no other region in the world this dedicated to water technology and with such top-level research, innovation and companies. New knowledge and technologies are invented, developed and commercialized here. Let's keep the world safe together, and let's provide the world with safe drinking water. We are TopDutch.

TopDutch Health Industry.

Healthy and happy

Dutch people are among the happiest and healthiest people on the planet. We have the best health care system in Europe. TopDutch people are the happiest and healthiest in the Netherlands. Is it the water, the food or the clean air?

The Netherlands boasts an internationally leading Life Sciences & MedTech sector, home to more than 2,900 innovative life sciences and health companies, world-class health and research institutes, 85 hospitals — eight of which are University Medical Centers— many outpatient clinics and many public-private research partnerships. The Netherlands boasts one of the most concentrated life sciences regions in the world.

The TopDutch region is home to the UMCG, a global top 100 university medical center, which forms the core of the Dutch Healthy Ageing Campus. Our campus offers infrastructure to support large scale health studies. One example is LifeLines, one of the world's largest population-based cohort studies and biobanks following over 160,000 participants. Our focus is on prevention: keep people healthy.

The TopDutch Life Sciences and MedTech companies are worldwide recognized for biomarkers, drug discovery & development, drug delivery systems, cardiovascular tools and smart orthopedic solutions.

Our companies are actively cooperating and are deeply connected to fundamental and applied research on our Campus. We are proud to provide health and wealth to people worldwide with companies such as Innocore, Opthec, QPS, DSM Biologics, Astellas, Abbott, Syncom and many others.

We are dedicated on healthy living and ageing, and we offer a unique research and business network. Is making the world happier and healthier your purpose too? Join the TopDutch Health Industry. For life :)

TopDutch Digital Industry.

Welcome to the future, welcome to Cyberspace.

The Netherlands is the most digitally connected economy in Europe and the TopDutch Digital Industry is a major driving force. What makes us unique is that we are a well-organized, well-connected digital society.

Our companies are strong in e-commerce, digital marketing, cybersafety, data analytics and communication. We are proud to be the region of Europe's fastest growing, scalable internet companies, including Voys, Catawiki, Appmachine, HackerOne, Afterpay, Frank, Bencom, Dataprovider and many others.

Our online entrepreneurs are well organized and form an active community, pushing innovative and economic boundaries of a digital world. We actively promote digital education, entrepreneurship and innovation.

The TopDutch region is Europe's digital hotspot where young and ambitious talent, intercontinental backbones and the best (green) electric grid form the ideal location for your European headquarters and datacenters. We are leading in 5G, cybersafety and blockchain and our startup scene is booming.

With an average age of just 36, the city of Groningen is not only the most digital society, it is also Europe's youngest city. Young people feel the *zeitgeist*. They are building our future today. Travel to the TopDutch region and you'll leap years into the future.

You won't find another internet ecosystem in Europe that is so open, connected and forward thinking. Let's digitize the world together. Welcome to Cyberspace.

TopDutch Energy Industry.

We are Europe's wall socket.

The TopDutch Energy Industry powers industries and homes in the Netherlands, Belgium, Germany and Italy. Our heritage is in natural gas. To become a major player in energy transition we have joined our forces.

We are moving away from fossil fuels. We are investing heavily in solar, wind, water, green steam and hydrogen. Our North sea Gemini wind park for instance is one of the largest in the world.

We are an active community of companies like Shell, GasTerra, Gasunie, Gazprom, Stork and many others. We closely work together with our universities on fundamental and applied research, education and innovation in energy transition in the TopDutch region. At the Entrance facility, we test the latest innovations in energy production, transportation, storage and management.

One great example effect of our investments is Google's TopDutch hyperscale datacenter. Renewable energy and a power network with the highest uptime and redundancy were key factors for Google to select our region.

You won't find another energy ecosystem in Europe that is so open, connected and electrifying. Let's energize the world together. We are TopDutch.

TopDutch Food Industry.

from farm to fork, from grass to glass.

The Netherlands is Europe's agrifood powerhouse, second only to the USA for exports worldwide. We don't just export food, we are also famous for the highest production yields with the lowest pesticide usage. Our expertise in plant breeding is world class. Twelve of the world's largest food companies have major production or research sites in the Netherlands.

The TopDutch region is the driving force behind innovation and digitization of Europe's agrifood powerhouse. We are a major producer of sugar beets, potatoes, grains and milk. We are proud that Chinese and Indian babies can be raised safely and healthy with our milk powder: we are feeding a new generation.

Numerous world-class research institutes for food innovation and medical universities drive The Netherlands to the second place for highest private research and development investment in agrifood in Europe. Our entrepreneurs work together in research institutes, Dairy Valley, Potato Valley, and are applying 5G, drones and many other innovative agriculture technologies.

Our agricultural and dairy companies are strong in sustainable primary production, smart farming, responsible farming, distribution, R&D and traceability. There is no other region in the world where the level of quality, innovation and traceability of agrifood products is so high.

We are proud to feed the world with safe food. Our companies includeCosun, FrieslandCampina, AVEBE, DOMO, Lypack, Hellema, Van der Meulen, Steensma Food Ingredients, DOC Kaas, Agrifirm, Royal Smilde foods, Frysian Egg, Koopmans and many others.

The TopDutch region, with its excellent infrastructure and located at Europe's trading crossroads, is the smart choice for locating your European headquarters, R&D facilities, factories, warehouses, distribution and logistics operations. Join the TopDutch Food Industry and let's feed the world together. Are you a smart potato too? :)

Ontbreekt: TopDutch Logistics

Ontbreekt: TopDutch High Tech Systems

provincie Drenthe

Date : 17-11-2017 10:36:23
From : "provinciegroningen.nl
To : "drenthe.nl, "fryslan.frl" fryslan.frl
Subject : stukken voor GS Groningen
Attachment : afd.nota.docx;Initio SG1 - Strategie en Plan van Aanpak(7227866).pdf;uitgaande brief initio.docx;image001.jpg;image002.png;

Hallo en ik heb bijgaande stukken zoals afgesproken op de GS agenda vaan aanstaande dinsdag geplaatst bij ons. Ik stuur jullie de afd nota en de uitgaande brief aan Initio zodat jullie die kunnen gebruiken bij jullie GS traject een week later. is akkoord en heeft het voorbesproken met andere groninger GS leden, wordt bij ons hamerstuk

Met vriendelijke groet en goed weekend,

provincie groningen

Afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering
St. Jansstraat 4, Kamer C214
Postbus 610
9700 AP GRONINGEN
M:
email: provinciegroningen.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Ons programma Economie en Arbeidsmarkt biedt ondernemers kansen en helpt Groningers aan het werk.
Kijk op www.groningenatwork.com en volg ons op Twitter @Groningenatwork.

groningen @work

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

provincie groningen

afdelingsnota

afdeling ECP **d.d.** 16 november 2017 **dossiernr. K6914**

onderwerp: Opdracht Initio ikv TopDutch **documentnr.** 2017-100445

1. Inhoud

December 2016 is er een start gemaakt met een noordelijke campagne om Tesla te verleiden voor Noord Nederland te kiezen als Europese locatie voor een Gigafactory. Deze campagne heeft veel positieve effecten gehad zowel in binnen als buitenland.
Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het samenwerkingsverband Initio DBK uit
Groningen (penvoerder en opdrachtnemer), Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drenthe heeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit samenwerkingsverband worden gegund.

Strategie

- Van campagne naar internationaal merk
- Bindend element in de internationale profilering en acquisitie van NNL naar internationale bedrijven
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL

Doelstellingen & Resultaten

- Bedrijven aan TopDutch laten denken voordat ze vestigingsplannen hebben
- Bedrijven om TopDutch laten vragen als ze contact hebben met NFIA
- TopDutch als vestigingsregio beter in beeld bij NFIA en actief gepromoot door NFIA
- TopDutch acquisitiecampagnes ; TopDutch endorsement ; TopDutch is iedereen in NNL
- Het binnen 2 jaar verwerven van een aantal grote internationale ondernemingen naar Noord-Nederland. Niet afdwingbaar maar wel het streven is een evenredige verdeling van “landingen” over de drie Noordelijke provincies.
- Binnen vijf jaar na de campagnestart zijn hierdoor 2000 nieuwe arbeidsplaatsen gecreëerd
- Noord Nederland is met TopDutch een internationaal bekend merk geworden (nul- en doelmeting)

De aanpak vanuit de drie lagen van het Top Dutch merk:

1. Top Dutch key campagnes

Twee- tot driemaal per jaar worden gerichte campagnes ingezet om specifieke bedrijven actief te benaderen, vergelijkbaar met hoe de Tesla campagnes werden gedraaid. Doel is om díe breinpositie te verkrijgen bij internationale ondernemingen, nog voordat ze zich melden bij bijvoorbeeld de NFIA, en bekend te laten zijn met de sterke punten van de drie provincies. Doel: bereiken dat de potentiële internationale vestiger de Top Dutch regio als vestigingsplaats op de shortlist zet. Idealiter neemt de potentiële vestiger zelf rechtstreeks contact op met bijvoorbeeld de NOM.

2. Top Dutch endorsement

Tijdens de Tesla-campagnes kwam regelmatig de vraag voorbij of bestaande bedrijven, evenementen en infrastructuren actief ondersteund konden worden met Top Dutch. Deze partijen zijn fantastische ambassadeurs voor het merk, hun projecten zijn vaak icoonprojecten waarin we onze voorsprong en onze ambitie op de belangrijke thema’s kunnen tonen. We laten deze partijen vertellen wat er zo gaaf is aan onze regio! Denk aan ondersteuning op events, denk aan het branden van *Leeuwarden Culturele Hoofdstad = Top Dutch*, denk aan *TT Assen = Top Dutch Track*, denk aan Top Dutch reclame op Schiphol. Denk aan *Top Dutch Airport*, denk aan *Top Dutch Waddensea*, Top Dutch ambassades, borrels en events.

3. Iedereen is Top Dutch: brede, open branding

Top Dutch heeft iets bijzonders losgemaakt in onze regio. Inwoners, bedrijven, evenementen en vele stakeholders hebben gevraagd of ze ook Top Dutch mogen zijn. Hoe mooi is het dat deze ambassadeurs voor de regio zo enthousiast zijn en zo graag de regio willen helpen promoten. Hier spelen we graag op in: Top Dutch wordt van iedereen. Iedereen mag het label Top Dutch gebruiken. Graag zelfs. Daarom doen we iets bijzonders: we maken Top Dutch open: we maken een logo, een huisstijl, een content bank, een toolkit en een stijlgids. Ook komen we met een webshop waarop iedereen Top Dutch artikelen kan bestellen:

brillen, stickers, shirts, noem maar op. De inkomsten van de webshop worden ingezet voor give-aways om charmante campagnes een duwtje in de rug te geven, en zo kan iedereen in de regio, maar ook internationaal en online onze trots, en waar we voor staan, uitdragen. Vergelijk deze open, brede branding-laag met *I Am Top Dutch* met *I Amsterdam* en *I Love New York*. We ondersteunen dit met een permanente online campagne.

Aansturing

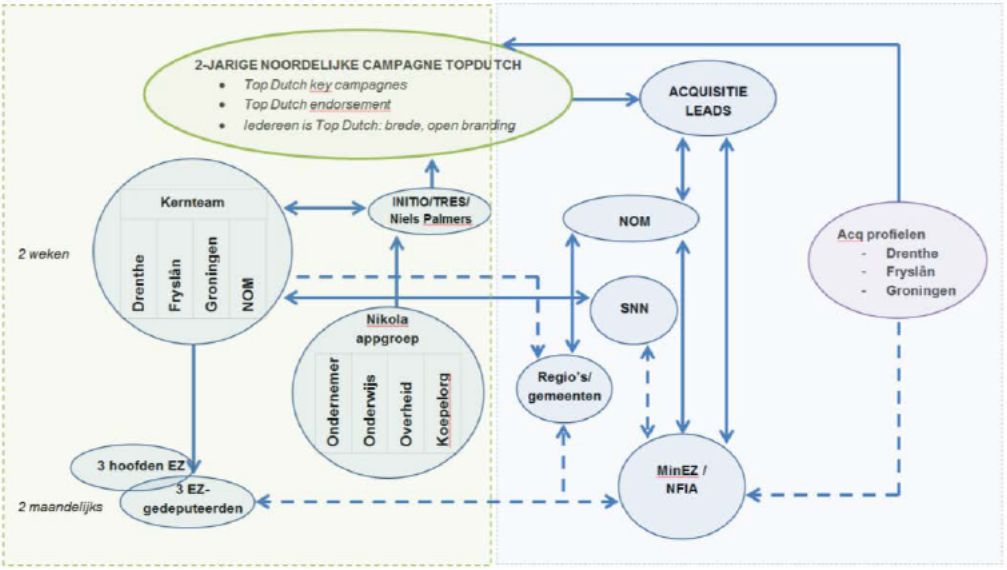
Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling en tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Deze leden vormen de opdrachtgeversgroep die ook alle facturen en de rapportages accordeert.
Het kernteam is als ambtelijk opdrachtgever belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] (Groningen), en [redacted] (NOM).
Provincie Groningen is penvoerder van het project. Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden.
Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.
Opdrachtnemer is het samenwerkingsverband Initio, Tres Internet en Palmers Events. Initio; Gerard de Boer en Stef van der Ziel zijn aanspreekpunt voor het kernteam en nemen deel aan het kernteamoverleg.

Organisatie

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom Topdutch en het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden. In het linkerdeel staat de organisatiestructuur rondom Topdutch weergegeven en in het rechterdeel de structuur ten aanzien van leads/acquisitie gekoppeld aan Topdutch.



De deelnemers van het kernteam zijn de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd. Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whatsapp groepen, met daarbij een brede hoofd whatsapp groep en thematische deelgroepen.

Keuze onderwerpen
In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland, gericht op 2 á 3 onderwerpen per jaar. Hierbij gaat het om de volgende onderwerpen:

- Vergroening chemie / BBE / Circulaire economie
- Agri / Dairy
- Medtech / Life Science
- ICT / HTSM / RoSF
- Water
- Vrijetijdseconomie (bijv. TT-circuit Formule-1, Formule-E)
- Logistiek

Deze onderwerpen zijn op basis van verschillende marktcriteria tot stand gekomen, namelijk de omvang en economische betekenis van de betreffende doelgroep, de ontwikkelfase waarin een doelgroep of cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in de betreffende doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit is een goede onderbouwing verkregen van de échte marktkansen per doelgroep en een prioritering hiervan.
Voorstel is om het eerste jaar van de campagne te richten op de onderwerpen

- Transport&Logistiek
- Agri/Dairy
- Vergroening Chemie

Opdrachtverlening
Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies. Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen exclusief BTW van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor de Topdutch-campagne.
- Instemmen met voorgestelde werkwijze

2. Afstemming met andere beleidsterreinen en FO/portefeuillehouder
Het onderwerp is besproken met de twee andere provincies en besproken met gedeputeerde Brouns en is akkoord bevonden

3. Dereguleringstoets en Interactieve beleidsontwikkeling
A: Behelst het voorstel de invoering van nieuwe regels? Nee

4. Communicatie
Dit voorstel kan op de openbare besluitenlijst worden geplaatst.
Voorgesteld wordt geen persbericht op te stellen

5. Financiële, personele en fiscale gevolgen en informatie-inrichting
Aan dit voorstel zijn financiële, personele of fiscale gevolgen of gevolgen m.b.t. de informatie-inrichting verbonden.

De tweejarige campagne wordt door alle drie provincies gefinancierd met de beschikbare middelen die zijn vrijgekomen bij de aandelenovername van de NOM, de zgn. terugploegkorting. Deze middelen € 20 miljoen euro staan op de rekening van de provincie Drenthe en mogen worden aangewend voor projecten om de Noordelijke economie te stimuleren. Met de provincie Drenthe worden ambtelijk afspraken gemaakt over de wijze en tempo van uitbetalen aan de provincie Groningen ten bate van het budget Acquisitie Noord nederland nr. 600948 VPL 000035

Geraamde besteding krediet in jaar:	2017.	2018	2019	201..
	€300.000,-	€ 600.000,-	€300.000,-	€ …

NB: bovenstaande geldt voor investeringskredieten t.l.v. reserves en is niet bedoeld voor overheveling tussen jaren.

6. Risico's
Worden risico's voorzien bij dit voorstel? Nee.

7. Staatssteun
Is in deze zaak sprake van staatssteun? Nee er heeft een europese aanbesteding plaatsgevonden

8. Beslispunten
1) Instemmen met gunning TopDutch-campagne voor het bedrag van maximaal €1,2 miljoen exclusief BTW aan Initio middels verzenden bijgevoegde opdrachtbrief
2) Instemmen met financieren van TopDutch-campagne uit middelen NOM-terugploegkorting, deze middelen zijn ondergebracht in het budget acquisitie Noord Nederland nr. 600948/VPL000035 voor de jaren 2017, 2018 en 2019
3) Instemmen met voorgestelde werkwijze en penvoerderschap Provincie Groningen

SG1. Strategie en Plan van Aanpak

Nederland als regio, Top Dutch als propositie
Top Dutch is geen regio. Top Dutch is waar we binnen Nederland, en de wereld echt heel goed in zijn en trots op zijn. In een open wereldeconomie is je ligging nauwelijks nog relevant: je moet uitleggen waar je goed in bent. En dat zijn niet alleen onze infrastructuur en ons talent: het zijn ook onze cultuur, onze natuur en onze sport.

Groen, digitaal en water
Het interessante van de regionale thema's vergroening van de chemische sector, circulaire economie, HTSM, healthy ageing, energietransitie, agri/dairy, water, digitalisering, recreatie & toerisme en mobiliteit is dat ze veel raakvlakken hebben: ze gaan namelijk allemaal over vergroening en digitalisering. Vergroening en digitalisering zijn niet de rode maar de groene draden door al deze thema's. En water is wat wij zijn: onze natuur, ons drinken, ons eten, straks zelfs onze energie.

Top Dutch stipte deze thema's al aan met de Tesla campagnes: bekijk de wereld door een groene bril, en elektrificeer onze mobiliteit, onze huizen en onze energie-industrie met digitale technologie. Top Dutch wordt nog meer het uithangbord van onze voorsprong op het gebied van vergroening en digitalisering.

Top Dutch is ook een self-fulfilling prophecy: door te zeggen dat je vergroent, door te zeggen dat je digitaliseert, gaan bedrijven dit ook daadwerkelijk doen. Ze worden enthousiast, want ze zien markt, maar bovenal toekomst. Niet alleen buitenlandse bedrijven, ook onze eigen bedrijven krijgen er zin in.

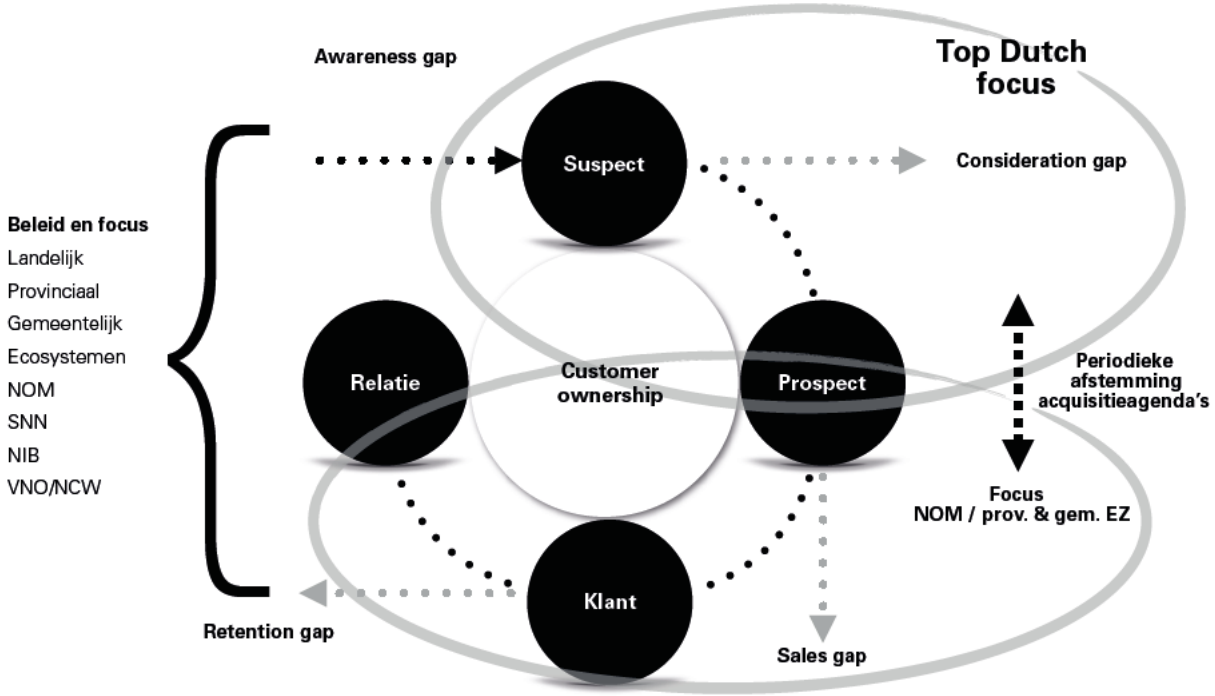
Nu al reageert twee derde (!) van de bedrijven uit Drenthe, Groningen en Fryslân enthousiast op het idee om versneld over te gaan op elektrisch rijden: niet alleen omdat ze Top Dutch kennen, het een warm hart toedragen en erbij willen horen, maar ook omdat het besef dat vergroening en digitalisering ook economische voorsprong inhoudt, in onze regio meer aanwezig is dan elders.

Die tijdgeest jaagt Top Dutch aan. Dit enthousiasme laten we zien aan de wereld. Hier verander je de wereld. Hier verbeter je de wereld. Hier ligt handel. Hier is talent. Hier kun je innoveren. Hier word je met open armen ontvangen. Hier word je opgenomen in een netwerk dat voor je rent. Hier wil je graag wonen en werken. Hier wil je gewoon graag zijn. Hier ben je Top of the World. Hier ben je Top Dutch.

Het Customer Ownership model

Op dit moment acquireert de regio bedrijven voornamelijk re-actief: ze worden aangedragen via het NFIA of consultants, bedrijven melden zich spontaan, of worden via het netwerk geacquireerd. Daar is niets op tegen. Echter, de wereld verandert snel, waarbij bedrijven zoeken welke regio's welke competenties hebben. Dit betekent dat je als regio je actief moet positioneren: een potentiële klant zoekt en je wil gevonden worden.

Het Customer Ownership model begint bij het bouwen van een breinpositie van zowel onbekende als 'target' bedrijven. Je wil dat ze Top Dutch gaan associëren met de kerncompetenties van je regio. Dit wil je zowel actief als passief: je wil bij de juiste branches bekend staan, en je wil gevonden worden als men zelf gaat zoeken. Top Dutch wil die breinpositie veroveren, zodat bedrijven zelf contact zoeken, of dat actief contact zoeken makkelijker wordt omdat ze je al kennen, en al een positief beeld hebben gevormd.



Merkstrategie Top Dutch. Van campagne naar sterk merk

De primaire associatie van Top Dutch staat momenteel synoniem met de ambitie om Tesla naar de regio te halen. Maar Top Dutch is tegelijkertijd ook: groter durven denken en trots zijn op waar je goed in bent. Vanuit deze kracht pakken we ook de bredere acquisitiecampagne op, immers dat wat voor Tesla belangrijk is, is ook voor andere bedrijven relevant. Het verhaal is niet anders, maar meer toegespitst op de te acquireren bedrijven of sectoren. Het merk vervult in deze de verbindende factor.

Samen met de andere merken

Het merk geeft fundament aan alle andere regioproposities en regiomerken. De regionale toeristische en economische marketingorganisaties met ieder ook hun eigen economische opgaves hebben profijt van een sterk internationaal gepositioneerd en allesomvattend merk. Ze kunnen met hun eigen campagnes aanhaken door gebruik te maken van het Top Dutch merk en waar nodig gebruikmaken van de Top Dutch content en kanalen. Andersom zal Top Dutch gebruik kunnen maken van reeds opgebouwde merkwaarde en content van de organisaties. Naadloze samenwerking en afstemming zorgt voor een over-en-weer versterkend effect. Alle content die door Top Dutch wordt geproduceerd staat kosteloos ter beschikking voor deze organisaties mits dit in de overall-strategie van Top Dutch past.

De drie lagen van het Top Dutch merk

1. **Top Dutch key campagnes**

   Twee- tot driemaal per jaar worden gerichte campagnes ingezet om specifieke bedrijven actief te benaderen, vergelijkbaar met hoe de Tesla campagnes werden gedraaid. Doel is om díe breinpositie te verkrijgen bij ondernemingen, nog voordat ze zich melden bij bijvoorbeeld de NFIA, en bekend te laten zijn met de sterke punten van de drie provincies. We willen bereiken dat de potentiële vestiger de Top Dutch regio als vestigingsplaats op de shortlist zet. Idealiter neemt de potentiële vestiger zelf rechtstreeks contact op met bijvoorveeld de NOM. De Top Dutch campagnes respecteren de gelaagdheidsstrategie van het Nationale Acquisitieteam en de NFIA maar zijn wel opvallend vrijgeestig in haar creativiteit en onorthodox in haar middelenkeuze. De stuurgroep *(zie SG3. Organisatie, financiën en afstemming)* bepaalt zelf deze campagnes en maakt hier budget voor vrij, afhankelijk van de belangrijkheid van de acquisitie. Bij de ene campagne kan het zijn dat we heel zwaar op social media inzetten, terwijl we bij een andere campagne meer inzetten op (digitale) presentaties, infographics, rijke content en relevant beeldmateriaal dat te gebruiken is voor actieve acquisitie. Uit meerdere gesprekken met de verantwoordelijken voor acquisitie in de drie provincies is namelijk gebleken dat behoefte aan ondersteunende middelen zeer groot is, ook binnen de organisaties die grond verkopen zoals o.a. gemeenten en havenbedrijven.

2. **Top Dutch endorsement**

   Tijdens de Tesla-campagnes kwam regelmatig de vraag voorbij of we bestaande bedrijven, evenementen en infrastructuren actief wilden ondersteunen met Top Dutch: zo graag verbindt men hun naam aan dit initiatief. Deze partijen zijn fantastische ambassadeurs voor het merk, hun projecten zijn vaak icoonprojecten waarin we onze voorsprong en onze ambitie op de belangrijke thema's kunnen tonen: deze partijen helpen we actief met hun promotie, met inzet van relatief kleine Top Dutch budgetten. Dit budget wordt niet aan deze partijen gegeven, maar onder Top Dutch supervisie worden deze partijen door Top Dutch actief ondersteund *(endorsed)*. We laten deze bedrijven vertellen wat er zo gaaf is aan onze regio! Maar denk bijvoorbeeld ook aan een internationaal Top Dutch magazine dat we in vliegtuigen verspreiden, en daar onze icoonprojecten in noemen. Denk aan publicatie van een icoonproject op de nieuwe Top Dutch website en via het te maken YouTube videokanaal. Denk aan ondersteuning op events, denk aan het branden van *Leeuwarden Culturele Hoofdstad = Top Dutch*, denk aan *TT Assen = Top Dutch Track*, denk aan Top Dutch reclame op Schiphol. Denk aan *Top Dutch Airport*, denk aan *Top Dutch Waddensea*, Top Dutch ambassades, borrels en events. In het budget is ruimte voor ondersteuning van meerdere icoonprojecten per jaar. Ook hier zal online een sterke rol spelen. Iedereen kan een endorsement project aanvragen, en de Top Dutch stuurgroep *(zie SG3.)* bepaalt.

3. **Iedereen is Top Dutch: brede, open branding**
   Top Dutch heeft iets bijzonders losgemaakt in onze regio. Inwoners, bedrijven, evenementen en vele stakeholders hebben gevraagd of ze ook Top Dutch mogen zijn. Hoe mooi is het dat deze ambassadeurs voor de regio zo enthousiast zijn en zo graag de regio willen helpen promoten. Hier spelen we graag op in: Top Dutch wordt van iedereen. Iedereen mag het label Top Dutch gebruiken. Graag zelfs. Daarom doen we iets bijzonders: we maken Top Dutch open: we maken een logo, een huisstijl, een content bank, een toolkit en een stijlgids. Iedereen die een Top Dutch campagne wil draaien, mag dat zelf (laten) doen: wel zelf financieren, maar het staat je vrij om ook Top Dutch te zijn. We hanteren een simpele regel: promoot Top Dutch vooral, maar we behouden wel het recht voor je offline te halen als je je niet aan de stijlgids houdt, of de Top Dutch strategie doorkruist. Als Top Dutch stuurgroep *(zie SG3.)* behouden we dat recht voor. De stuurgroep handelt als brand owner. De toolkit is vanzelfsprekend ook inzetbaar voor de twee andere lagen. Ook komen we met een webshop waarop iedereen Top Dutch spulletjes kan bestellen: brillen, stickers, shirts, noem maar op. De inkomsten van de webshop worden ingezet voor give-aways om charmante campagnes een duwtje in de rug te geven, en zo kan iedereen in de regio, maar ook internationaal en online onze trots, en waar we voor staan, uitdragen. Vergelijk deze open, brede branding-laag met *I Am Top Dutch* met *I Amsterdam* en *I Love New York*. We ondersteunen dit met een permanente online campagne.

Doelgroepen

Top Dutch richt zich primair op het acquireren van internationale bedrijven. Maar, we gaan breder dan dat: ook landelijke bedrijven reageren positief en zijn interessant. Onderschat bovendien niet de kans om met een enthousiaste campagne talent dat in de regio wordt opgeleid, over te halen hier te blijven werken, of om zelfs een bedrijf te vestigen. Bestaande regionale bedrijven willen we enthousiasmeren en trotser maken waardoor ze zich sterker wortelen, investeren en groeien. Daarnaast zijn er secundaire doelgroepen die van grote invloed kunnen zijn op het informeren en bewerken van potentiële bedrijven.

- Internationale bedrijven in specifieke sectoren *(wij willen ons in de Top Dutch regio vestigen)*
- Landelijke bedrijven in specifieke sectoren *(wij willen naar de Top Dutch regio verhuizen)*
- Eigen bedrijven *(trots om onderdeel van de Top Dutch regio te zijn)*
- Talent in de regio *(in de Top Dutch regio kun je goed werken en leven)*
- Economische Zaken en het NFIA *(positieve gezamenlijke profilering van Top Dutch regio)*
- Key-influencers zoals accountants, banken, advocatenkantoren, vastgoedpartijen *(er gebeurt wat in de Top Dutch regio)*
- Politiek Den Haag / Brussel *(Top Dutch heeft een positieve en sterke economische lobby)*
- Lokale en regionale overheden *(mooi dat we ons zo sterk profileren, we worden gezien)*
- Het publiek in de regio *(on-Noord Nederlands trots om in de Top Dutch te wonen en te werken)*

provincie groningen

Initio Hoofdkantoor
t.a.v. [redacted]
Helperpark 278
9723 ZA Groningen
Nederland (NL)

Datum : 16 november 2017
Documentnr. : 2017-100449
Dossiernummer : K6914
Behandeld door : [redacted]
Telefoonnummer : 06 [redacted]
Onderwerp : Definitieve gunning branding campagne Noord nederland

Geachte mevrouw [redacted],

Op 8 september 2017 heeft u bericht ontvangen dat de opdracht branding campagne Noord Nederland voorlopig aan uw organisatie gegund is.

Door de afgewezen inschrijvers is binnen 20 kalenderdagen na dagtekening van de voorlopige gunningsbeslissing geen kort geding aanhangig gemaakt bij de Rechtbank te Groningen. Derhalve wordt de opdracht definitief aan uw organisatie gegund.

Conform uw offerte verlenen wij u namens de drie noordelijke provincies hierbij de opdracht om de komende twee jaar invulling te geven aan de TopDutch brandingcampagne. De drie EZ gedeputeerden zijn overeengekomen dat de Provincie Groningen penvoerder is namens de drie Noordelijke Provincies.
Met uw organisatie zijn hierover de volgende afspraken gemaakt:

- De totale kosten van de totale campagne bedragen maximaal € 1,2 miljoen exclusief btw.
- De eerste drie campagneonderwerpen waarmee uw bureau zal starten zijn Agri/Dairy, Vergroening Chemie en Transport&Logistiek. De verdere campagneonderwerpen en campagne acties worden voorbereid in overleg met de EZ gedeputeerden en het kernteam.
- Concrete campagne activiteiten worden voorbereid en besproken in het kernteam en ter goedkeuring voorgelegd aan de drie EZ gedeputeerden. Pas na inhoudelijke en financiële goedkeuring van de EZ gedeputeerden wordt er gestart met verschillende deelactiviteiten. In het kernteam levert uw organisatie tweewekelijks een financieel overzicht van de voortgang (Inzet uren, aankoop materialen, middelen).
- Aan de hand van bovengenoemd financieel overzicht kunt u, in afwijking van hetgeen gesteld in de algemene inkoopvoorwaarden van de provincie Groningen omtrent betaaltermijnen, tweewekelijks uw termijnrekening indienen bij de provincie Groningen. Bij het indienen van rekeningen verzoeken wij u het volgende VPL nummer te vermelden: VPLnr.000035.
- Uw organisatie zal zorgdragen voor de monitoring en rapportage van de leads voortkomend uit de campagne, waarbij het aantal leads en de te verwachten arbeidsplaatsen van de succesvolle leads in beeld worden gebracht. Het doel van de campagne is het realiseren van succesvolle proposities die leiden tot de vestiging van grote internationale ondernemingen in Noord Nederland waardoor er voor 2000 mensen werk ontstaat

Voor deze opdracht is een verplichtingennummer (VPL) vastgelegd in de financiële administratie van de provincie Groningen. Wij verzoeken u dringend dit nummer te vermelden op de nota('s), die u achteraf zult sturen, ten laste van deze opdracht. Als dit nummer ontbreekt, resulteert dat in een langere afhandelingstermijn van de desbetreffende nota.

De nota's, bij voorkeur digitaal in één enkel PDF-bestand kunt u per mail zenden aan crediteurenadministratie@provinciegroningen.nl. Onder vermelding van zaaknummer (K6914) en verplichtingnummer VPLnr.000035, afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering, t.a.v. de heer K. Stadens. De tenaamstelling moet zijn:

Provincie Groningen
Crediteurenadministratie
Postbus 610
9700 AP GRONINGEN.

Facturen zonder de gevraagde informatie worden niet in behandeling genomen.

Op deze opdracht zijn het 'Inkoop- en Aanbestedingsbeleid provincie Groningen 2016-2020' en de 'Algemene Inkoopvoorwaarden (2015)' van toepassing. Deze documenten zijn te vinden op www.provinciegroningen.nl. Overige voorwaarden worden nadrukkelijk van de hand gewezen.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd en wensen u mede namens de Provincies Drenthe en Fryslan veel succes met de uitvoering van de campagne en zien uit naar de resultaten.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Groningen:

, voorzitter.

, secretaris.



provincie
groningen


groningen
@work

Date : 8-2-2019 16:45:55
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] Punter" [redacted] @drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl, "[redacted] @drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Talent aanbod Drenthe
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hoi allemaal,

Voor TopDutch Digital gaan we het IT ecosysteem Noord-NL in kaart brengen. Een onderdeel daarvan is het in kaart brengen van “talent aanbod”.
Hebben wij een lijst voor Drenthe met daarop:

1. Overzicht kennisinstellingen (MBO-HBO-WO)
2. Overzicht alle opleidingen die in Drenthe worden gegeven
3. Afstudeerrichtingen
4. Aantal studenten per richting/jaar

Hebben wij dit inzichtelijk? Of is het via databases inzichtelijk te maken? Of kunnen we schakelen met hoofden van de onderwijsinstellingen? Ik hoor het graag!

(Deadline is 15/2 voor TopDutch.. ;))

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]
[redacted]

IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 31-7-2017 14:47:53
From : "[redacted]drenthe.nl
To : "[redacted]drenthe.nl, "[redacted]drenthe.nl
Subject : Ter info:Persbericht prijsuitreiking en afsluiting campagne Topdutch
Attachment : Persbericht uitreiking hoofdprijs Are You Top Dutch[1].docx;ATT00001.txt;

Bijgaande ter info!

Groeten,
[redacted]

Dag [redacted]

Vanuit Assen reageer ik even namens Henk Brink. Ik heb zojuist geprobeerd je te bellen, maar kreeg je niet te pakken. Daarom even een mailtje.

Henk Brink is akkoord met het persbericht en de quote.

Ik begreep dat RTV Noord is benaderd om er vanavond bij te zijn. Is RTV Drenthe ook gevraagd?

Tot slot had ik nog twee tekstuele dingetjes. Kunnen we hier nog even over bellen? Ik ben de hele middag bereikbaar.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Communicatieadviseur
Team Communicatie

www.provincie.drenthe.nl
T: [redacted]
[redacted]drenthe.nl

-----Oorspronkelijk bericht-----
Van: Henk Brink
Verzonden: maandag 31 juli 2017 13:45
Aan: [redacted]
Onderwerp: FW: Persbericht prijsuitreiking en afsluiting campagne Topdutch
Urgentie: Hoog

Hoi [redacted]

Zie onderstaand bericht en het persbericht. Heb jij hier toevallig contact over gehad met Henk?

Groeten,

[redacted]

-----Oorspronkelijk bericht-----
Van: Mellies J.M.R. [mailto:J.M.R.Mellies@provinciegroningen.nl]
Verzonden: maandag 31 juli 2017 11:15
Aan: Henk Brink; Sander De Rouwe; Brouns P.H.R.
CC: [redacted]
Onderwerp: Persbericht prijsuitreiking en afsluiting campagne Topdutch

Beste allemaal,

Vanavond rond 19.00 uur vindt de prijsuitreiking plaats van de Topdutch campagne. Een mooi moment om een persbericht te versturen en daarmee dit deel van de campagne af te sluiten. In de bijlage vinden jullie een concepttekst van het persbericht.

Via deze mail wil ik het persbericht met jullie afstemmen. In de mail zitten nog een aantal quotes van de winnaar die we pas kunnen invullen nadat de prijs is uitgereikt. Bedoeling is dit bericht morgenochtend via de provincie Groningen te versturen zoals we dat tot nu toe ook steeds gedaan hebben. Vanavond zal Initio via social media al aandacht besteden aan de uitreiking van de prijs.

Reacties en opmerkingen ontvang ik liefst zsm maar graag uiterlijk vandaag voor 15.00 uur, zodat de inhoud van dit bericht vanavond na de uitreiking al gedeeld kan worden via social media.

Alvast heel erg bedankt voor jullie reactie.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

In ons Handvest voor Dienstverlening kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
http://www.provinciegroningen.nl/loket/onze-dienstverlening/kwaliteitshandvest/

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Date : 30-6-2017 16:07:58
From : " **drenthe.nl**
To : **"** **drentsparlement.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl**
Subject : Toezending Statenstuk 2017-806 Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie van Noord-Nederland
Attachment : 2017-806 (26-3.4-2017001882)-mb Lampe Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland.docx;2017-806 (26-3.4-2017001882)-mb Lampe Tweejarige campagne ter ondersteuning van internationale acquisitie Noord-Nederland.pdf;

Bij deze

Met vriendelijke groet,

Telefoonnummer ( )

provincie Drenthe

Statenstuk 2017-806

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer en mevrouw telefoonnummer (0592) 36 e-mail drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord-Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord-Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagne gaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjarenvisie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten.
De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet, onder voorbehoud van goedkeuring van uw Staten.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1. Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. *Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.*
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het Ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA (Invest in Holland). Deze campagne is niet bedoeld om één-op-één bedrijven naar Noord-Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. *Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel.*
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het Noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobbyinspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. *Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.*
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. *Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.*
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. *De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.*

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017.
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020.

Financiën

Het bedrag van € 400.000,-- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

Ter inzage in kamer C0.39

Assen, 30 juni 2017
Kenmerk: 26/3.4/2017001882

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter
mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit 2017-806-1

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van 30 juni 2017 , kenmerk 26/3.4/2017001882;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

provincie Drenthe

Statenstuk 2017-806

Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland

Voorgestelde behandeling:
- Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie op 13 september 2017
- Provinciale Staten op 27 september 2017
- fatale beslisdatum: 27 september 2017

Behandeld door de heer [redacted] en mevrouw [redacted] telefoonnummer (0592) 36 [redacted] e-mail [redacted] drenthe.nl
Portefeuillehouder: de heer H. Brink

Inleiding

a. Algemeen
Begin 2017 is de Noordelijke Topdutch campagne gericht op het binnenhalen van de Tesla batterijfabriek gelanceerd. Onder meer via een gerichte mediacampagne (Twitter, LinkedIn, Facebook) en de website topdutch.com. Hiermee heeft Noord-Nederland zichzelf internationaal op de kaart gezet. In juni 2017 is er een vervolg aan gegeven met de deelcampagnes Jobdutch en Electrify. Vanuit de Noordelijke provincies is de wens om deze campagne verder te ontwikkelen in Noordelijk verband in het kader van internationale profilering en acquisitie. Hierbij zal de branding van Noord-Nederland, ontwikkeld door het SNN worden meegenomen. De gewenste campagne gaat verder dan het aantrekken van Tesla, namelijk een brede campagne gericht op een aantal sterke noordelijke economische thema's. Conform de beleidsopgave 'Versterken concurrentiekracht' wordt gewerkt aan een Drentse acquisitiestrategie die voor de zomer 2017 gereed zal zijn. Eveneens wordt in dit kader een meerjarenvisie en strategie op economische marketing en profilering van Drenthe opgesteld, welke eind 2017 gereed zal zijn. In de totstandkoming hiervan wordt afstemming gezocht met Drentse stakeholders, zoals gemeenten en koepelorganisaties. Beide strategieën vormen de basis voor de Drentse input in de Noordelijke campagne en acquisitieactiviteiten.
De provincie Groningen is penvoerder namens de provincies Fryslân en Drenthe en wil garant staan voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de campagne om de continuïteit te borgen.

b. Europese aspecten
De provincie Groningen is aanbestedende dienst. Deze aanbesteding wordt uitgevoerd conform Europese wet- en regelgeving. De opdracht wordt middels een Europese Aanbestedingsprocedure in de markt gezet, onder voorbehoud van goedkeuring van uw Staten.

c. Economie/werkgelegenheid
Het streven is om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren.

d. Participatie
Provincies Groningen en Fryslân, SNN en de NOM.

Advies

1. Een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren.
2. Hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Doelstelling uit de begroting

2.2.1. Stimulering van innovatief ondernemerschap en ondernemersklimaat.

Argumenten

1.1. *Met deze campagne zal het Noorden (inter)nationaal beter in beeld komen bij internationale prospects en andere beslissers.*
Niet alleen internationaal speelt het Noorden zich in de kijker als vestigingslocatie in Nederland, maar ook de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) krijgt het Noorden meer 'on top of mind'. De NFIA is het agentschap van het Ministerie van Economische Zaken die de eerste contacten legt voor internationale bedrijven die zich mogelijk willen vestigen in Nederland. Voor het noorden is de NOM het eerste aanspreekpunt voor de NFIA. Daarmee wordt het Noorden aangesloten op de internationale profilering- en acquisitie inspanningen van de NFIA (Invest in Holland). Deze campagne is niet bedoeld om één-op-één bedrijven naar Noord-Nederland te halen, zoals bij de Tesla campagne wel het geval is.

1.2. *Het versterkt de Noordelijke samenwerking en zal effect sorteren op het gebied van lobby in Den Haag en Brussel.*
De campagne draagt bij aan het op de kaart zetten van het Noorden. Door samen op te trekken in acquisitie staat het Noorden sterker en wordt onderlinge concurrentie vermeden. Deze zichtbaarheid zal ondersteunend werken op de lobbyinspanningen. Daarnaast creëert het een saamhorigheidsgevoel door de samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en overheid.

1.3. *Deze activiteiten zijn aanvullend en versterkend voor de Drentse economische profilering en marketing.*
Momenteel wordt gewerkt aan de economische marketing en profilering van Drenthe, na de focus van Marketing Drenthe op vrijetijdseconomie. Streven is om u in het vierde kwartaal van 2017 een voorstel te doen met een Statenstuk met een gedragen meerjarenvisie -strategie en meerjarig uitvoeringsplan op het brede gebied van economie, innovatie, ondernemerschap en acquisitie.

1.4. *Indirecte doelstelling is om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne.*
Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

2.1. *De middelen uit het saldo van de Rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM zijn voor deze doeleinden bedoeld en de ruimte is toereikend.*

Tijdsplanning

- Ontwikkeling van de campagne voorzien op eind december 2017.
- Uitvoering van de campagne in 2018-2019 met mogelijke uitloop naar 2020.

Financiën

Het bedrag van € 400.000,-- kan uit aanwezige middelen worden gedekt. Bij de aankoop van de aandelen van NOM in 2016 is vastgelegd dat een deel van de opbrengsten ingezet kan worden voor projecten t.b.v. de noordelijke economie. Dit bedrag dat beschikbaar is gesteld door alle aandeelhouders staat op de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM bij de provincie Drenthe.

Monitoring en evaluatie

Tijdens de campagne zullen effectmetingen uitgevoerd worden, de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U wordt via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte gehouden.

Communicatie

De provincies Groningen en Fryslân worden rechtstreeks geïnformeerd. Naar verwachting zal er een gezamenlijk, noordelijk persbericht worden opgesteld. Verdere (strategische) communicatie vindt plaats in afstemming met Hoofden Economische Zaken en/of Noordelijk Economische Zaken gedeputeerden overleg.

Bijlagen

Ter inzage in kamer C0.39

Assen, 30 juni 2017
Kenmerk: 26/3.4/2017001882

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

J.J. van Aartsen, voorzitter
mevrouw mr. A.M. van Schreven, secretaris

/coll.

*Ontwerp*besluit 2017-806-1

Provinciale Staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van Drenthe van 30 juni 2017 , kenmerk 26/3.4/2017001882;

BESLUITEN:

1. een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân vorm te geven en uit te laten voeren;

2. hiertoe maximaal € 400.000,-- beschikbaar te stellen vanuit de rekening-courantrekening saldo Aandeelhouders NOM.

Assen, 27 september 2017

Provinciale Staten voornoemd,

, griffier , voorzitter

/coll.

Date : 19-11-2018 11:21:27
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] ([redacted] nitio.nl)" [redacted] initio.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl"[redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] nom.nl"[redacted] nom.nl, "[redacted] fryslan.frl"[redacted] fryslan.frl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Top Dutch Digital
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hoi allemaal,

Was er al een app-groep aangemaakt? Want dan denk ik dat mn nummer niet juist is haha (06[redacted]).
En voor de volgende meeting > wo. 28 november 9-11 @ Groningen. Is dat voor jullie het enige beschikbare tijdstip op die dag?

Hoor graag!

Succes met het 'huiswerk' ;)

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]
@[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 3-5-2017 9:06:54
From : "
To : " **drenthe.nl**
Cc : " **drenthe.nl**
Subject : TopDutch & Prinsjesfestival
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hoi

Gezien?
http://www.rtvnoord.nl/nieuws/177605/Tesla-campagne-Top-Dutch-krijgt-vervolg

http://www.dvhn.nl/drenthe/Drenthe-krijgt-ambassade-in-Den-Haag-22182262.html

Met vriendelijke groeten,

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 13-12-2018 15:38:16
From : " **topdutch.com**
To : " **provinciegroningen.nl, "** **fryslan.frl, "**
drenthe.nl, " **provinciegroningen.nl, "**
@provinciegroningen.nl, **@fryslan.frl,** **@fryslan.frl, "**
drenthe.nl, " **nom.nl, "** **nom.nl, "S**
a@nom.nl, " **nom.nl, "** **@nom.nl**
Cc : " **initio.nl**
Subject : TopDutch chemie campagne: update!
Attachment : TopDutch thema campagne chemie_update 13 december .pdf;

Goedemiddag allen!

Nog een paar dagen tot de TopDutch Chemie campagne van start gaat. Dit keer niet groots met een zonnebrillen-actie of billboards in Silicon Valley, maar inhoudelijk sterk en héél doelgericht. Zo goed mogelijk ons campagnebudget inzetten. Om onze boodschap tussen de oren te krijgen bij de mensen die tellen; potentiele vestigers en hun adviseurs.

In de bijlage vinden jullie een overzicht van de campagne zoals deze nu is ingericht.

Wat je moet weten:

- Wat? Thema campagne: Chemport Europe/TopDutch oplossingen voor het vergroenen van de chemische industrie.
- Waar? Landen: Japan, Duitsland, VS.
- Wie? Key influencers chemische industrie (advieskantoren/international location services) en chemische industrie breed in de drie landen.
- Hoe? De campagne is opgebouwd uit verschillende fases: van paid advertenties op Linkedin, naar organisch en lead nurturing via b2b marketing automation.
- Waarom? TopDutch, met Chemport Europe, positioneren als koploper in het vergroenen van de chemie. Opvallen, contact maken en breinpositie opbouwen bij chemie bedrijven die willen vergroenen, potentiele vestigers en hun adviseurs.

Morgen ontvangen jullie ook vast het eerste artikel in de reeks Chemical TopStories, het verhaal over Green Building Blocks.

Ik hoop jullie hiermee voor nu voldoende te hebben ingelicht, bij vragen/opmerkingen laat het vooral even weten.
Wij zetten de laatste puntjes op de 'i', zo goed als klaar om van start te gaan!

Wij hebben er zin in.

Groeten,
en

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

TopDutch. Chemie campagne.

Campagne.

1. Recap: Campagne opbouw
2. Lancering: 16 december
3. Overall campagneplan
4. Campagne - deel 1: 16 december - 23 december
5. Campagne - deel 2: 14 januari - 14 februari
6. Campagne - deel 3: 14 januari - eind 2019 (overlap deel 2)
7. Reporting

1. Recap: Campagne opbouw

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNES

Propositie

Stap 0:
Basispropositie thema (aangeleverd door NOM)

Contentstrategie

Online strategie

10.2g



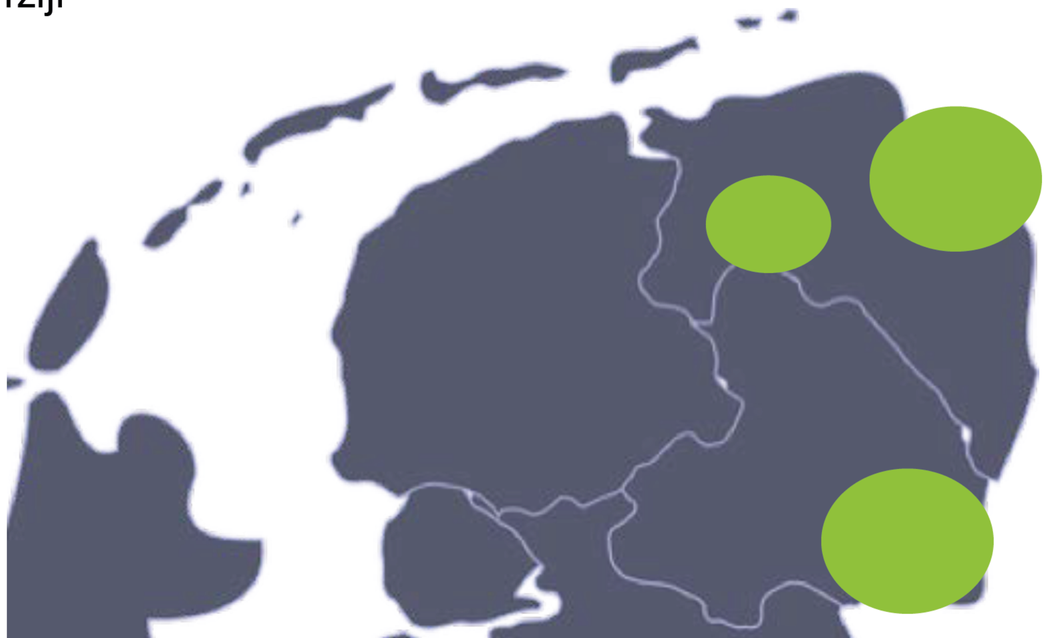
Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

STAP 0 BASIS PROPOSITIE

1. Chemie

- Established agri-infrastructure, large existing integrated bio-refinery sites and trustworthy supply chain partners
- Regional feedstock position: sugarbeets, potato, grain, grass
- Chemport Europe: Two sizable integrated chemical clusters in Emmen and Delfzijl
- Integration with large scale off-shore wind
- Deepsea port(s) that ensure feedstock flexibility
- Supplychain partners
- Availability of Human Capital; structural cooperation between research and education institutes and industry on training and education (from process operator level to MSc.)
- World renowned research institutes



Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

STAP 1 KEY STORIES

Campagnetijd - deel 1

Campagnetijd - deel 2 & 3

1. **The Future of Plastics**



2. **Industry CO_2 reduction**



3. **Green building blocks**



4. **Collaboration & chain integration**



5a. **Investment & business climate**

5b. **Human capital & lifestyle**

5c. **Industry development**

Hoe?

Input: NOM/Provincie/Industrie

- Vier key stories
- Drie-delige story vestigingsklimaat
- Doelgroepen
- Netwerken/influencers
- Media-momenten

Content schrijven: Journalist

Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

STAP 2 SUPPORTING HUB CONTENT

Let op! Na lancering 'hub' platform-website



Hoe?

Ophalen van content bij:

- Industry partners content, hier: Chemport Europe.
- Lead generation / acquisitie content, hier: NOM en Chemport Europe.
- TopDutchTalent content: zoals company en talent profielen.

Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

STAP 3 SOCIAL MEDIA EN ONLINE CONTENT SNIPPETS INCL. SEO/SEA

Campagnetijd - deel 1, 2 & 3



Hoe?

Creatie snippets en social media campagne

- Doelgroep targeting plan
- Campagne mediabudget
- Story dripping plan
- Online journey set-up
- Campagne optimalisatie

Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

STAP 4 ONLINE JOURNEY EN LEAD GENERATION

Campagnetijd - deel 1, 2 & 3



Hoe?

Online journey development

- Social retargeting
- Opt-in
- Newsletters
- Lead profiling, scoring and ranking
- Opportunity management

Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

STAP 5 LEAD FOLLOW UP

Campagnetijd - deel 2, 3 & ...



Hoe?

Lead follow up door NOM

- Follow-up call
- Conversie-gerichte communicatie
- Bid books
- Investering

2. Lancering: 16 december

Dit gaan we doen.

- **Lancering campagne bij TopDutch Derby: FC Groningen - FC Emmen**
  - **Wedstrijdbal sponsor**
  - **Boarding in stadion: voor en na de wedstrijd**
  - **Korte presentatie door**

- **Officiële start online campagne**

3. Overall campagneplan

Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

CAMPAGNE PLAN



*CPM is cost per mille;
kosten per duizend vertoningen

Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

CAMPAGNE PLANNING



Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE



4. Campagne - deel 1:
16 december - 23 december
Campagne kick-off

Dit gaan we doen.



Waar de focus ligt.




10.2g
10.2g
10.2g
10.2g
10.2g
10.2g
10.2g
10.2g
10.2g

Hoe we dit doen.



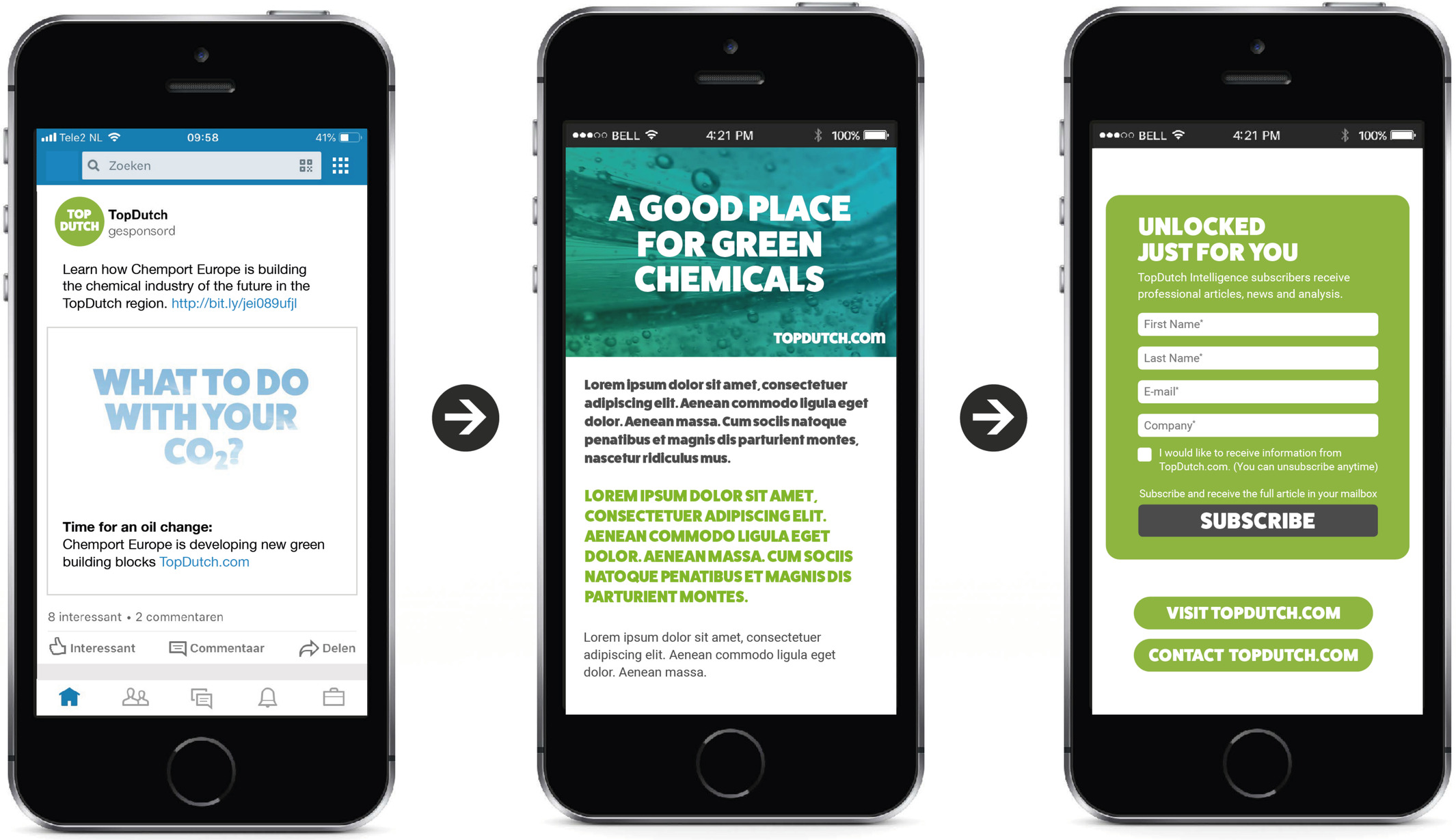
Chemie

TOPDUTCH THEMA CAMPAGNE CHEMIE

CAMPAGNETIJD - DEEL 1: 16 december - 23 december 2018



Hoe het er uit ziet.


Tele2 NL
09:58
41%
Zoeken
TOP DUTCH
TopDutch
gesponsord
Learn how Chemport Europe is building the chemical industry of the future in the TopDutch region. http://bit.ly/jei089ufjl
WHAT TO DO WITH YOUR CO2?
Time for an oil change:
Chemport Europe is developing new green building blocks TopDutch.com
8 interessant • 2 commentaren
Interessant
Commentaar
Delen
BELL
4:21 PM
100%
A GOOD PLACE FOR GREEN CHEMICALS
TOPDUTCH.COM
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT. AENEAN COMMODO LIGULA EGET DOLOR. AENEAN MASSA. CUM SOCIIS NATOQUE PENATIBUS ET MAGNIS DIS PARTURIENT MONTES.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa.
BELL
4:21 PM
100%
UNLOCKED JUST FOR YOU
TopDutch Intelligence subscribers receive professional articles, news and analysis.
First Name*
Last Name*
E-mail*
Company*
I would like to receive information from TopDutch.com. (You can unsubscribe anytime)
Subscribe and receive the full article in your mailbox
SUBSCRIBE
VISIT TOPDUTCH.COM
CONTACT TOPDUTCH.COM

5. Campagne - deel 2:
14 januari - 14 februari
Campagne & optimalisatie

Wat we gaan doen.



6. Campagne - deel 3
14 januari - eind 2019

10.2g



Chemie

TOPDUTCH SOCIAL LISTENING

CAMPAGNETIJD - DEEL 3 : 14 januari - eind 2019



Wat we gaan doen.



7. Reporting

Wat we gaan doen.

- **Deel 1: Tussen- en eind rapportage**

- **Deel 2 & 3: Google Data Studio dashboard; met twee-wekelijkse rapportage via mail**

TOPDUTCH

A good place to be great

Date : 5-2-2019 9:03:21
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Topdutch digitaal
Attachment : image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Israël, en land dat innovatie ademt; Israël. Het land staat wereldwijd te boek als een plek met een buitengewoon vooruitstrevende economie waar hoogwaardige technologische ontwikkelingen elkaar in rap tempo opvolgen. Innovatie en Israël. Toegegeven: het is geen combinatie die regelmatig het nieuws haalt. En toch staat Israël wereldwijd bekend als een van de meest vooruitstrevende landen ter wereld. Tel Aviv, waar wij deze reis zullen verblijven, is bovendien na San Francisco uitgeroepen tot de beste locatie om een IT-bedrijf te starten. Sterker nog, de hightech-industrie is één van de belangrijkste pijlers van de Israëlische economie.

De kracht van Israëlische hightech is onmiskenbaar. 15% van de mondiale investeringen in cybersecurity gaat naar Israël en meer dan 250 internationaal opererende techbedrijven hebben er een R&D-afdeling. Hierbij gaat het veelal om Amerikaanse partijen, maar ook Chinese en Koreaanse bedrijven vinden hun weg naar Israël. Israël is niet alleen een uitvalsbasis van techgiganten, het is ook een broedplaats voor start-ups. Tussen 1999 en 2014 richten Israëliërs meer dan 10.000 start-ups op, waarvan grofweg de helft vandaag de dag nog steeds bestaat. Een vraag die zich onvermijdelijk aandient: hoe slaagt Israël er ondanks vele beperkingen - er wonen slechts acht miljoen mensen, de geografische ligging is niet gunstig en de politieke situatie is instabiel - toch in om aan de internationale top mee te draaien?

Technion technologie-instituut in Haifa; de meest innovatieve universiteit van Israël die ook op internationale ranglijsten hoge ogen gooit. Een van de kenmerken van Israëlische universiteiten is hun sterke connectie met het bedrijfsleven en aandacht voor ondernemerschap.

Daarnaast Zuid Korea als interessante markt, en San Fransisco, maar dat ligt mogelijk iets te voor de hand.

Met vriendelijke groet,

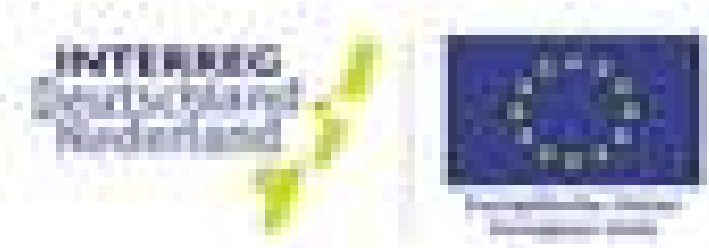
[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 14-2-2019 16:53:45
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] @drenthe.nl, [redacted] @drenthe.nl, "[redacted]"
[redacted] @drenthe.nl, [redacted] @drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : TopDutch Digital >> aanvullingen
Attachment : Drenthe ecosysteem.docx;Feiten en cijfers Drenthe.docx;image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hoi allemaal,

Voor TopDutch Digital hebben we de opdracht om digitale ecosysteem Drenthe in kaart te brengen. In de bijlage een eerste aanzet. De kopjes zijn gebaseerd op die van Groningen. Die vullen we nu in met Drentse en Friese invulling. Zouden jullie er naar willen kijken? Aanvullingen hoor ik graag uiterlijk morgenmiddag 13 uur. Dan kan ik het verwerken en doorsturen naar de TD club.

In de andere bijlage een overzichtje van wat achtergrond info. Aanvullingen hoor ik graag ☺.

Bedankt!

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Drenthe is een proeftuin voor technologische ontwikkelingen. De toepassingsplek voor slimme oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken (lokaal-regionaal-nationaal-Europees-mondiaal-cyberspace).
(Dit geldt natuurlijk voor heel Noord-Nederland, zie RIS3)

Koppeling Onderwijs/Ondernemers

- ICT Academie opgezet door IT ondernemers o.a. Nidaros RPA - Hoogeveen: Alfa College, Windesheim, Osnabrück (PPS)
- Innovatie Werkplaats Assen (IT/tech ondernemers, overige sectoren, studenten, IBDO) (PPS)
- Innovatie Atelier NHL-Stenden (PPS)
- Groningen Digital Business Center (RUG)
- Health Hub Roden

Digitale Veiligheid

- Digital Trust Center Noord-Nederland
- Zie ppt in bijlage

Digitaliseren MKB

- Ik Ben Drents Ondernemer (komt een digitale + op)
- Zie concept digitale economie in bijlage

Versterken Ondernemerschap

- Ik Ben Drents Ondernemer (start-groei-innovatie-internationale handel-financiering)

Digitalisering Industrie

- Region of Smart Factories
- Innovatiecluster Drachten
- Smart Industry Hub/ Digital Innovation Hub (i.o.)
- Eerste shared smart factory van NL in Emmen: Technologies Added

Digitale Geletterdheid/Digital skills

- Skillslab Skills 4 future (RIF)
- Regionaal co-makership (RIF, ICT Academie)
- RUG en OTIB digitaal vakmanschap
- Digitale geletterdheid étapunt Noord
- Google en VHTO meisjes in de techniek
- Gas 2.0 (RIF)
- Make IT work in the North
- CodeGorilla (Drentse startup)

AI/Data Science

- ASTRON
- Datafabriek Meppel i.o.

Internet of Things (LoRaWAN en 5G)

- Drents Internet der Dingen Initiatief
- 5G fieldlab smart farming Innovatie Veenkoloniën

Netwerken:

- Ik Ben Drents Ondernemer
- Dutch Tech Zone
- Odyssey Hackathon

- Blockchainlab Drenthe
- IoT Meetup community
- NOO

Bestuurlijke netwerken
- EBNN
- Dutch Tech Zone
- Regio Zwolle
- Groningen-Assen
- SNN

Funding:
- IBDO
- MKB-Fonds Drenthe
- EU Fondsen (SNN)
- NOM
- Flinc

Incubators
- IBDO Ondernemersfabriek Drenthe
- Technologies Added
- International Startup Facilitator Programme
- Health Hub Roden (zorg en sensortechnologie / Center of expertise)

Workspace
- Ondernemersfabriek Drenthe
- Drentsche Zaak
- Growing Emmen
- RLS1957

Feiten en cijfers

WIFI is made in Drenthe
https://www.rtvdrenthe.nl/nieuws/138665/Wifi-is-Made-in-Drenthe

Bluetooth is made in Drenthe
https://www.dvhn.nl/archief/Emmer-uitvinder-Bluetooth-opgenomen-in-Hall-of-Fame-20865009.html?harvest_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Furl%3Fsa%3Dt%26rct%3Dj%26q%3D%26esrc%3Ds%26source%3Dweb%26cd%3D6%26ved%3D2ahUKEwiEprn7rrvgAhVCI1AKHWcuDe0QFjAFegQICRAB%26url%3Dhttps%253A%252F%252Fwww.dvhn.nl%252Farchief%252FEmmer-uitvinder-Bluetooth-opgenomen-in-Hall-of-Fame-20865009.html%26usg%3DAOvVaw0AN8QMncEYUPDiFFccgJFD

Dat er uit Drenthe technieken komen die de wereld hebben veranderd weten we. Denk maar aan bluetooth. Maar er is meer. Wifi bijvoorbeeld.

Joeri van Leeuwen van Sterrenkundig instituut ASTRON uit Dwingeloo benadrukt het nog maar eens. Niet iedereen weet het. "In 1971 is het bedacht door drie mensen bij Astron. Ze keken naar een manier om de radiosignalen zo efficiënt mogelijk te meten. Dat hebben ze opgeschreven en dat is het patent van wifi."

Grootste computer van Nederland in Westerbork

In de sterrenkunde worden meer technieken ontwikkeld die nu in onze samenleving worden gebruikt. "We hebben net de grootste computer van Nederland in Westerbork aangezet. Die verwerkt al meer data dan we gebruiken in heel Nederland. Veel ontwikkelingen van ons zitten nu in zendmasten en in chips in computers."

Volgende week maandag en dinsdag zitten deskundigen en techneuten bij elkaar om na te denken over big data. ASTRON is straks het instituut in de wereld dat alle data van een nieuw SKA netwerk verwerkt. Dat komt neer op 160 terabyte per seconde. Meer dan dat er in de wereld wordt gebruikt voor internet. Maar daar moet wel techniek voor worden ontwikkeld.

We denken na over 7G en 8G

ASTRON is een internationaal instituut waar veel nieuwe technieken worden uitgevonden. "We zorgen dat de wereld nog verder gaat veranderen. In de schotels in Westerbork zitten nu ontvangers die straks gaan zorgen voor 7G en 8G. We praten nu over 5G, maar wij zijn al verder."

ASTRON
https://www.nu.nl/wetenschap/5718441/interview-nederland-leidend-bij-bouw-grootste-radiotelescoop-ter-wereld.html

Handige documenten van NFIA op gebied IT:

https://investinholland.com/industries/information-technology/

https://investinholland.com/nfia_media/2015/04/NFIA_InformationTechnology_Brochure2016.FINAL_.WW_.pdf

https://investinholland.com/nfia_media/2018/04/NFIA-Cyber-Security-Brochure.pdf

Broadband

With the highest broadband penetration per capita in the world — 99% of all households—as well as one of the world's fastest average broadband speeds, the Netherlands is one of Europe's most-wired and cyber-secure countries. It also directly links continental Europe to North America, with most transatlantic sea cables going directly to the Netherlands.

Bron: NFIA

Steeds meer glasvezel in buitengebieden, Randstad blijft achter

Vorige week werd de mijlpaal van de drie miljoenste glasvezelaansluiting in ons land bereikt. De spade om deze aansluitingen te realiseren gaat weer vaker de grond in dan een paar jaar geleden. De afgelopen anderhalf jaar is vooral in de buitengebieden een inhaalslag gemaakt. In de grote en middelgrote steden, en dan met name in de Randstad, blijft de groei van het aantal aansluitingen achter. Het kabinet heeft als doel gesteld dat álle Nederlanders in 2023 over snel vast breedbandinternet (minimaal 100 Megabit per seconde) beschikken.

Nieuwsbericht Rijksoverheid
Nieuwsbericht NOS
Glaskaart adviesbureau Stratix

>> dit laat zien dat de bottom-up aanpak vanuit o.a. Drenthe werkt! www.verbinddrenthe.nl

Drenthe/Noord-NL sterk in: cooperatieve aanpak, bottom-up

Minor Ethical Hacking – uniqyue in Europe (NHL-Stenden Emmen)

https://www.nhlstenden.com/en/courses/information-technology

Internet of Things Lab NHL Stenden -Emmen

The IT programme in Emmen makes use of the Internet of Things Laboratory (IoT Lab). It has the latest innovative devices available, including a Microsoft Surface Hub, Virtual Reality equipment, and robots. In addition to this lab, there is also MyConcept, a Fabrication Laboratory where students can use 3D printers to print their designs.

Catawiki

https://fd.nl/fd-persoonlijk/1279189/catawiki-directeur-ravi-vora-ik-wil-orde-scheppen
https://www.rtvdrenthe.nl/nieuws/142526/Catawiki-prijkt-op-internationale-Unicorn-lijst
https://northerntimes.nl/catawiki-on-the-verge-of-joining-international-unicorn-list/

Virtual reality
Moyosa Media (Assen)
https://www.vogue.in/content/this-is-how-technology-is-changing-the-way-we-see-art/
https://www.dutchcowboys.nl/business/unieke-vr-beleving-voor-nieuwe-concept-car-van-skoda
https://moyosamedia.com/

Dronehub Eelde
https://www.rtvnoord.nl/nieuws/202887/DroneHub-gaat-met-drones-vliegen-op-Groningen-Airport-Eelde

Internet of Things (via LoRaWAN en 5G)
Lectoraat Hanzehogeschool Assen https://www.hanze.nl/nld/onderwijs/techniek/instituut-voor-engineering/onderzoek/onderzoek/sensor-technology-smart-systems

Center of Expertise smart & sustainable manufacturing i.o.
https://rosf.nl/de-resultaten-van-rosf-2-studenten-nhl-stenden-doorlopen-in-rosf-steile-smart-industry-leercurve/

Drents Internet der Dingen Initiatief
https://www.samenwerkingnoord.nl/algemeen/drenthe-zet-met-didi-in-op-kansen-internet-of-things/

5G Fieldlab Smart Farming
https://www.nieuweoogst.nu/nieuws/2018/10/17/pilot-5g-fieldlab-van-start-in-valthermond

Drenthe gelukkigste provincie
https://www.trouw.nl/home/noord-drenthe-niet-rijk-wel-het-gelukkigst~af0d300e/
https://www.dvhn.nl/drenthe/Inwoners-van-Drenthe-het-gelukkigst-Stad-Groningen-juist-ongelukkig-22221950.html


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 15-2-2019 15:53:10
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "'[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] ([redacted] nitio.nl)" [redacted] initio.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl'" [redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] fryslan.frl, "[redacted] @leeuwarden.nl'" [redacted] @leeuwarden.nl, "[redacted] nom.nl'" [redacted] nom.nl, "[redacted] topdutch.com'" [redacted] topdutch.com
Cc : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : TopDutch Digital Input Drenthe
Attachment : Drenthe ecosysteem.docx;Feiten en cijfers Drenthe.docx;CONCEPT Digitale Economie Drenthe.pdf;Cybersafety en Cybersecurity Drenthe.pdf;image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hoi allemaal,

Hierbij de input vanuit Drenthe op de 2do's.
Bijlage 1. Aanvulling ecosysteem overzicht Jesse (ook nog niet uitputtend) > en bijlage overzicht cybersecurity en Digitale Economie concept.
Bijlage 2. Facts & Figures

Talent aanbod in kaart volgt volgende week! Bleek lastiger dan gedacht omdat we niet 1 database hebben en 2/3 komt van private aanbieders.

Campagne Key Stories:
1. Cybersecurity
2. Big Data en AI (o.a. ASTRON)

Over de andere verhaallijnen hadden we tijdens de meeting op 5/2 nog niet besloten.

Voor Drenthe/NNL zouden we graag terugzien het proeftuin/toepassingsregio verhaal. Slimme oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken door:
Internet of Things (dat is via LoRaWAN en 5G); blockchaintechnologie; VR/AR/MR/; (serious) gaming smart industry
Dit raakt dan uiteraard ook weer aan onze NNL sectoren zoals smart farming, smart mobiliy, smart dairy, watertechnology, logistiek etc.

Aangezien Smart Industry niet tot de 6 door de bestuurders gekozen onderwerpen behoord, zou ik adviseren om deze toe te voegen als lijn in TopDutch Digital.
(Feitelijk gezien is Smart Industry een specifieke invulling binnen het Internet of Things en dan gericht op de maakindustrie.)

Aanvulling op interview lijst:

1. Cybersecurity:
    a. NHL-stenden (Emmen) Minor Certified Ethical Hacking is uniek in Europa. (IoT lab, etc. naam volgt!)
    b. Defensie Drenthe
    c. Loran Kloeze jonge cybersecurity expert die bijv. het datalek rond stemwijze in 2017 aankaartte.

2. Big Data / AI
    a. ASTRON – [redacted]
    b. [redacted] - RedKarma

Nadenken over:
• Doelgroep voor campagne > is afhankelijk van wat we kiezen als hoofd missie en subthema (cybersecurity; Big Data; IoT;…)
Wat denkrichtingen:
NFIA: beeld NNL als proeftuin (en aanpassingen in hun huidige verhaal internationaal)
IT Talenten wereldwijd > NNL heeft veel gave niche bedrijven en allemaal zijn ze op zoek naar IT-toptalent (in breedste zin van het woord). Bij de sectoren als logistiek en landbouw/dairy kun je gericht bedrijven aangeven om binnen te halen. Bij digitaal is het denk ik meer NNL als toplocatie neerzetten om talent en startups aan te trekken.
Een link met Internationale startups is er al via het int. Startup facilitator programma

• 3 bedrijven om 'binnen te halen' (per Provincie)
Voor Drenthe zijn bijv. bij SI de OEM'ers het meest interessant. "Original Equipment Manufacturers". Zelfscheppende partijen. Nu zien we vooral veel toeleveranciers.
OEM'ers trekken andere bedrijven aan en mee. Moet me er verder in verdiepen om hier nu gericht een aantal namen van bedrijven neer te kunnen zetten.

Vorige keer aangegeven acquisitie gericht op Europees Datacenter voor de telescoop (missie ASTRON/NL) >> wel eerst voorleggen bij ASTRON of dat hen helpt in de lobby/acquisitie.
PR 'inhaak' linkjes voor TopDutch Digital:

- Internationale Internet of Things Hackathon @ Technologies Added 9-10 maart
- Odyssey Hackathon april

Tot zover voor nu,
Ik hoor graag wat er nog meer nodig is! ☺

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Drenthe is een proeftuin voor technologische ontwikkelingen. De toepassingsplek voor slimme oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken (lokaal-regionaal-nationaal-Europees-mondiaal-cyberspace).
(Dit geldt natuurlijk voor heel Noord-Nederland, zie RIS3)

Koppeling Onderwijs/Ondernemers

- ICT Academie opgezet door IT ondernemers o.a. Nidaros RPA - Hoogeveen: Alfa College, Windesheim, Osnabrück (PPS)
- Innovatie Werkplaats Assen (IT/tech ondernemers, overige sectoren, studenten, IBDO) (PPS)
- Innovatie Atelier NHL-Stenden (PPS)
- Center of Expertise Smart & Sustainable Manufacturing (i.o.)
- Groningen Digital Business Center (RUG)
- Health Hub Roden

Digitale Veiligheid

- Digital Trust Center Noord-Nederland
- ASTRON en KNMI space weather
- Zie ppt in bijlage

Digitaliseren MKB

- Ik Ben Drents Ondernemer (komt een digitale + op)
- Smart Industry HUB (o.a. assessment)
- Zie concept digitale economie in bijlage

Versterken Ondernemerschap

- Ik Ben Drents Ondernemer (start-groei-innovatie-internationale handel-financiering)

Digitalisering Industrie

- Region of Smart Factories
- Innovatiecluster Drachten
- Smart Industry Hub/ Digital Innovation Hub (i.o.)
- Eerste shared smart factory van NL in Emmen: Technologies Added

Digitale Geletterdheid/Digital skills

- Skillslab Skills 4 future (RIF)
- Regionaal co-makership (RIF, ICT Academie)
- RUG en OTIB digitaal vakmanschap
- Digitale geletterdheid étapunt Noord
- Google en VHTO meisjes in de techniek
- Gas 2.0 (RIF)
- Make IT work in the North
- CodeGorilla (Drentse startup)
- Center of Expertise Smart & Sustainable Manufacturing (i.o.)
- Lectoraat Smart Sensoring Hanzehogeschool Assen

AI/Data Science

- ASTRON
- Datafabriek Meppel i.o.

Internet of Things (LoRaWAN en 5G)

- Drents Internet der Dingen Initiatief
- 5G fieldlab smart farming Innovatie Veenkoloniën

Netwerken:

- Ik Ben Drents Ondernemer
- Dutch Tech Zone
- Odyssey Hackathon
- Blockchainlab Drenthe
- IoT Meetup community
- NOO

Bestuurlijke netwerken

- EBNN
- Dutch Tech Zone
- Regio Zwolle
- Regio Groningen-Assen
- SNN

Funding:

- IBDO
- MKB-Fonds Drenthe
- EU Fondsen (SNN)
- NOM
- Flinc

Incubators

- IBDO Ondernemersfabriek Drenthe
- Technologies Added
- International Startup Facilitator Programme
- Health Hub Roden (zorg en sensortechnologie / Center of expertise)

Workspace

- Ondernemersfabriek Drenthe
- Drentsche Zaak
- Growing Emmen
- RLS1957

Drentse Parels voor verhaallijnen

- ASTRON (big data, supercomputing)
- Catawiki
- Moyosa Media (internationale experts en pioniers in het creëren van digitale beleving: VR, AR, alternative reality)
- Team6 Studios (gaming)
- Nidaros (Robotic Process Automation) en initiator ICT Academie
- Technologies Added ,NL 1e shared smart factory
- DACOM

Feiten en cijfers

WIFI is made in Drenthe
https://www.rtvdrenthe.nl/nieuws/138665/Wifi-is-Made-in-Drenthe

Bluetooth is made in Drenthe
https://www.dvhn.nl/archief/Emmer-uitvinder-Bluetooth-opgenomen-in-Hall-of-Fame-20865009.html?harvest_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Furl%3Fsa%3Dt%26rct%3Dj%26q%3D%26esrc%3Ds%26source%3Dweb%26cd%3D6%26ved%3D2ahUKEwiEprn7rrvgAhVCI1AKHWcuDe0QFjAFegQICRAB%26url%3Dhttps%253A%252F%252Fwww.dvhn.nl%252Farchief%252FEmmer-uitvinder-Bluetooth-opgenomen-in-Hall-of-Fame-20865009.html%26usg%3DAOvVaw0AN8QMncEYUPDiFFccgJFD

Dat er uit Drenthe technieken komen die de wereld hebben veranderd weten we. Denk maar aan bluetooth. Maar er is meer. Wifi bijvoorbeeld.

Joeri van Leeuwen van Sterrenkundig instituut ASTRON uit Dwingeloo benadrukt het nog maar eens. Niet iedereen weet het. "In 1971 is het bedacht door drie mensen bij Astron. Ze keken naar een manier om de radiosignalen zo efficiënt mogelijk te meten. Dat hebben ze opgeschreven en dat is het patent van wifi."

Grootste computer van Nederland in Westerbork
In de sterrenkunde worden meer technieken ontwikkeld die nu in onze samenleving worden gebruikt. "We hebben net de grootste computer van Nederland in Westerbork aangezet. Die verwerkt al meer data dan we gebruiken in heel Nederland. Veel ontwikkelingen van ons zitten nu in zendmasten en in chips in computers."

Volgende week maandag en dinsdag zitten deskundigen en techneuten bij elkaar om na te denken over big data. ASTRON is straks het instituut in de wereld dat alle data van een nieuw SKA netwerk verwerkt. Dat komt neer op 160 terabyte per seconde. Meer dan dat er in de wereld wordt gebruikt voor internet. Maar daar moet wel techniek voor worden ontwikkeld.

We denken na over 7G en 8G
ASTRON is een internationaal instituut waar veel nieuwe technieken worden uitgevonden. "We zorgen dat de wereld nog verder gaat veranderen. In de schotels in Westerbork zitten nu ontvangers die straks gaan zorgen voor 7G en 8G. We praten nu over 5G, maar wij zijn al verder."

ASTRON
https://www.nu.nl/wetenschap/5718441/interview-nederland-leidend-bij-bouw-grootste-radiotelescoop-ter-wereld.html

Handige documenten van NFIA op gebied IT:
https://investinholland.com/industries/information-technology/

https://investinholland.com/nfia_media/2015/04/NFIA_InformationTechnology_Brochure2016.FINAL_.WW_.pdf

https://investinholland.com/nfia_media/2018/04/NFIA-Cyber-Security-Brochure.pdf

Broadband

With the highest broadband penetration per capita in the world — 99% of all households—as well as one of the world's fastest average broadband speeds, the Netherlands is one of Europe's most-wired and cyber-secure countries. It also directly links continental Europe to North America, with most transatlantic sea cables going directly to the Netherlands.

Bron: NFIA

Steeds meer glasvezel in buitengebieden, Randstad blijft achter
Vorige week werd de mijlpaal van de drie miljoenste glasvezelaansluiting in ons land bereikt. De spade om deze aansluitingen te realiseren gaat weer vaker de grond in dan een paar jaar geleden. De afgelopen anderhalf jaar is vooral in de buitengebieden een inhaalslag gemaakt. In de grote en middelgrote steden, en dan met name in de Randstad, blijft de groei van het aantal aansluitingen achter. Het kabinet heeft als doel gesteld dat álle Nederlanders in 2023 over snel vast breedbandinternet (minimaal 100 Megabit per seconde) beschikken.
Nieuwsbericht Rijksoverheid
Nieuwsbericht NOS
Glaskaart adviesbureau Stratix

>> dit laat zien dat de bottom-up aanpak vanuit o.a. Drenthe werkt! www.verbinddrenthe.nl

Drenthe/Noord-NL sterk in: cooperatieve aanpak, bottom-up

Minor Ethical Hacking – uniqyue in Europe (NHL-Stenden Emmen)

https://www.nhlstenden.com/en/courses/information-technology

Internet of Things Lab NHL Stenden -Emmen

The IT programme in Emmen makes use of the Internet of Things Laboratory (IoT Lab). It has the latest innovative devices available, including a Microsoft Surface Hub, Virtual Reality equipment, and robots. In addition to this lab, there is also MyConcept, a Fabrication Laboratory where students can use 3D printers to print their designs.

Catawiki

https://fd.nl/fd-persoonlijk/1279189/catawiki-directeur-ravi-vora-ik-wil-orde-scheppen

https://www.rtvdrenthe.nl/nieuws/142526/Catawiki-prijkt-op-internationale-Unicorn-lijst

https://northerntimes.nl/catawiki-on-the-verge-of-joining-international-unicorn-list/

Virtual reality/Augmented Reality/Mixed Reality

Moyosa Media (Assen, Maikel Sibbald)

https://www.vogue.in/content/this-is-how-technology-is-changing-the-way-we-see-art/

https://www.dutchcowboys.nl/business/unieke-vr-beleving-voor-nieuwe-concept-car-van-skoda
https://moyosamedia.com/

Moyosa wint prijs in San Fransisco
Moyosa uit Assen is ook een voorbeeld van een bedrijf dat het moet hebben van buitenlandse klanten. Moyosa maakt virtuele werelden voor klanten. Het laatste waar ze mee bezig zijn is het maken van een museum dat je op een virtuele manier door kunt lopen.

"We maken veel gebruik van Skype en online." Moyosa heeft vorige week nog een prestigieuze prijs gewonnen in San Fransisco vertelt Maikel Sibbald in Ondernemen in Drenthe. 50.000 euro leverde de prijs op.

VB. Audi, NS, Autoshow Shanghai, Skoda, Kremercollectie, jachtbouw enz.

Gaming
Team6 Game Studio
RECENT AWARDS

BEST ECONOMIC ACHIEVEMENT

Team6 Game Studios B.V. won the official Dutch Game Award for 'Best Economic Achievement 2017'. "We are very pleased that the jury has acknowledged our achievement and has therefore given us this wonderful award!"

VB: Apple, Nintendo, Google, Amazon, Microsoft.

Dronehub Eelde
https://www.rtvnoord.nl/nieuws/202887/DroneHub-gaat-met-drones-vliegen-op-Groningen-Airport-Eelde

Internet of Things (via LoRaWAN en 5G)
Lectoraat Hanzehogeschool Assen https://www.hanze.nl/nld/onderwijs/techniek/instituut-voor-engineering/onderzoek/onderzoek/sensor-technology-smart-systems

Center of Expertise smart & sustainable manufacturing i.o.
https://rosf.nl/de-resultaten-van-rosf-2-studenten-nhl-stenden-doorlopen-in-rosf-steile-smart-industry-leercurve/

Drents Internet der Dingen Initiatief
https://www.samenwerkingnoord.nl/algemeen/drenthe-zet-met-didi-in-op-kansen-internet-of-things/

5G Fieldlab Smart Farming
https://www.nieuweoogst.nu/nieuws/2018/10/17/pilot-5g-fieldlab-van-start-in-valthermond

Drenthe gelukkigste provincie
https://www.trouw.nl/home/noord-drenthe-niet-rijk-wel-het-gelukkigst~af0d300e/
https://www.dvhn.nl/drenthe/Inwoners-van-Drenthe-het-gelukkigst-Stad-Groningen-juist-ongelukkig-22221950.html



Leeuwarden
Fryslân
2018

Culturele
Hoofdstad
van Europa

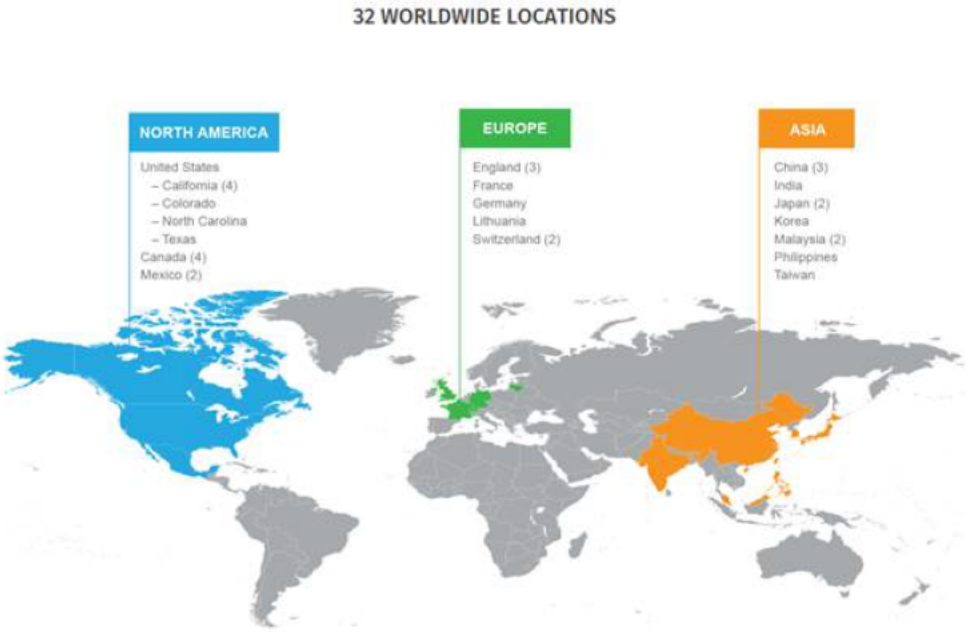
Date : 21-3-2019 11:12:24
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] ([redacted] initio.nl)" [redacted] initio.nl, "[redacted] topdutch.com'" [redacted] topdutch.com, "[redacted] provinciegroningen.nl, [redacted] "
e[redacted] @leeuwarden.nl, "[redacted] @provinciegroningen.nl'" [redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] [redacted] @provinciegroningen.nl, "[redacted] fryslan.frl, "[redacted] nom.nl'" [redacted] nom.nl
Cc : "[redacted] drenthe.nl
Subject : TopDutch Digital
Attachment : 20190316 digital society NN met extra info.pdf;image001.png;image002.png;image003.jpg;image005.jpg;

Hoi allemaal,

Via [redacted] (gemeente Groningen) ontving ik bijgaand document wat gepresenteerd blijkt te zijn in de Economic Board Noord-Nederland.
Wellicht hebben jullie daar meer over meegekregen.

@[redacted] kun je aangeven wat de vervolgstappen zijn in het TopDutch Digital proces?
Wanneer is een volgende meeting? Welke input heb je vanuit de provincies nodig? Hoe kunnen wij daarbij helpen?
Hoorde dat er een opzet is voor het propositiedeel en dat er met de verhaallijnen wordt gestart?
Een beetje procescommunicatie zou welkom zijn ☺
Dankjewel alvast!

Voor te targetten bedrijven zat ik nog te denken aan:
Semtech (hét bedrijf achter LoRa technologie voor IoT).
Ze zitten wereldwijd. Nog niet echt in NL, alleen een postbus op Schiphol ofzo.



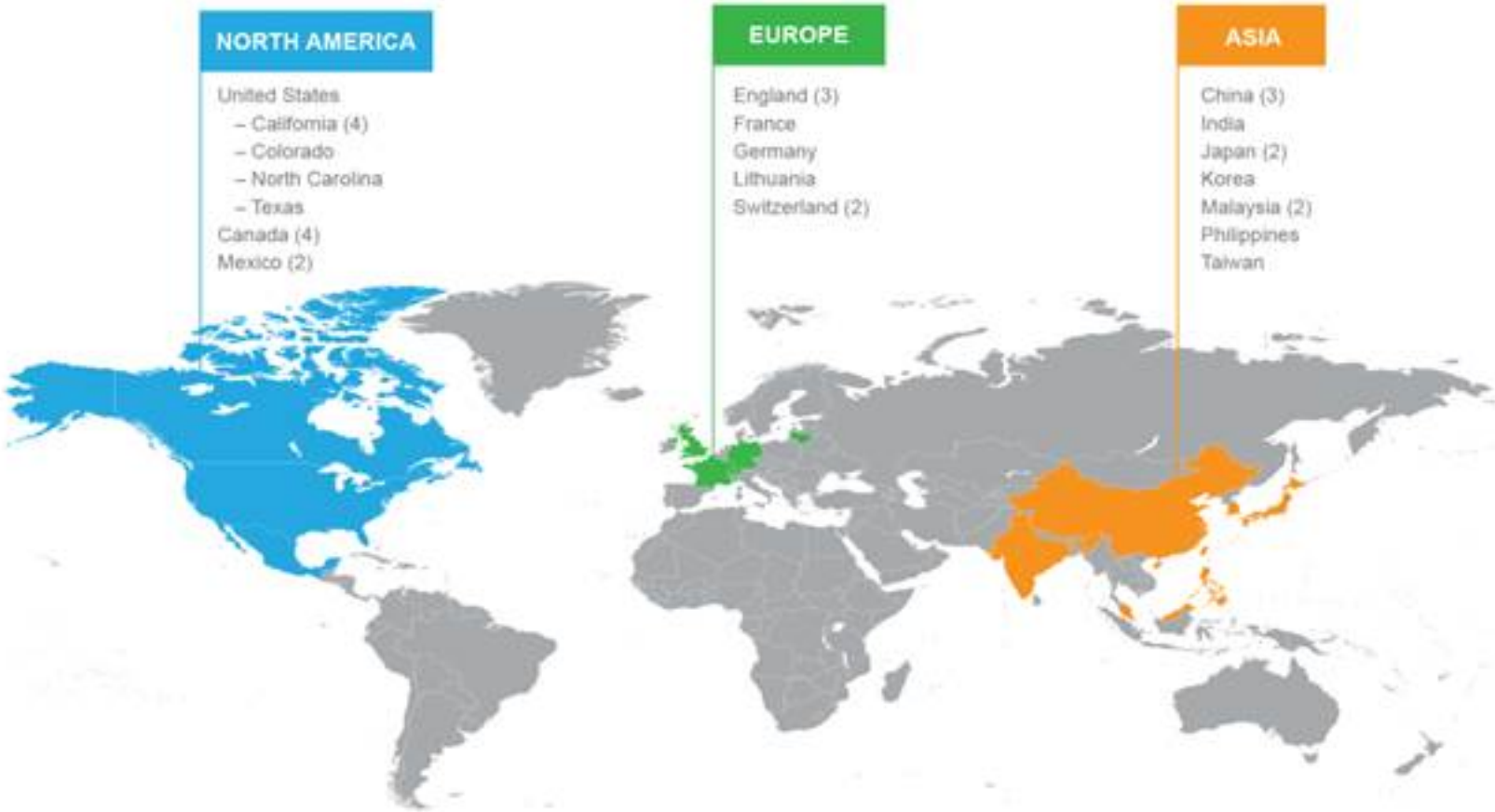
Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

32 WORLDWIDE LOCATIONS




provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 20-2-2019 9:50:11
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Topdutch keystories 'Groene Chemie'
Attachment : TopDutch - The New Plastics Economy.pdf;TopDutch - Green Building Blocks.pdf;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Collega's,

Zoals jullie weten gaat Topdutch op basis van een aantal aangeleverde topsectoren online campagne voeren. De inhoudelijke basis wordt geschreven door een team deskundigen.(Noordelijke provincies en NOM) Op basis van deze basis (proposities) worden er keystories ontwikkeld. Deze keystories worden per topsector specifiek online weggezet in een aantal landen. Doel is om Awareness te creëren bij de mensen die tellen via LinkedIn. Voor de Groene Chemie zijn de landen VS, Duitsland en Japan gekozen. De twee keystories zijn inmiddels op meer dan 260.000 linkedin profielen verschenen. De mensen die deze artikelen zien zijn aan de achterkant specifiek geselecteerd op basis van een aantal criteria. De aankomende weken volgen meer keystories voor de Groene Chemie. De insteek is om alle keystories gezamenlijk als Noord-NL weg te zetten. We ontkomen er natuurlijk niet aan dat de ene keystorie meer gelinkt is aan Groningen, en de ander meer aan Drenthe. Voor Drenthe is voornamelijk 'The new plastics economy' interessant.

Deze artikelen deel ik met jullie om jullie mee te nemen in wat er gebeurt binnen Topdutch. Topdutch en de keystories zijn soms nogal onzichtbaar, maar dat komt doordat deze specifiek weggezet worden. Wat niet weg neemt is dat we deze artikelen zelf ook kunnen delen. Ik heb de artikelen in de bijlage toegevoegd. Wil je ze delen via digitale kanalen, dan kun je onderstaande linkjes gebruiken:

Groene Chemie 'The new plastics economy': https://[redacted]com/plastics
Goene Chemie 'Green building blocks': https://[redacted]com/chemistry

Kort samengevat:

De aankomende maanden volgen voor elke 'noordelijke topsector' op basis van een propositie een 5-tal keystories die specifiek bij een geselecteerde doelgroep op de tijdlijn verschijnt. Dit zijn slechts 2 keystories van de 40 keystories die ontwikkeld worden de aankomende maanden.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

[redacted]
Coördinatie Grensoverschrijdend Ondernemen Duitsland
[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL INTERREG Deutschland Nederland

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted]drenthe.nl

THE NEW PLASTICS ECONOMY

Plastic is fantastic. It keeps food fresh, makes planes and cars lighter and therefore more energy efficient, and can be transformed into an infinite range of products. However, the increasing scale of production and the disposable character of the use of plastic, now also clearly causes a lot of misery. Plastics are made from oil. Plus, large amounts of waste turn our oceans into a *plastic soup*. So how do we make plastics fantastic again? The Ellen MacArthur foundation outlined three ambitions for the New Plastics Economy. This article explores the promising innovations that are emerging in the Netherlands. Here, it is the TopDutch region that is leading the *New Plastics Economy;* heading towards becoming 100% circular.

TOP DUTCH

THE NEW PLASTICS ECONOMY: HOW THE TOPDUTCH REGION IS TAKING THE LEAD IN CLOSING THE PLASTICS LOOP

THE PLASTIC SOUP

The disastrous consequences of discarded plastic regularly make news headlines. Video footage on TV, showing carcasses of dead waterfowl with their stomachs full of plastic. Or the paradise beaches of Bali, dotted with tons of plastic, washed ashore from the sea. It can't be ignored: our oceans are slowly turning into a floating garbage dump. The sea current causes plastic to gather in a number of places in the world's seas. The largest plastic soup, the *Great Pacific Garbage Patch (GPGP),* is located between Hawaii and California and is three times the size of France.

TIME TO CLEAN UP

The Dutch 24-year-old Boyan Slat initiated the *Ocean Clean-Up:* a large-scale project to clean up the plastic soup. He invented and developed a 'plastics catcher'; a 600 meter long floating tube, with a massive sieve attached to it that collects the waste, after which a ship cleans up the rubbish.
His idea was so popular with international investors, that the Dutchman could actually start building it. In October 2018, the *Ocean Clean-Up* was launched in San Francisco. Over the next five years, the *Ocean Clean-Up* should significantly reduce the plastic soup.

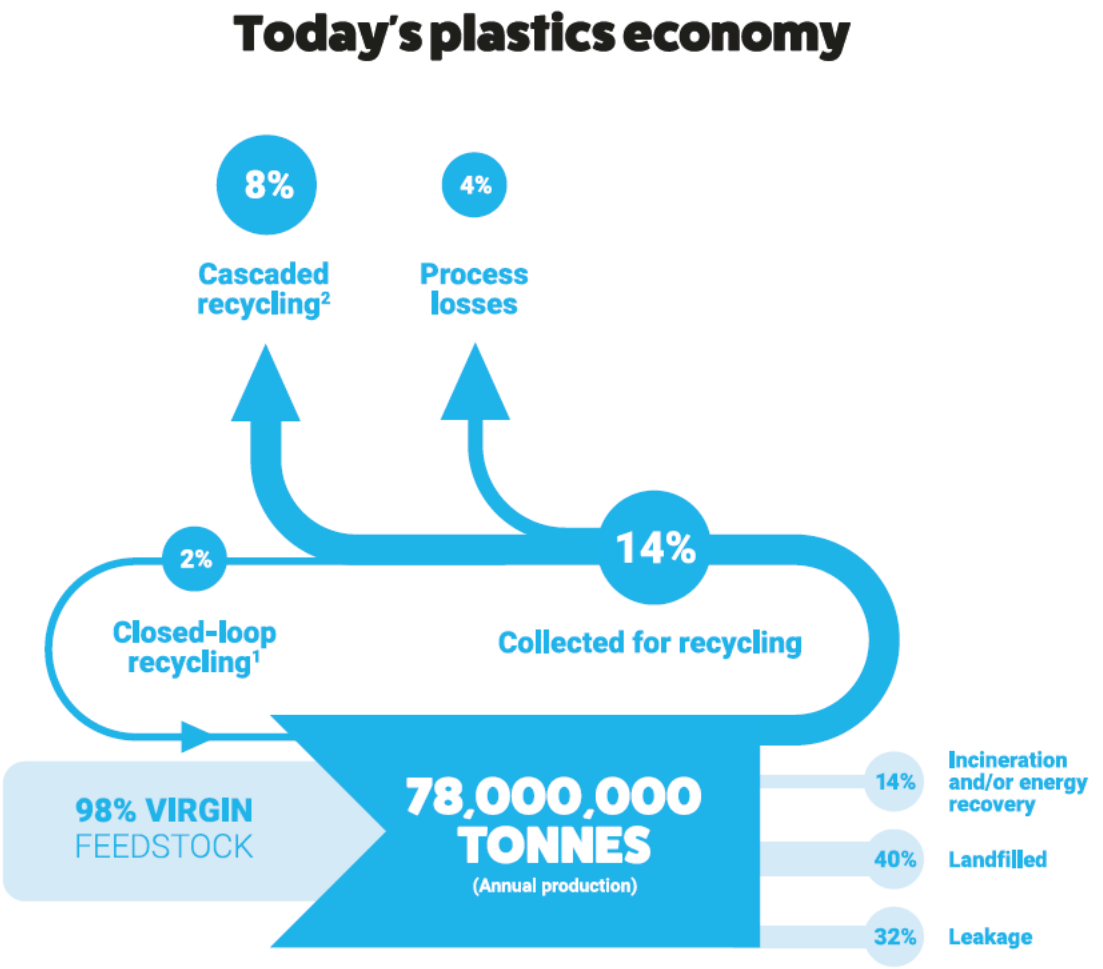
PLASTIC IS EVERYWHERE, ALSO WHERE IT SHOULDN'T BE

But what is plastic and why is it so harmful? To answer that question, we start with a chemistry lesson. Plastic consists of polymers. These are large molecules made up of a series of small molecules: the monomers. Polymers are produced by chemical - or non-natural - processes. Polymers are often complex molecules that are not found in nature. So, if they end up in the sea or in the forest, they are barely biodegradable.

And therein lies the biggest problem. Plastics roam around for years, and are now visibly polluting our planet. Plastics often break down into micro-particles that end up in the farthest reaches - Japanese researchers even found micro-particles in the Mariana Trench in the Pacific Ocean, at a depth of 10,000 meters in the ocean. The plastic particles also end up in our food chain, and thus, in our bodies. The effect of this on our health is still unclear.

In 2017, the Ellen MacArthur Foundation outlined a shocking picture of the future. If we will not be more careful, by 2050 more plastic will be swimming in the sea than fish. The British foundation, that seeks to stimulate the circular economy, calculated that every year at least 8 million tonnes of plastic end up in the ocean. That is equivalent to one garbage truck per minute. Without measures, this number will rise to four per minute in 2050.

As if that were not enough: plastic has a second worrying side effect: plastic production requires oil, the fossil fuel that contributes to CO_2-emissions. Each year, the production and incineration of plastics emits around 400 million tonnes of CO_2 worldwide.



1 Recycling of plastics into the same or similar-quality application
2 Recycling of plastics into other or lower-value applications

Source: Ellen MacArthur Foundation

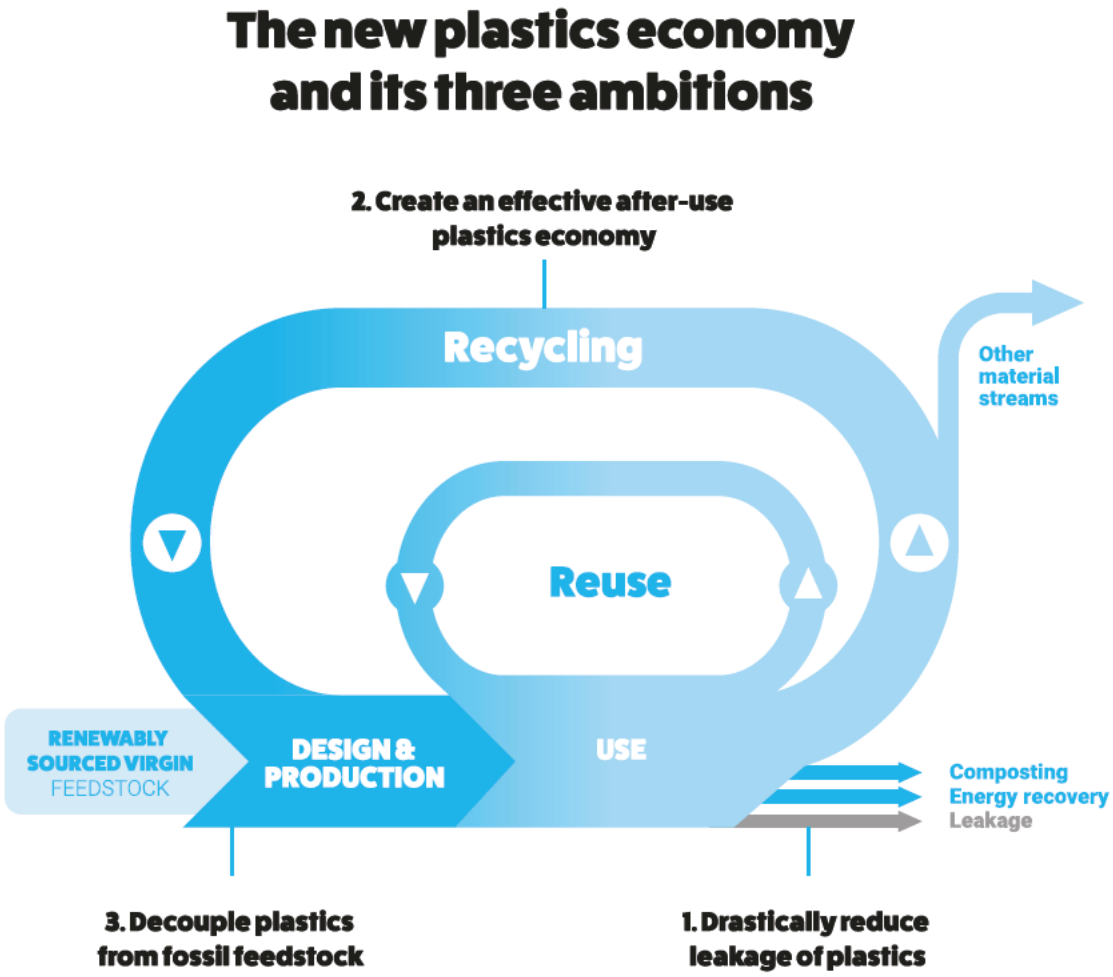
CLOSING THE PLASTICS LOOP

That has to stop. The huge impact of plastic pollution on our environment means that we have to change course. The good news is that we can create a future that will bring less 'plastic pain'. In 2017, the Ellen MacArthur Foundation presented the plan for a *'New Plastics Economy, Rethinking the future of plastics'*. According to this vision, our disposable economy must be transformed into a circular economy, in which plastic is retained as a raw material. A society in which the plastic cycle is closed not only provides us with a cleaner environment, but also a financial benefit. The foundation calculated that 95% of all packaging plastic is currently lost to the economy after use, a loss of 80 to 120 billion dollars.

THREE AMBITIONS OF THE NEW PLASTICS ECONOMY

Sounds great, but how do we arrive at a New Plastics Economy? The report of the Ellen MacArthur Foundation formulates three ambitions:

1. The leakage of plastic to nature must be drastically reduced.
2. Recycling of waste plastics must become more economically attractive.
3. Plastics must be developed that are no longer made from oil.



Source: Ellen MacArthur Foundation

TOPDUTCH REGION: THE HOTSPOT FOR POLYMER KNOWLEDGE

In the Netherlands, a *New Plastics Economy* is rapidly taking shape. That should not come as a surprise: the country leads the way in plastic recycling. According to figures from PlasticsEurope, the plastics industry association in Europe, the Netherlands - together with Germany, Norway, Sweden and Denmark - is one of the top five countries with the highest recycling rates.

In addition, it has renowned knowledge institutions, which are looking for sustainable alternatives to oil-based plastics. The focus is particularly strong in the TopDutch region. At Chemport Europe, the Chemical Cluster Emmen in specific, traditionally produces polymers, plastics and fibers. There is ample knowledge of polymers and fibers. For some years now, there has been a huge ambition to green these raw materials for plastics - or to recover them from plastic waste. The great advantage of the TopDutch region is that knowledge institutions and the business community work closely together. Potential technologies are jointly tested and, if desired, scaled up to a pilot plant. Support from local authorities is also essential. Regional governments are investing heavily in the greening of its chemical clusters.

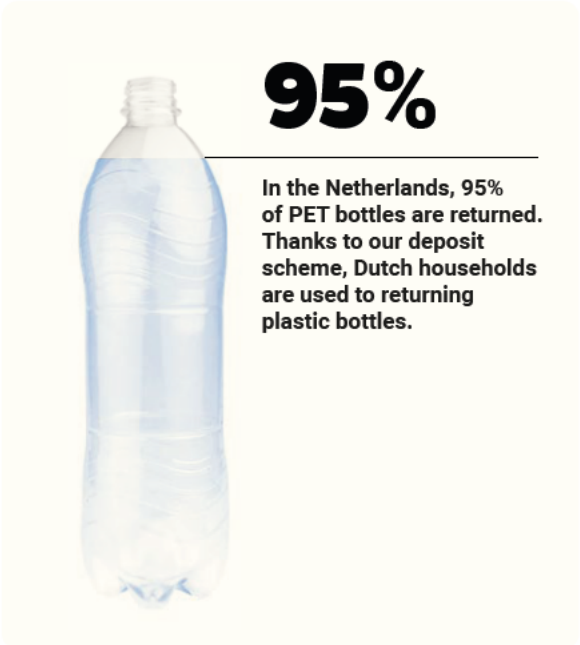
Time for an exploration. We outline the steps the TopDutch region has already taken towards a New Plastics Economy. Experts tell us about the innovations that have taken off, but also about the challenges that lie ahead.

1. Reduce the leakage of plastics into nature

One can state the collection of plastic is extremely poor worldwide: according to figures from the Ellen MacArthur Foundation, only 14% is collected. The infrastructure for waste processing is especially poorly developed in Asia. Most plastic ends up in a garbage dump, or worse, in the ocean. Asia is responsible for 82% of the leakage to the sea. Europe and the USA accounts for only 2% of leakage into oceans, the rest of the world for 16%.

MASTER THE COLLECTION OF PLASTICS

The Netherlands scores exceptionally high when it comes to plastic collection. Thanks to a deposit scheme, no less than 95% of the PET bottles used are returned. Since 2007, Dutch households have also been separating their plastic packaging waste. An important step: of all plastics produced, about 40% is plastic packaging. Thanks to the Plastic Heroes collection system, collection increased from 25.2 ktonnes in 2009 to 162 ktonnes in 2014. The collection system is an initiative of packaging companies and is now implemented by almost all Dutch municipalities. As a financial incentive, municipalities are paid per tonne of recycled plastic.





But the Netherlands wants to improve its collection process even further. Following the example of other European countries, the Netherlands is considering levying deposits on smaller PET plastic bottles. This deposit scheme will however only be introduced if the industry fails to reduce the proportion of one-liter PET bottles by at least 70% by January 1st, 2021. The Dutch government also obliges the industry to reuse 90% of the collected plastic.

PUT A BAN ON DISPOSABLE PLASTIC

The plastics problem is high on the European agenda. The European Union recently decided that from 2021 onwards, a ban will be introduced on single-use plastics, such as straws, cutlery, stirring sticks and cotton swabs. Disposable plastic bags have been banned in Europe since 2016. This measure had an impact: the amount of plastic bag waste in the North Sea has since more than halved. Countries outside Europe are also banning disposable plastic. Costa Rica introduced a ban on disposable plastic in 2017. In Asia, India seems to take the lead on banning disposable plastic. India has recently announced its intention to ban disposable plastic from 2022.



2. Make recycling plastics economically attractive

An efficient and, equally important, profitable recycling industry is essential for the creation of a New Plastics Economy. The dream scenario is to completely close the plastics cycle, so that no raw materials are lost. There's still a long way to go with that: according to the report of the Ellen MacArthur Foundation, only 10 percent of all plastics worldwide are recycled. The recycling rate was 39.1% in 2015 in Europe and 9% in the United States, according to figures from the United States Environmental Protection Agency. The rest is incinerated, ends up in a landfill or, even worse, in nature.

Internationally, the Netherlands scores high with a 55% recycling rate for plastic packaging in 2017. But the country still sees plenty of opportunities to improve.



55%

In the Netherlands, 55% of all plastic packaging is recycled. Dutch households and companies separate plastics from other waste,so it's easily collected for recycling.

THE BIG BREAKTHROUGH: CHEMICAL RECYCLING

A promising innovation is chemical recycling of polyester (PET), a technology that is being extensively tested in the TopDutch region. 'This technology makes it possible to transform the most polluted and coloured PET plastics into new raw materials of the original quality. A big breakthrough', says Jan Jager, lecturer in sustainable plastics at the NHL Stenden University of Applied Sciences in Emmen. 'So far, food packaging recycling has been done mechanically. This technique, which consists of washing, grinding and melting into new products, is extremely suitable for recycling PET bottles. But the technique is inadequate when it comes to items such as colored PET or colored polyester textiles.' According to Jager, household plastic waste is often too dirty, and varies in color and composition. Large quantities end up in the incinerator. 'In chemical recycling of PET, impure plastic is no longer a problem. In this process, the polymers are converted by a simple chemical reaction into the original building blocks from which new polymers can be made. That means big profits; a large stream of polluted plastics can be kept in the cycle thanks to chemical recycling.'

'With chemical recycling, we can transform even the most polluted PET plastics into new raw materials for plastic. A major breakthrough'

Jan Jager, Lecturer in sustainable raw materials

The chemical recycling of PET plastics was a research project in which the company Cumapol from Emmen collaborated with three knowledge institutions. These were NHL Stenden University of Applied Sciences and Windesheim University of Applied Sciences, united in Green PAC, and the University of Groningen. Initially, the technique was tested on a small scale, within the walls of the educational institutions. The next step is to try the technology at the Cumapol plant. The company will be starting this year with a pilot production line where PET is chemically recycled.

This is a good example of how innovation finds fertile soil in the TopDutch region. Thanks to the short lines between the business community and knowledge institutions, various innovations have already been made.

ENABLING ENDLESS REUSE OF PLASTIC

Cumapol originally produced polyester granules with oil as a raw material for the production of articles such as PET bottles, yarns and packaging. 'That's no longer necessary. Thanks to this new form of recycling, we'll soon be making exactly the same granules, but now with polyesters extracted from household waste,' says director Marco Brons. This makes Cumapol an international leader. Brons: 'The big advantage is that the raw material we obtain from chemical recycling can be used endlessly. This is not possible with mechanical recycling.'

According to the entrepreneur, this recycling method tackles what has up to now been a major problem. 'Plastic processors often do not trust the quality of colored recycled PET and therefore - also because of the low price - often choose new plastics. Up to now, demand for recycled plastic has accounted for only 6% of the demand for plastic in Europe.'

There is another plus: 'According to the Commodities Act, non-food packaging may only be processed into new food packaging after chemical recycling. In that respect, too, the plastic retains its value.' According to Brons, the process of chemical recycling is reasonably simple in its basic form: 'Polyesters consist of long chains of monomers. By adding a great deal of ethylene glycol, which is one of the monomers, the chains disintegrate and a liquid is created that is easy to purify. We then remove the ethylene glycol and are left with clean PET granules.' Over the next three years, Cumapol will refine the technology and will do so together with the knowledge partners involved.

MECHANICAL AND CHEMICAL RECYCLING ARE BOTH ECONOMICALLY VIABLE

'The new recycling method will be integrated into the existing Cumapol plant. This production line will process 25 kton per year.' Also, since 2013, a line has been running with mechanical recycling of PET bottles. 'This older technique is still preferred because it is cheaper and has a lesser CO_2-impact', says the Cumapol director. Although more expensive, he believes that chemical recycling is economically viable because there are currently sufficient waste streams available. This is thanks to the national collection of the packaging industry, known as 'Plastic Heroes'. Since 2008, the initiative has been collecting large quantities of household food packaging every year. To ensure a continuous supply, Cumapol works together with two local waste processors, who guarantee that Cumapol is never wanting for residual flows. 'The line must run 24 hours a day, only then is it profitable.' Cumapol's long-term goal is to further green the chemical recycling process and to reduce CO_2-emissions.

DESIGN TO RECYCLE

A circular economy, in which all residual streams are endlessly reused, comes a step closer if we start designing some packaging differently. Packaging materials are divided into seven categories, of which category 3 (polyvynil chloride or PVC) and 6 (polystyrene) are difficult to recycle. The latter often ends up in an incinerator.

According to the Ellen MacArthur Foundation, about 30% of packaging materials are not or are only barely recyclable. Packaging producers will have to find alternatives with innovative products. Political ambition is also alive in Europe. According to the Plastic Strategy presented by the European Union in 2018, all packaging materials must be recyclable by 2030.

Standardising plastics would also be a big step forward, according to Jan Jager, lecturer on sustainable raw materials at NHL Stenden University of Applied Sciences. 'Packaging plastics often consist of too many layers or have unwanted additives. We have to get rid of that. It would help if producers had to keep to a limited number of plastics according to an agreed standard.'

INNOVATION: RECYCLE THE UNRECYCLABLE

But there is still a large group of plastics that are difficult or impossible to recycle. Unlike thermoplastics, which are used to make packaging materials, thermoharders cannot be melted down and turned into something else when heated. Examples include hard plastic, such as in sockets, tennis rackets, surfboards, sailing boats. The group of elastomers or rubbers, such as roofing for houses, bicycle and car tires, are also difficult to process into new raw materials. At least, not in the way they have been produced up to now.

'The challenge is to develop bioplastics that perform better than traditional plastics. Biobased is not enough'

Francesco Picchioni, Professor of Chemical Technology

In the TopDutch region, we have been working on innovative products for some time now. And not without success. The research group of Francesco Picchioni, professor of chemical technology at the University of Groningen, discovered that rubbers can be recycled into a high-quality new product if they are produced in a different way. Picchioni explains: 'Rubbers are currently made by connecting long polymer chains via sulphur compounds. That process is called vulcanization. The problem is that these compounds can no longer be broken down without destroying the polymers themselves. We have used other compounds instead of sulphur compounds. In this way, the chains can be cracked at low temperatures.'

'We won't be winning a Nobel Prize with the invention', Picchioni laughs, 'but, it does mean a breakthrough. In the future, we will be able to keep all kinds of rubber in circulation. The recycling of car tires in particular is a gain.' Worldwide, approximately one billion car tires are discarded each year. They end up as a weight on top of tarpaulins or as swings in playgrounds. Their sole last use is being processed into soft play tile, under the swings or climbing frames. After that, they can't be recycled any further, so end up in the incinerator. With the newly developed rubbers, this will no longer be necessary.

3. Stop making plastics from fossil raw materials

The plastic soft drink bottles on the supermarket shelves: they are produced with oil in large quantities every day. There's no need for that. PET bottles can also be made from sugars from sugar beet and cane, as demonstrated by the Dutch technology company Avantium, with a branch in Delfzijl. In three years' time, the company will open a commercial factory to produce the sugar bottles. Lactic acid is also a new, natural raw material for bioplastic, a technology from another Dutch company Corbion, which recently started producing bioplastics in Thailand. The company Cumapol referred to above also has a world first. The polyester manufacturer succeeded, together with the company BioBTX, in being the first to produce 100% bio-based polyethylene terephthalate. This is the raw material that is often used for items such as the well-known PET bottle. According to Cumapol director Marco Brons, 'several hundred' kilos of the bioPET should be produced in 2019.



Cumapol Director Marco Brons

BIO-BASED PLASTICS

The first steps towards bioplastics are being taken. But the share is still small; only 1% of the plastics produced come from biomass. 'That's going to change quickly', says Francesco Picchioni, professor of chemical technology. 'Within a few years, many large companies will switch to sustainably made plastics.' Picchioni should know; he is involved in various research projects, with larger companies as partners. A recently completed project is *Beets to biopolymers* in partnership with Royal Cosun and electronics group Philips. The search was for chemical building blocks from sugar beet pulp that can be used to make high-quality plastics.

The challenge in any project is to develop bioplastics that perform better than traditional plastics. *Biobased is not enough,* is Picchioni's motto that he also likes to tell producers. 'Oil-produced plastics are still cheaper than green plastics, so as a producer of bioplastics you should not compete on price, but be able to offer added value.' Picchioni is convinced that there is a market for films that keep food fresh for longer or have an antibacterial effect. Picchioni: 'The great advantage of chemicals from biomass is that they naturally already have various functionalities. This makes it easier to give bioplastics a distinctive character. This is not the case with plastics made from *virgin materials*. You need an extra chemical process to add such a property.

'Manufacturers who produce only oil-produced plastics, will run into problems and see their market share decline'

Cumapol Director Marco Brons

BUILDING THE FUTURE WITH BIOCOMPOSITES

In recent years, the TopDutch region has also developed into a knowledge centre for biocomposites. Five years ago, the region had a world first by building a lifting bridge from natural materials. Natural fibers from the flax plant were used in combination with bio-resin. Raw materials that are less of a burden than steel, and are lighter and more durable. The bridge was placed in the Emmen Zoo Wildlands. Two years ago, the municipality of Emmen was also given a bicycle path made of biocomposite, made of wood fibers and a bio-resin. Lecturer Jan Jager explains that new research projects into new applications of biocomposite are currently underway with various partners.

WHEN PLASTICS DO LEAK INTO NATURE...

Finally, in a *New Plastics Economy,* the development of compostable plastics is also of great importance. 'It is a utopia to believe that plastics will never again end up in the sea or in nature, which is why we need to develop plastics that do less damage if they do get into nature', says Jager. Here too, there is still a major challenge. Although, there are innovations, again from the Northern Netherlands. The company Senbis Polymer Innovations from Emmen has already developed

compostable twine for the horticultural sector. Previously, the twine used for growing tomato or pepper plants was made of traditional plastic that remains in the soil. The company marketed a similar product for trawler fishing: a degradable rope that protects fishnets against wear. The fibers of this bio-rope are broken down by bacteria in the sea within a few months to CO_2 and water. Senbis continues to innovate. The company is working with ten researchers on the development of all kinds of sustainable plastics.

MAKING PLASTICS FANTASTIC, AGAIN

According to plastics experts, the *New Plastics Economy,* with less impact on the environment, is possible. Cumapol director Marco Brons is confident about the future of plastic. 'Ultimately, the demand for recycled raw materials and, accordingly, products will increase. The industry will therefore have to take steps.' Brons: 'Manufacturers who produce only oil-produced plastics will run into problems and see their market share decline.'

Until then, Groningen University professor Picchioni says, the low oil price is causing havoc. 'For producers, the temptation is still too great to make new plastics. Making plastics from biomass or recycled plastic is often still too expensive.' Picchioni would also like to see the Netherlands tax plastics that cannot be recycled. It makes no difference whether they are made from fossil raw materials or from biomass. Finally, Picchioni believes that governments should invest more in innovation. The TopDutch region has understood this well. In the northern part of the Netherlands, companies, knowledge institutes and governments are working together to give new technologies a chance. Companies take the initiative to make technologies succeed if they see a business case in them. The role of the northern provinces and, for example, the Dutch Investment and Development Company for the Northern Netherlands (NOM) is essential in this respect. If a technology has proven itself, they help entrepreneurs with subsidies or financial capital to build a first pilot plant. This creates a flywheel effect. By combining forces, the TopDutch region is taking the lead in the *New Plastics Economy.*

JOIN TOPDUTCH

So what will be your next move? How will your company play a leading role in the green economy of the future? Contact our network of knowledge-intensive institutions and innovative and entrepreneurial companies. You'll soon see for yourself how quickly things get done here in the Northern Netherlands.

CAN'T WAIT TO GET IN TOUCH?

Contact our chemical industry specialist Errit Bekkering. He knows everything and everyone.

Errit Bekkering
Business developer
Phone: +31 (0)6 250 083 70
E-mail: bekkering@nom.nl

TOPDUTCH.COM

A good place to be great

GREEN BUILDING BLOCKS

Wherever you look, you can't fail to see the results of the chemical industry. Our children's plastic building blocks, our medicines, our food, and the plastic packaging that keeps them fresh for longer. It's almost impossible to imagine modern life without products from the chemical industry. But the main constituents of these everyday products must become greener and more sustainable. According to scientists, that's within our reach. A look into the future of green chemical building blocks.

TOP DUTCH

TIME FOR AN OIL CHANGE: CHEMPORT EUROPE IS DEVELOPING NEW GREEN BUILDING BLOCKS

Plastic drink bottles, LEGO bricks and mattresses – they're all petroleum-based. Of every 20 products manufactured worldwide, 19 depend on the chemical industry. And since we all learned at school that the chemical industry can't do without fossil resources, it will come as no surprise that chemical companies and liquid fuels together are responsible for a quarter of all CO_2 emissions. That's just the way it is.

TIME FOR AN OIL CHANGE

Or is it? Nothing could be further from the truth. New technological developments have long been underway to make plastic bottles, LEGO bricks or mattresses from sugars or from lactic acid, for example. Some synthetic materials can even be made using greenhouse gases as a raw material. Environmentally friendly bio-based monomers are already the base material for various plastics used by manufacturers of cars, aircraft, toys, computers and mobile phones. Some technologies are already in use, others are still under development. So however much you see the chemical sector as a problem, it's also the solution. Thanks to the chemical industry, we now have batteries for green energy storage and electric cars. If the basic building blocks of chemistry themselves are made more sustainable, it won't be long before the world becomes much more environmentally friendly.

CHEMISTRY: THE GREEN MOTOR

And not before time. Everybody working within the chemical industry is convinced that it urgently needs to become more sustainable. It has to work with green building blocks to achieve the objective of the Paris Agreements.

There's still a long way to go with that. Technology alone is not enough. For oil-based products, processes have been optimized after decades of building and development. The entire infrastructure is ready to carry on producing petroleum-based plastics. Pioneers in sustainable chemistry face a major challenge in building this infrastructure from scratch. In the Netherlands, the TopDutch region is at the forefront of this. The chemical cluster Chemport Europe, located in the northern part of the Netherlands, aspires to become the world's first CO_2 negative production location by 2050. But how? And where can you connect as an entrepreneur in the chemical industry? These are chemistry's three most important new green building blocks, and how they are given shape in the TopDutch region.

1. Biomass
Agriculture and industry in one product stream

THE CHALLENGE: ACCELERATING BIOBASED CHEMISTRY

The first new raw material is biomass. Crops and residual streams from agriculture and the food industry are potential sources of chemicals, materials, fuels and energy. A truly biobased economy is being created as more and more technologies for converting this raw material are developed. Biomass is also expected to replace the role of oil and other fossil fuels in chemistry.

Fun fact: Fossil fuels are actually derived from biomass that was hidden under thick layers of earth ages ago. But could it be possible to speed up this process of millions of years, so that an industry can emerge from it? That is one of the challenges. Another is to make the extraction of chemical building blocks from biomass renewable. For example, energy can be obtained by burning biomass, but this results in the emission of large quantities of particulate matter. Therefore, it is beter to use biomass as a resource for the production of building blocks for bio-based plastics.

Renewable raw material extraction from biomass - what does this call for?

A DEVELOPED AGRICULTURAL HINTERLAND

First of all, an agricultural hinterland. With a large agricultural area and the highest production per hectare in Europe, the Netherlands is assured of a supply of biomass. In the Northern Netherlands there are excellent train, road and water connections between the agricultural hinterland and the chemical cluster. These are residual streams of potatoes, sugar beet, grain, rapeseed, maize and even wood and grass, from which scientists are able to extract useful raw materials. These residual flows are used to generate carbohydrates, proteins, sugars and fibers, which are converted into semi-finished products via biorefinery. For example, a research team led by Gert-Jan Euverink, professor of Biotechnology at the University of Groningen, the Netherlands, is conducting research into shrimp shells. Until recently they ended up en masse on the waste mountain. According to Euverink, that's a pity: there's much to be extracted from this biomass. 'These shells contain chitin, a component that can be transformed into the substance chitosan, a carbohydrate with antibacterial properties. It could be used for wound sutures, for instance. We're also thinking of antifouling for ships, where chitosan prevents barely any algae from growing, if at all.'



Research centre at Campus Groningen.

'A technology that has proven itself in the lab can be tested here on a larger scale. We're looking into how best to extract a few kilos of raw materials from a particular crop or food waste.'

Euverink's research is based at the laboratories of Zernike Advanced Processing (ZAP) in Groningen. Companies can test new technologies together with students and PhD students at this research centre on the university campus. Euverink describes this as an important link between science and business. 'A technology that has proven itself in the lab can be tested here on a larger scale. We're looking into how best to extract a few kilos of raw materials from a particular crop or food waste.'

FORESTS FOR WOODCHIPS

Biorefinery plants are essential for a biobased economy, explains professor Euverink. 'As many high-quality products as possible are extracted from biomass at plants such as these. Unlike petrochemicals, this is done at low temperatures and under low pressure, and the procedure is often based on water. The advantage of this is that the various streams remain better usable. In chemical processes at high temperatures, many molecules are so severely damaged that they can no longer be used.'



A big step forward will be taken in 2019. This year, a test plant is due to open to extract glucose from wood chips at the Chemport Industry Campus, a test area in the Northern Netherlands chemical complex. Technology company Avantium is the initiator of this biorefinery.
A commercially exploitable plant, that is yet to be built, will be used to convert woodchips from the Province of Drenthe and Groningen's publicly-managed forests into chemical raw materials such as sugars, glucose and lignin.

'Unlike petrochemicals, this is done at low temperatures and under low pressure, and the procedure is often based on water. The advantage of this is that the various streams remain better usable. In chemical processes at high temperatures, many molecules are so severely damaged that they can no longer be used.'

The sugars obtained from the Avantium biorefinery, for example, could go to the neighboring Nouryon, the former AkzoNobel Specialty Chemicals. Those sugars could subsequently be used to produce acetic acid, a product still made with fossil resources. The other raw material, lignin, is also a valuable material.

What remains of the woodchips ends up as biomass in the RWE power plant. 'The arrival of the Avantium biorefinery is a major breakthrough', says Euverink, who expects more biorefinery plants to emerge in the coming years.

'A desirable chemical reaction in a test tube is not easy to reproduce on an industrial scale in new technology.'



Prof. dr. G.J.W. (Gert-Jan) Euverink - Faculty of Science and Engineering, University of Groningen.

THE AMBITION: SCALING UP BIOBASED CHEMISTRY

The technologies for extracting raw materials from woodchips and shrimp shells have already been tried and tested. But the biggest challenge is to scale up the technology. 'A desirable chemical reaction in a test tube is not easy to reproduce on an industrial scale in new technology', says professor Euverink. The Dutch chemical sector estimates that by 2030 about 15 percent of the raw materials will be extracted from biomass. That percentage is three times higher than it is now. Chemport Europe, with its sustainable ambition, will take on a leading role in this transition.



Source: European Patent Office

Want to get to know Gert-Jan Gruter? Watch his portrait video by the European Patent Office. Click here.

2. Carbon dioxide

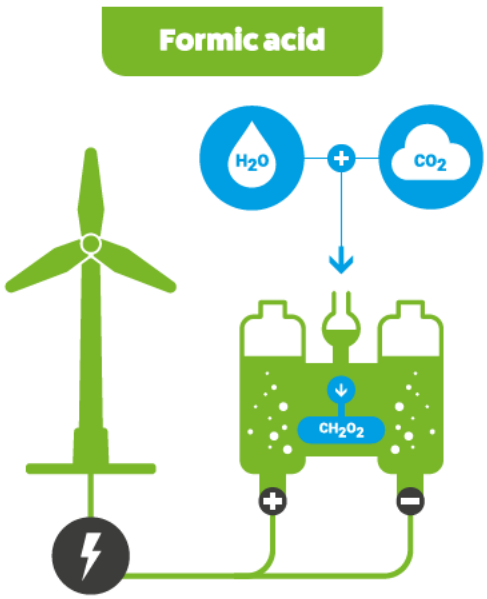
From greenhouse gases to industrial resource

THE CHALLENGE: CO_2 FROM EMISSION TO INPUT

But as biomass-based production increases, the biggest problem has yet to be addressed: carbon dioxide. The fact is that industry emits greenhouse gases. But what if it were possible to use CO_2 as a raw material for the chemical industry? That would be a win-win situation: thanks to industry, undesirable quantities of greenhouse gases are reduced to an acceptable level and the industry itself emits less. Making this possible is the holy grail for scientists. Some even believe that this is the only way to achieve the agreed CO_2 reduction of 80 percent by 2050 compared to 1990.

THE AMBITION: DEVELOP THE FIRST CO_2-NEGATIVE CHEMICAL CLUSTER

That's why Chemport Europe aims to become the world's first CO_2 negative production location by 2050. But how? The technology to turn CO_2 into a raw material for the chemical industry is still under development. Various scientists in the Netherlands are looking into the possibilities. It's difficult to chemically split CO_2, says Gert-Jan Gruter, endowed professor of Industrial Sustainable Chemistry at the University of Amsterdam. 'The molecule CO_2 is the chemical industry's drain. It takes a lot of energy to turn it into a usable new raw material.'



A much more promising way is to use electricity: with hydrogen, you can convert CO_2 into formic acid, for example. 'That is a very useful building block for the chemical industry: formic acid can even be used as car fuel', says Gruter, who is also Chief Technology Officer at Avantium. Gruter is not in favour of underground CO_2 storage. 'Carbon Capture and Storage (CCS) is a bad idea because it's not a structural solution to the problem. It's a modern-day landfill, that costs a lot of money and does not yield anything.'

'Carbon Capture and Storage (CCS) is a bad idea because it's not a structural solution to the problem. It's a modern-day landfill, that costs a lot of money and does not yield anything.'

CO_2: RAW MATERIAL FOR POLYMERS AND POLYESTERS

Avantium is currently researching the best and most efficient technology for transforming CO_2. A few years ago it took over the American start-up Liquid Light. That company had mastered the technology, but had problems with scaling up and went bankrupt. Avantium acquired the patents and brought the equipment and staff to Amsterdam. Avantium's laboratory now employs a research group of 15 people whose task includes continuing to develop the technology and ultimately scale it up in a pilot plant.

The Amsterdam-based technology company converts CO_2 into formic acid using a catalyst and electricity. This liquid is subsequently reconnected to CO_2 to form oxalic acid, a potential monomer for polymers and polyesters. Professor Gruter: 'There's another chemical process we can use to turn oxalic acid into glycolic acid, which serves as a raw material for specific types of suturing material. These substances dissolve naturally after two weeks.'

'The switch to renewable energy not only reduces electricity costs. If producers have to pay for their CO_2 emissions, we'll also earn from supplying this raw material.'

Avantium has made a conscious choice not to focus on the production of fuels because raw materials for plastics have a better earning model. In the future, CO_2 in particular may well become lucrative as a raw material for chemical building blocks. 'The switch to renewable energy not only reduces electricity costs. If producers have to pay for their CO_2 emissions, we'll also earn from supplying this raw material', according to the CTO.

He believes that it remains a technical challenge to capture CO_2. 'These technologies are also still in their infancy, but it's just a matter of time. On a global scale, a great deal of research is being done in this area.'



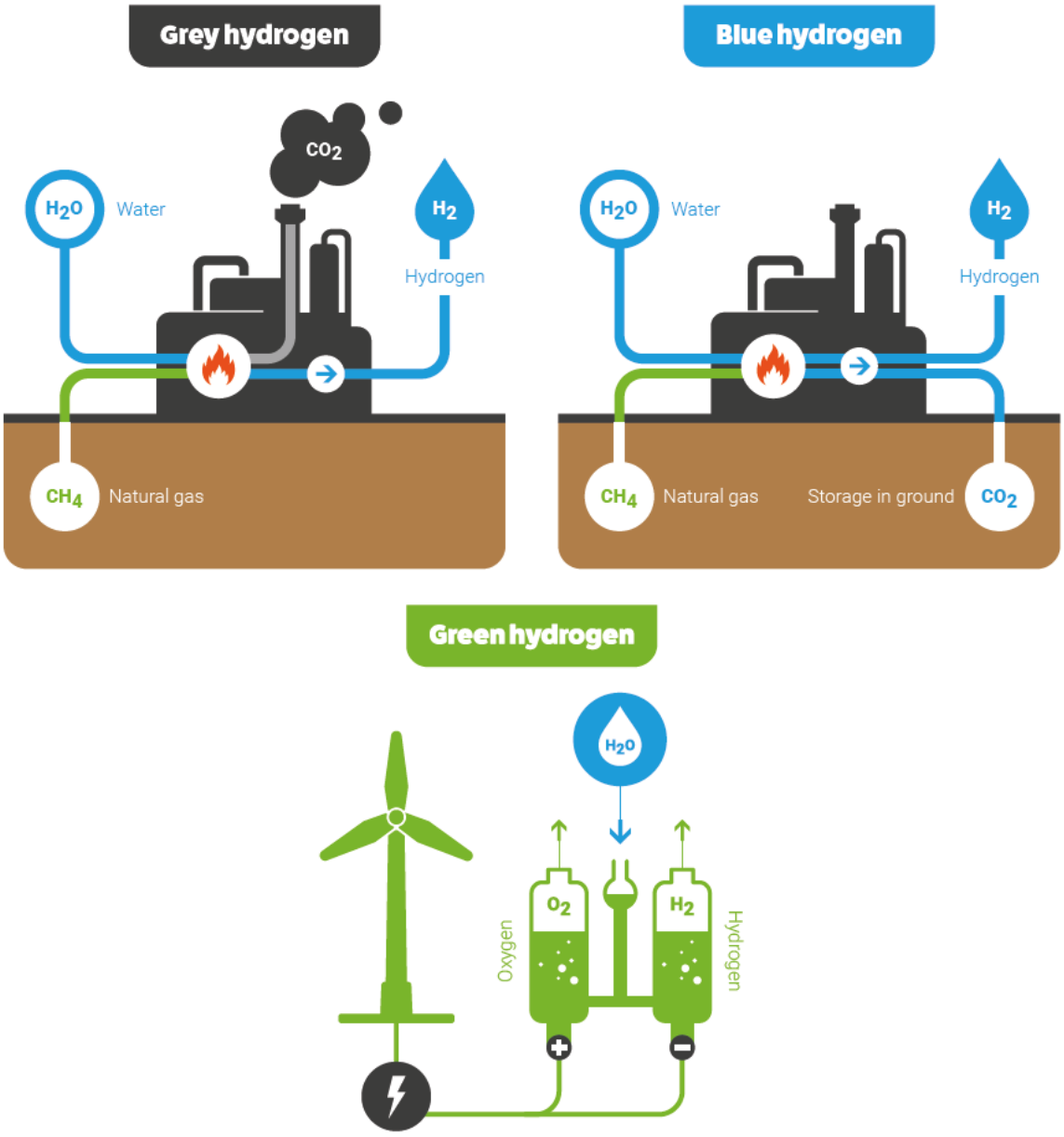
CO_2: RAW MATERIAL FOR PET BOTTLES AND LEGO BRICKS

Professor Gruter is also conducting research into oxalic acid with colleagues at the University of Amsterdam. The research group Industrial Sustainable Chemistry (ISC) is conducting research together with toy manufacturer LEGO. They're looking for a way of making the plastic building blocks from CO_2 and biomass in the future. 'We want to make high quality plastics that we can use to make even better plastic bottles in the future. We hope to be able to make a bottle that no longer needs to be melted down after recycling, but can be refilled after a thorough wash. Just as we do with glass beer bottles.' According to the professor, the chemical industry still has many opportunities to achieve a greener society. 'The time has come to once again unravel all the elements of the periodic table.'

CO_2: RAW MATERIAL FOR COSMETICS

At Chemport Europe, the young scale-up Photanol is also innovating with CO_2 as a raw material. The company produces various organic acids from cyanobacteria, solar energy and carbon dioxide, which form the basis for the production of bioplastics and cosmetics. In 2019, construction is due to start on a pilot plant in Delfzijl (province of Groningen), which will source its CO_2 from the neighboring Nouryon plant.

'The time has come to once again unravel all the elements of the periodic table.'



3. Hydrogen
From grey to green

THE CHALLENGE: A GLOBAL HYDROGEN ECONOMY

And then we have a third green building block: hydrogen. In Japan, it is seen as the ingredient for a sustainable society. That country is leading the way in the use of this renewable energy source. The whole world will also experience this during the 2020 Olympic Games in Tokyo. The Olympic village where more than 17,000 athletes and guests are staying will be transformed into a 'hydrogen city'. All accommodation, sports locations and catering establishments will be supplied

with electricity and hot water via hydrogen energy. Japan also aims to have around 35 hydrogen filling stations during the Olympic Games. The car brands Toyota and Honda are striving to put at least 6,000 hydrogen cars on the road. The Japanese government has been investing in large-scale projects to transform the country into a hydrogen-based society since 2014. For the time being, the country is extracting the hydrogen from Australian lignite. The hydrogen is to be extracted from fossil-free energy by 2040.

The Japanese aren't doing this for nothing. Green hydrogen not only serves as an environmentally friendly and safe fuel; it is also a useful building block for the chemical industry. Green hydrogen can be produced from green electricity through electrolysis. It can also be produced from biomass and biogases. This calls for gasification and steam reforming respectively. And the best thing about it: hydrogen can be transported through gas pipelines.

DUTCH HYDROGEN ECONOMY: EXPERTISE, INFRASTRUCTURE AND AMBITION

The Netherlands is also a strong advocate of hydrogen. It appears to present a solution to many problems. For example, the gas can be used to store sustainably generated energy, as large surpluses of wind and solar energy will become available in the future. The green energy can easily be converted into hydrogen, and - at a later stage or at another location - can just as easily be converted into green electricity. Hydrogen can also be used as a fuel for transport. But especially for the chemical sector, hydrogen is an important green building block. It is not only an alternative to natural gas and oil to run chemical processes, but can also be used as a raw material.

The Netherlands does not yet have a large-scale hydrogen supply. Hydrogen is already being produced, as a residual stream from various chemical processes. But this is 'grey' hydrogen, because it is obtained from fossil natural gas.



Gemini 1, located in the North Sea, is Europe's largest offshore wind park.

SHAPING THE FUTURE HYDROGEN ECONOMY

The big step forward is when hydrogen can be produced on a large scale from sustainable energy - green hydrogen. Dutch industry in the TopDutch region is working hard to scale up the technology. Various research projects are underway. Multinationals such as Shell and Nouryon and energy companies such as Gasunie, RWE, Engie and Nuon form consortia with various knowledge institutions.

Hydrogen is produced through electrolysis. 'With the aid of electricity water is split via an electrolyzer into oxygen and hydrogen', explains Erik Heeres, professor of chemical technology at the University of Groningen. Professor Heeres is involved in Hydrohub, a test center shortly due to be opened, where an electrolyzer with a capacity of 1 megawatt will run. The partners of the project, in which approximately 6 million euros will be invested, are: Shell, TNO, Frames, Nouryon, Groningen Seaports, Hanze University of Applied Sciences, the University of Groningen, GasUnie and the research institute for process technology ISPT.

'There is enough knowledge available to improve and scale up these electrolyzers.'

According to Erik Heeres, the Netherlands has plenty of opportunities to take a leading position in the production of electrolyzers. 'There is enough knowledge available to improve and scale up these electrolyzers.' Hydrogen plants will certainly start operating in the north of the Netherlands in the future. In the north, large amounts of wind energy come ashore from the sea, which can be converted into hydrogen.



Hydrogen takes the greening of chemistry a step closer. In the future, chemical processes that still require fossil resources could partially run on hydrogen. The Groningen-based company BioMCN is a case in point. This company currently produces methanol from natural gas and biogas, but

also has plans to produce methanol by having hydrogen react with CO_2. This is making the company's methanol greener and greener. In the longer term, there will be a great opportunity to supply green hydrogen via a shared infrastructure, so that all companies in the chemical cluster can benefit.

THE TOPDUTCH REGION GAINING MOMENTUM

The chemical industry needs green building blocks. This calls not only for pilot plants, but also for sustainable total solutions, an infrastructure and logistics and a culture of intensive cooperation. Such innovations are gaining momentum in the TopDutch region. Working together, these innovative pioneers will help the chemical cluster in the Northern Netherlands to achieve its ambition of producing sustainably and CO_2 negatively by 2050. 'Developments could rapidly gain momentum', predicts biotech professor Euverink. 'Certainly as oil and natural gas become scarce or when governments start putting a price on CO_2 emissions. Companies would do well to prepare for greener business operations.'

JOIN TOPDUTCH

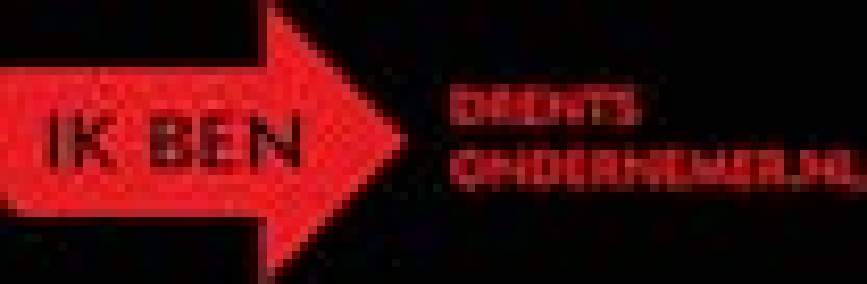
So what will be your new industry? What raw materials does your company need for green and sustainable production? Contact our network of knowledge-intensive institutions and innovative and entrepreneurial companies. You'll soon see for yourself how quickly things get done here in the Northern Netherlands.

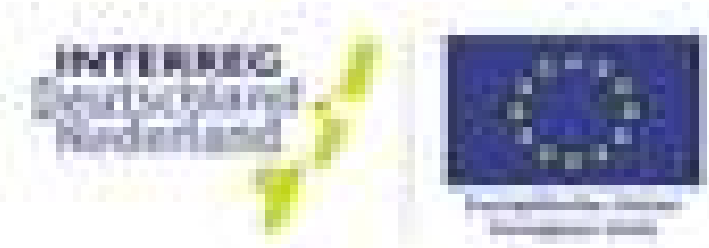
Contact
Errit Bekkering
+31 (0)6 250 083 70
bekkering@nom.nl

TOPDUTCH.COM

A good place to be great


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 19-7-2017 14:14:55
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : Topdutch op vakantie
Attachment : DVHN-20170719-DO01010007.pdf;

Hi,

Hebben jullie deze gezien?

Groeten,
[redacted]

DAGBLAD VAN HET NOORDEN

19 juli 2017 , pag. 10



Het eerste deel van de Gigafactory voor de productie van accu's in het Amerikaanse Reno in aanbouw. TopDutch wil Tesla ervan overtuigen dat een soortgelijke fabriek in Noord-Nederland moet komen. FOTO REUTERS

Ruim 3000 mensen willen baan bij Tesla

BOUKE NIELSEN

GRONINGEN De campagne van Top Dutch om alvast personeel te werven voor de Gigafactory van Tesla, als die tenminste komt, heeft ongeveer 3100 aanmeldingen opgeleverd.

TopDutch is de campagne van de drie noordelijke provincies om de Gigafactory (accufabriek) van Tesla naar Noord-Nederland te halen. Heel Europa jaagt op die acquisitie, maar door een afwijkende campagne neer te zetten hoopt Noord-Nederland in beeld te komen bij Tesla.

Dat is in elk geval gelukt, vindt Patrick Brouns, CDA-gedeputeerde in Groningen en samen met de andere noordelijke gedeputeerden aan het stuur bij de campagne: „We weten dat er vanuit Tesla regelmatig naar onze site wordt gekeken en men ons volgt op Twitter. We zijn dus in beeld."

Brouns is ook tevreden met de 3100 aanmeldingen. „We wisten van tevoren dat we ons doel van 10.000 niet in een maand zouden bereiken." Of 3100 veel of weinig is, weet TopDutch-campagneleider Gerard de Boer niet. „Vooraf was er intern een stevige discussie: stel, er geven zich maar drie mensen op", schetst hij. „Het zijn er veel meer geworden. De groene zonnebril bleek een bindmiddel, zelfs Rutte committeerde zich via die bril aan TopDutch."

'Bedrijf bekijkt onze site en volgt ons op Twitter. We zijn dus in beeld'

De werving ligt voorlopig stil, maar na de vakantie wordt die voortgezet en dan worden er nieuwe elementen toegevoegd. De campagne van TopDutch gaat dan ook breder worden. Er komt een nieuw spoor bij, maar ze laten nog niet het achterste van de tong zien. De Boer: „We gaan ook handel voor Musk regelen." Patrick Brouns vult aan: „We hebben de verkoop voor Tesla in beeld. De campagne wordt veel groter dan nu."

Of Tesla ooit naar Noord-Nederland komt is en blijft de vraag, zo weten de TopDutch-mannen. Die beslissing is enkel en alleen aan Tesla-eigenaar Elon Musk.

Brouns: „Maar door de campagne worden we herkend. Er hebben zich bedrijven gemeld voor een oriëntatie in Noord-Nederland terwijl ze in eerste instantie aan andere Europese regio's dachten. We vertellen in de campagne ook wat we hier allemaal doen. Dat is niet alleen voor Tesla interessant."

TopDutch op vakantie

Onder het motto 'TopDutch op vakantie' begint vrijdag een nieuw onderdeel van de campagne. Op Groningen Airport Eelde liggen groene brillen voor de vakantiegangers, die de bril op hun vakantieadres kunnen gebruiken voor een 'selfie'. Die 'selfies' kunnen vervolgens worden gepost bij TopDutch. De leukste foto's worden beloond met vliegtickets naar Kopenhagen en Londen.

Date : 23-11-2018 11:08:06
From : " **initio.nl**
To : **@provinciegroningen.nl, "** **provinciegroningen.nl, "** **@provinciegroningen.nl, "** **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "** **fryslan.frl, "** **@fryslan.frl, "** **"** **@nom.nl, "** **@nom.nl, "** **nom.nl, "** **nom.nl, "** **nom.nl**
Subject : TopDutch presentatie Communicatieconcept

Hallo allen,

Afgelopen woensdag hebben we het communicatie-concept gepresenteerd aan de kerngroep en maandag a.s. ook aan jullie!
We zien jullie graag om 15.00 in de Witte Zaal in de Mediacentrale. De presentatie start om 15.15.

Graag tot maandag!

Met hartelijke groet,

t +
e opdutch.com
w www.topdutch.com

Date : 11-1-2017 13:47:34
From : "[redacted]
To : "[redacted]**@marketingdrenthe.nl"** [redacted]**@marketingdrenthe.nl**
Cc : "[redacted]**drenthe.nl, "**[redacted]**drenthe.nl**
Subject : Topdutch
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Hoi [redacted],

Jullie hebben vast de gister gelanceerde campagne rond www.topdutch.com #topdutch gezien ☺

Willen jullie het twitterkanaal van Marketing Drenthe er ook voor inzetten?

Dat kan door het NNL verhaal te retweeten (bijv. de tweet met een deel van het filmpje)
https://twitter.com/TopDutchCom/status/818864593414000645

Maar het kan natuurlijk ook door het als soort van 'newshacking' te doen. Een Drentse inhaker op #topdutch (voor stukje branding Drenthe ;))
Door bijv. het toffe Drentse fietsfilmpje te tweeten met Drenthe is #topdutch of verzin iets creatiefs wat past bij de propositie zoals op de site staat! ☺

Zou geweldig zijn als ook Marketing Drenthe helpt om het NoordNL verhaal te boosten ☺

Met vriendelijke groeten,

[redacted]
Public Affairs - Innovatie

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 20-12-2018 10:38:36
From : " **topdutch.com**
To : " **drenthe.nl, "** **provinciegroningen.nl, "** **fryslan.frl**
Cc : " **nom.nl, "** **@nom.nl, "** **nom.nl, "** **nom.nl, "** **initio.nl**
Subject : TopDutch: werksessies thema campagnes inplannen

Hi Kernteam,

Om het tempo er in te houden, vraag ik jullie om input voor het organiseren van de thema werksessies. De eerste thema werksessies willen we in januari al organiseren, dus ik hoop snel van jullie de nodige input te ontvangen! Alvast bedankt.

Wat ik van jullie nodig heb?

- Uitnodigingenlijst per thema werksessie: namen en e-mailadressen
- Voorstel data en tijdstippen om mee te nemen in de uitnodiging

Wat we gaan doen?

- Doelgroepen bepalen: key influencers, landen, industrie-subsectoren en type bedrijven (eventueel specifieke bedrijven)
- Key stories bepalen: onderwerpen en globale inhoud
- Input key stories:
  - deskundigen / professionals / bedrijven identificeren en selecteren (voor interviews)
  - hub content verzamelen; industrie-agenda, rapporten, etc.
- Overzicht mogelijke 'aansluit-momenten' en doelgroep specifieke kanalen: belangrijke beurzen/conferenties/journals/media

Thema's en timing?

1. Groene chemie: done
2. Agridairy/Agrifood: Januari
3. Life Sciences and Health: Januari (?)
4. Logistiek: Januari
5. WaterTech: Febrauri
6. Digital: Februari
7. Energy: Maart
8. Tech/HTSM: Maart

Sowieso aanwezig per thema - zoals afgesproken bij kernteam overleg 10 oktober 2018:
Propositie Provincie NOM

1. Chemie
2. Energie
3. Digitaal
4. Agridairy/agrifood
5. WaterTech
6. Logistiek
7. Health
8. Tech/HTSM

@ graag hoor ik wie er vanuit Drenthe deze thema's kan oppakken.

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

Date : 5-2-2019 13:18:50
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : Update Topdutch
Attachment : scan_MFP49_2740_001.pdf;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Hoi collega's,

Het leek me goed om de planning Topdutch met jullie te delen. Even een korte update:

1. Het worden drukke maanden tot eind 2019 voor Topdutch. Ik kan alle hulp gebruiken, specifiek van de 'thematrekkers'
2. De campagne Topdutch 'Chemie' is officieel van start gegaan. Vanuit de provincie Drenthe is [redacted] hierbij aangehaakt.
3. Voor de aanstaande campagnes Topdutch worden in de maand februari werksessies ingepland. Elke aanstaande campagne wordt voorbereid met een werksessie.
4. Vanuit Drenthe is het belangrijk dat elke werksessie goed vertegenwoordigd is vanuit Drenthe. Zonder aanwezigheid Drenthe, geen input voor aanstaande campagnes, dus geen resultaat voor Drenthe.
5. Individuele proposities worden ontwikkeld door de drie provincies en de NOM. Voor de inhoudelijke proposities, werksessies zie onderstaande wie waarbij betrokken is.
6. Om de werksessies goed in te vullen, vraag ik onderstaande personen om 1 a 2 personen binnen de specifieke sector aan te dragen. Insteek is om voor elke werksessie maximaal 3 mensen vanuit Drenthe in deze groep plaats te laten nemen. Belangrijk is dat we mensen aandragen die inhoudelijk een goed beeld hebben en het verhaal vanuit Drenthe per sector kunnen schetsen.
7. Voor de campagne Energy zijn we nog op zoek naar een inhoudelijk specialist vanuit de provincie Drenthe. Wie kan ik hier voor aanmelden?

Campagne Digitaal:
Werksessie: 05-02-2019
Inbreng Drenthe: [redacted] + 2 'externen'
Deadline propositie: 15 februari 2019
Campagne live: 8 april 2019

Campagne Agrifood:
Werksessie: februari, exacte datum volgt zsm.
Inbreng Drenthe: [redacted] + 2 'externen'
Deadline propositie: 15 februari 2019
Campagne live: 18 maart 2019

Campagne Logistiek:
Werksessie: februari, exacte datum volgt zsm.
Inbreng Drenthe: [redacted] + 2 'externen'
Deadline propositie: 22 februari 2019
Campagne live: 22 april 2019

Campagne Life Science & Health:
Werksessie: februari, exacte datum volgt zsm.
Inbreng Drenthe: [redacted] + 2 'externen'
Deadline propositie: 22 februari 2019
Campagne live: 13 mei 2019

Campagne Watertech:
Werksessie: februari, exacte datum volgt zsm.
Inbreng Drenthe: [redacted] + 2 'externen'
Deadline propositie: 28 februari 2019
Campagne live: 3 juni 2019

Campagne Energy:
Werksessie: februari, exacte datum volgt zsm.
Inbreng Drenthe: **Wie???** + 2 'externen'
Deadline propositie: 28 februari 2019
Campagne live: 24 juni 2019

Conclusie:
- Graag ontvang ik van jullie **zsm** jouw deelname aan de werksessies, aangevuld met 2 personen 'uit het veld' met een breed verhaal. (Data sessies volgen zsm)
- Wat betreft de proposities neem ik contact op met de collega's van Groningen en Fryslân. Waar nog niet aangehaakt, moeten we schade inhalen. Ook al zijn we als provincie Drenthe niet in de lead qua alle proposities, we moeten onszelf wel zichtbaar maken in dit geheel.
- Als provincie Drenthe zijn we in de lead voor de proposities Health & Life Science en Logistiek. @[redacted] en @[redacted] ik plan een afspraak in om te verkennen hoe ver we zijn met de proposities.

Sorry als dit een enigszins zakelijk overkomt, maar we moeten echt even gas gaan geven voor Topdutch en ik ben jullie inhoudelijk echt nodig

om Drenthe goed vertegenwoordigd te krijgen in Topdutch. Als er iets is wat onduidelijk is, vragen, imput of wat dan ook, laat het mij vooral weten. Volgende week zit ik weer met de mensen van Topdutch, dan neem ik dit mee.

Met vriendelijke groet,

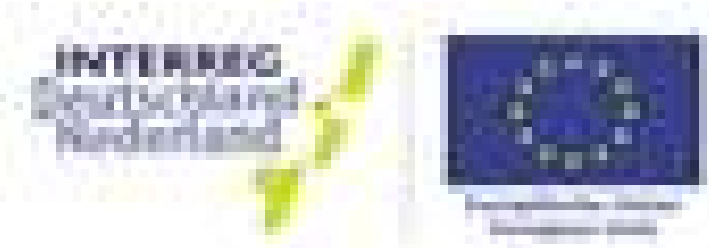
Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-
Email: drenthe.nl

			Chemie			Digitaal			Agrifood			Logistiek			Life Sciences & Health			WaterTech			Energy		
		Week 5																					
	Feb	week 6	Creatie	Campagne		Werksessie			Werksessie		Propositie	Werksessie											
	Feb	week 7	Werksessie	Campagne	Propositie = 15 februari	Voorbereiding	Voorbereiding	Propositie = 15 februari	Voorbereiding	Voorbereiding	Propositie = 15 februari		Propositie	Propositie = 22 februari	Werksessie	Propositie	Propositie = 22 februari	Werksessie	Propositie	Propositie = 28 februari		Propositie	
	Feb	week 8				Voorbereiding	Voorbereiding		Voorbereiding	Voorbereiding											Werksessie	Propositie	Propositie = 28 februari
	Feb	week 9				Voorbereiding	Voorbereiding		Content														
	Maart	week 10				Voorbereiding	Voorbereiding		Content	Creatie													
	Maart	week 11		Campagne		Content			Content	Creatie		Voorbereiding	Voorbereiding										
VERKIEZINGEN	Maart	week 12		Campagne		Content			Content	Creatie	Campagne = 18 maart	Voorbereiding	Voorbereiding		Voorbereiding	Voorbereiding		Voorbereiding	Voorbereiding				
	Maart	week 13				Content	Creatie		Content	Creatie	Campagne	Content			Content			Content					
	Apr	week 14				Content	Creatie		Content	Creatie	Campagne	Content			Content	Creatie		Content					
	Apr	week 15				Content	Creatie	Campagne = 8 april		Creatie	Campagne	Content	Creatie		Content	Creatie		Content	Creatie				
	Apr	week 16					Creatie	Campagne		Creatie	Campagne	Content	Creatie		Content	Creatie		Content	Creatie				
	Apr	week 17					Creatie	Campagne			Campagne	Content	Creatie	Campagne = 22 april	Content	Creatie							
VAKANTIE	Mei	week 18					Creatie	Campagne			Campagne	Content	Creatie	Campagne	Content	Creatie	Campagne = 13 mei						
	Mei	week 19						Campagne					Creatie	Campagne	Content	Creatie	Campagne						
	Mei	week 20						Campagne					Creatie	Campagne	Content	Creatie	Campagne						
	Mei	week 21												Campagne		Creatie	Campagne						
	Mei	week 22												Campagne			Campagne						
	Jun	week 23															Campagne						
	Jun	week 24																					
	Jun	week 25																					
	Jun	week 26																					
	Jul	week 27																					
	Jul	week 28																					
	Jul	week 29																					

Voorbereiding	Harvest Digital	Doelgroepen targeting strategie + campagne plan
	Initio	Afspraken maken interviews, beeldplan, creatieplan
	Journalisten	Structuur artikelen
Content	Journalisten	Interviews + schrijven artikelen
	Initio	Review artikelen + creatieplan aanscherpen; advertentieplan aanscherpen
	Harvest Digital	Advertenties inrichten
Creatie	Initio	Uitvoering creatieplan + advertenties maken
Campagne	Harvest Digital	Campagne optimalisatie
		Organisch mediaplan


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland

Date : 11-7-2019 13:52:30
From : " [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Update vanuit Topdutch
Attachment : Gedeputeerdenoverleg 11 juli_1107.pdf;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Hoi collega's,

Vanmiddag wordt Henk Brink bijgepraat over de laatste stand van zaken rondom Topdutch. Hierbij deel ik de presentatie die straks gegeven wordt aan de noordelijke bestuurders.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl

TOPDUTCH

GEDEPUTEERDENOVERLEG

11 juli 2019

AGENDA

AGENDA

1. Originele opdracht
2. Financiën
3. Invulling opdracht: update
4. Planning
5. Vragen

1. ORIGINELE OPDRACHT

ORIGINELE OPDRACHT

Merk voor economische regio Noord-Nederland en branding campagnes om **breinpositie** te creëren bij ‘suspects’ - **ondersteunend aan internationale acquisitie** opdracht NOM.



MERK = TOPDUTCH

Vergroening en digitalisering zijn de ontwikkelingen waar TopDutch in vooroploopt en **internationaal breinpositie** heeft. TopDutch is dé plek voor **talent** en bedrijven met ambitie op deze domeinen.

Vergroening, digitalisering en talent.

MERK = TOPDUTCH

Missie

TopDutch is nationaal en internationaal hét **merk van de economische regio Noord-Nederland**.
TopDutch versterkt de economische, acquisitie- en aantrekkingskracht van de regio.

A good place to be great.

MERK = TOPDUTCH

Visie

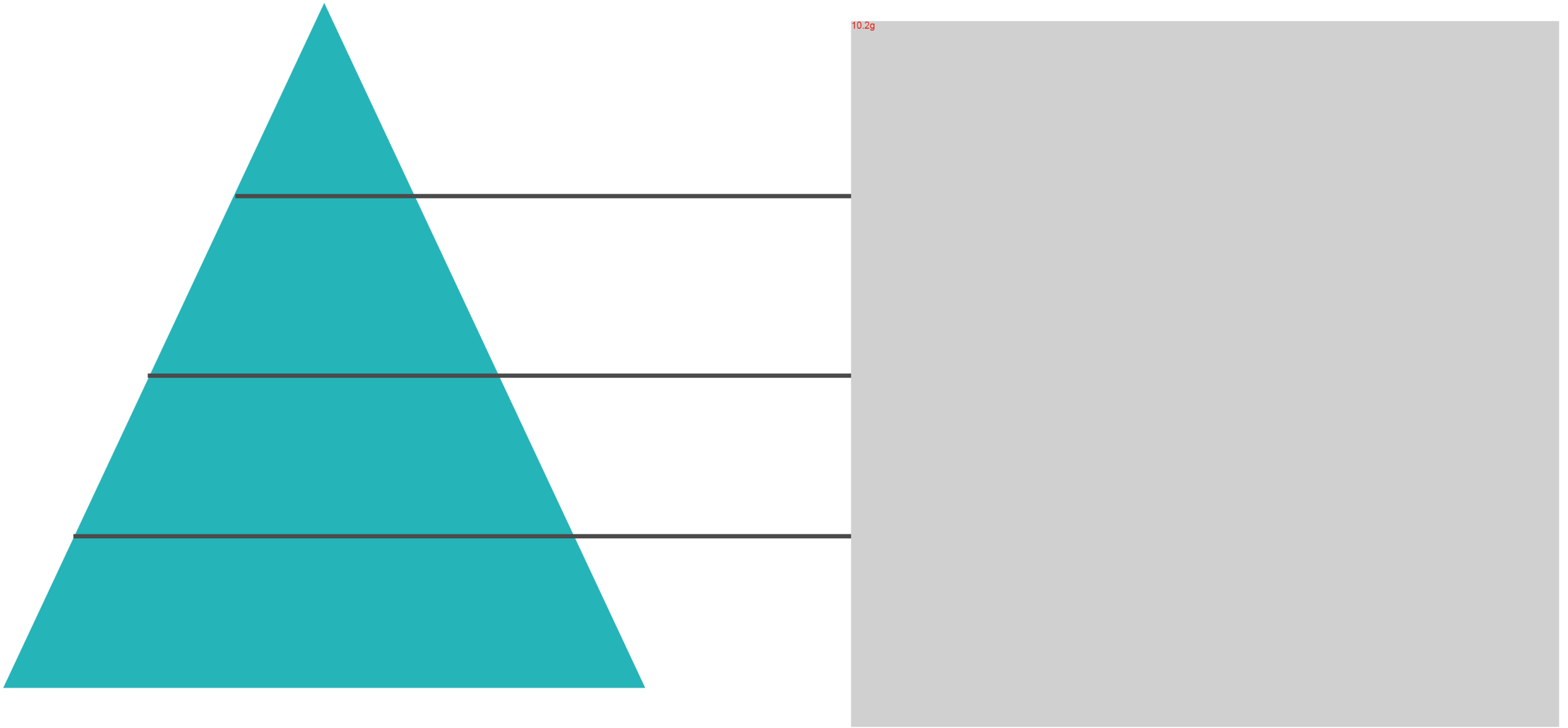
TopDutch is een sterke en aantrekkelijke economische regio, vol visionairs, pioniers, aanjagers en ontwikkelaars van de groene en digitale toekomst. In TopDutch worden **groene en digitale oplossingen** ontwikkeld voor **mondiale uitdagingen**. Samen zijn we in staat een **belangrijke rol** te spelen in de wereld én voor de **economie van Nederland**.

TopDutch Solutions for Global Challenges

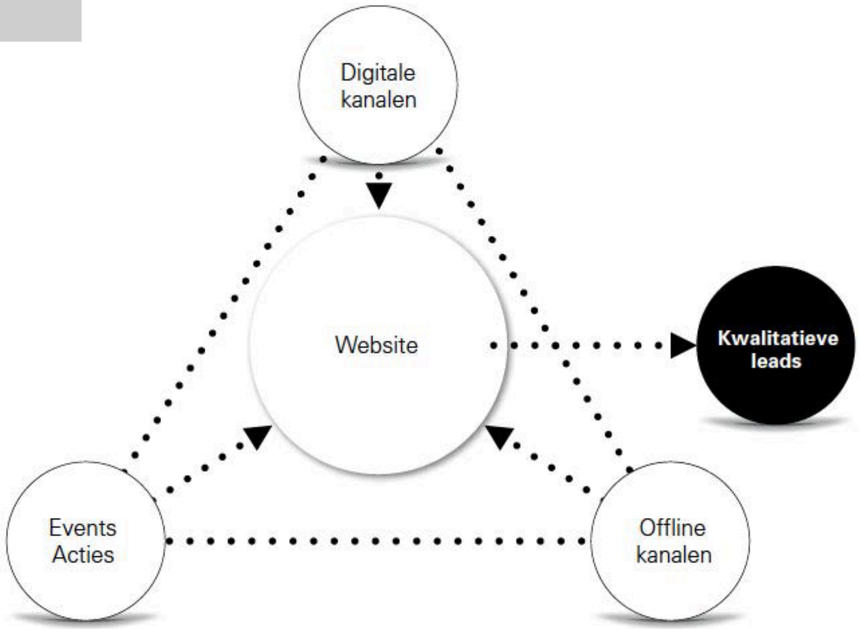
MERK = TOPDUTCH

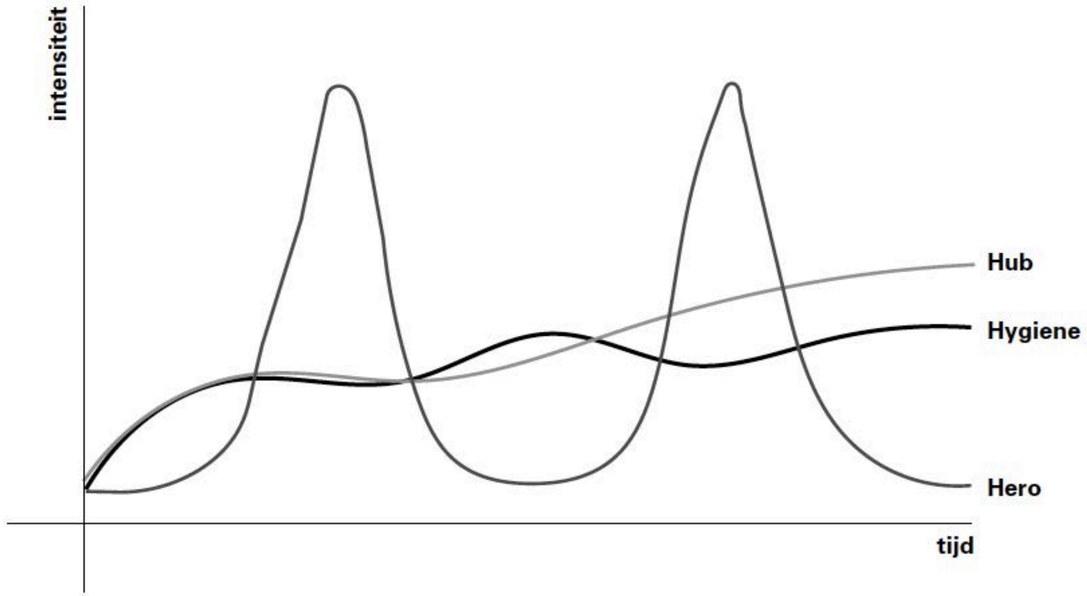


CAMPAGNE-STRATEGIE = HERO-HUB-HYGIENE



CAMPAGNE-STRATEGIE = HERO-HUB-HYGIENE

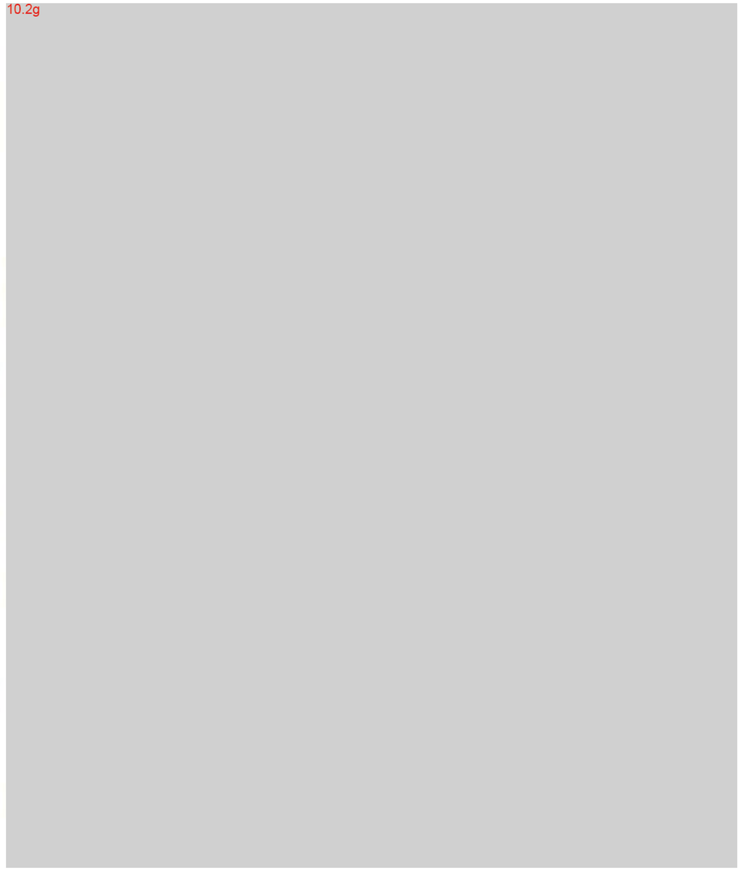




BUDGETTERINGSVOORSTEL

2- jarig campagnebudget
1.200k

- **1. Organisatie dedicated team**
  360k
- **2. Campagne basismiddelen**
  160k
- **3. Top Dutch key campagnes**
  465k
- **4. Top Dutch endorsement**
  150k
- **5. Iedereen is Top Dutch**
  65k

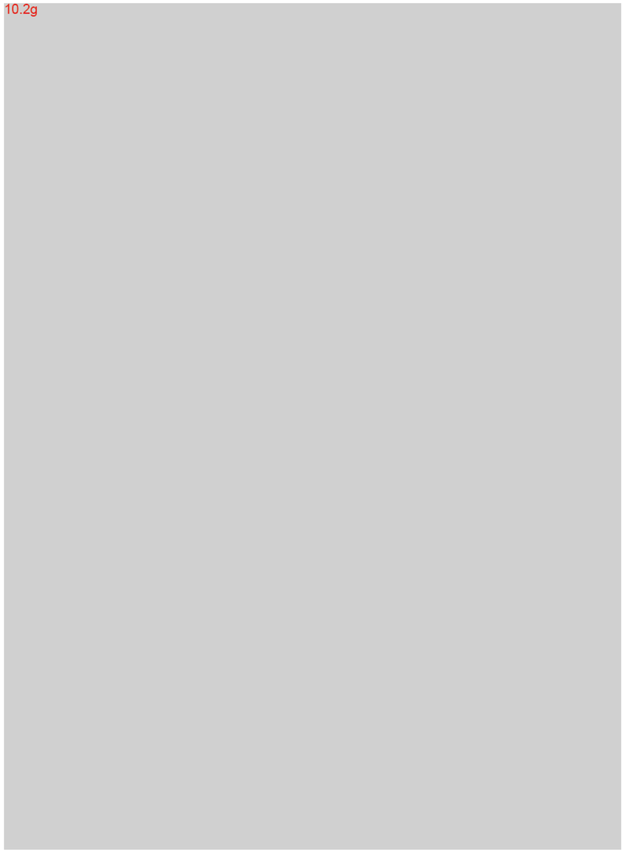


2. FINANCIËN

BUDGETVERDELING

2-JARIG CAMPAGNEBUDGET
1.200K

- **1. ORGANISATIE DEDICATED TEAM** — **296K**
  - 50k/jr
  - 75k/jr
  - 50k
- **2. BASISMIDDELEN** — **304K**
  - 25k
  - 35k
  - 40k
  - 40k
  - 119k
  - 35k
- **3. KEY CAMPAGNES** — **474K**
  - 89k
  - 28k
  - 101k
  - 132,5k
  - 25k
  - 25k
  - 25k
  - 50k
- **4. ENDORSEMENT** — **75K**
  - 30k
  - 45k
- **5. IEDEREEN IS TOPDUTCH** — **51K**
  - 20k
  - 31k



FINANCIEN STAVAZA

Datum	14 juni
Totaal	1.200.000,-
Uitgevoerde werkzaamheden	734.324,52
Resterend budget	465.675,48

FINANCIËN

Basismiddelen

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Positionering	25.000,-	25.440,-	(440,-)
Branddesign, logo en kit	35.000,-	35.095,-	(95,-)
Concept-ontwikkeling	40.000,-	40.000,-	
Overall campagne ontwikkeling	40.000,-	38.122,-	1.878,-
Website	110.000,-	129.644,-	(19.644,-)
Tech Infra	35.000,-	35.395,-	(395,-)
Subtotaal	**285.000,-**	**303.696,-**	**(18.696,-)**

FINANCIËN

Basismiddelen

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Positionering	25.000,-	25.440,-	(440,-)
Branddesign, logo en kit	35.000,-	35.095,-	(95,-)
Concept-ontwikkeling	40.000,-	40.000,-	
Overall campagne ontwikkeling	40.000,-	38.122,-	1.878,-
Website	110.000,-	**129.644,-**	(19.644,-)
Tech Infra	35.000,-	35.395,-	(395,-)
Subtotaal	**285.000,-**	**285.000,-**	**(18.696,-)**

FINANCIËN

Key campagnes

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Chemie campagne totaal	79.000,-	86.900,-	(7.900,-)
Key campagnes	**358.500,-**	**336.500,-**	**22.000,-**
Propositities/themapagina's (7 thema's)		*28.000,-*	
Key stories (6 thema's; 22 stuks)		*101.000,-*	
1. Invest in TopDutch campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 *42.500,-* *90.000,-*	
2. Agri/Food campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 *12.500,-* *12.500,-*	
3. Life Sciences & Health campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 *12.500,-* *12.500,-*	
4. WaterTech campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 *12.500,-* *12.500,-*	
Social listening & beheer	50.000,-	50.000,-	
Subtotaal	**487.500,-**	**473.400,-**	**14.100,-**

FINANCIËN

Key campagnes

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Chemie campagne totaal	79.000,-	86.900,-	(7.900,-)
Key campagnes	**358.500,-**	**336.500,-**	**22.000,-**
Propositities/themapagina's (7 thema's)		***28.000,-***	
Key stories (6 thema's; 22 stuks)		***101.000,-***	
1. Invest in TopDutch campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 ***42.500,-*** ***90.000,-***	
2. Agri/Food campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 ***12.500,-*** ***12.500,-***	
3. Life Sciences & Health campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 ***12.500,-*** ***12.500,-***	
4. WaterTech campagne • *Campagne* • *Mediakosten*		 ***12.500,-*** ***12.500,-***	
Social listening & beheer	50.000,-	**50.000,-**	
Subtotaal	**487.500,-**	**473.400,-**	**14.100,-**

FINANCIËN

Endorsements

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Endorsements 2018	30.500,-	30.620,-	(120,-)
Talent	10.000,-	10.000,-	
Business / Start-ups > International	9.500,-	5.000,-	4.500,-
Lifestyle	9.500,-	5.000,-	4.500,-
NOM (powerpoint, why invest)		4.000,-	(4.000,-)
Newsletters	10.500,-	10.500,-	
Online journeys	10.000,-	10.000,-	
Subtotaal	**80.000,-**	**75.120,-**	**4.880,-**

FINANCIËN

Endorsements

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Endorsements 2018	30.500,-	30.620,-	(120,-)
Talent	10.000,-	**10.000,-**	
Business / Start-ups > International	9.500,-	**5.000,-**	4.500,-
Lifestyle	9.500,-	**5.000,-**	4.500,-
NOM (powerpoint, why invest)		**4.000,-**	(4.000,-)
Newsletters	10.500,-	**10.500,-**	
Online journeys	10.000,-	**10.000,-**	
Subtotaal	**80.000,-**	**75.120,-**	**4.880,-**

FINANCIËN

Iedereen is TopDutch

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Opdrachten 2018	21.000,-	21.135,-	(135,-)
Webshop	20.000,-	20.000,-	
Opdrachten 2019	14.000,-	10.000,-	4.000,-
Subtotaal	**55.000,-**	**51.135,-**	**3.865,-**

FINANCIËN

Iedereen is TopDutch

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Opdrachten 2018	21.000,-	21.135,-	(135,-)
Webshop	20.000,-	**20.000,-**	
Opdrachten 2019	14.000,-	**10.000,-**	4.000,-
Subtotaal	**55.000,-**	**51.135,-**	**3.865,-**

FINANCIËN

Dedicated team

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Dedicated team	292.500,-	296.500,-	(4.000,-)
Subtotaal	**292.500,-**	**296.500,-**	**(4.000,-)**

FINANCIËN

Dedicated team

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Dedicated team	292.500,-	**296.500,-**	(4.000,-)
Subtotaal	**292.500,-**	**296.500,-**	**(4.000,-)**

3. INVULLING OPDRACHT: UPDATE

» RESULTATEN

RESULTATEN » CHEMIE CAMPAGNE

> 333.000 vertoningen
> 1.700 kliks
69 opt-in (waarvan 40 uit industrie)
Totaal ingezet mediabudget: € 12.000,-
o.b.v. 28 campagnedagen

RESULTATEN » LEADS

Mondelinge toelichting

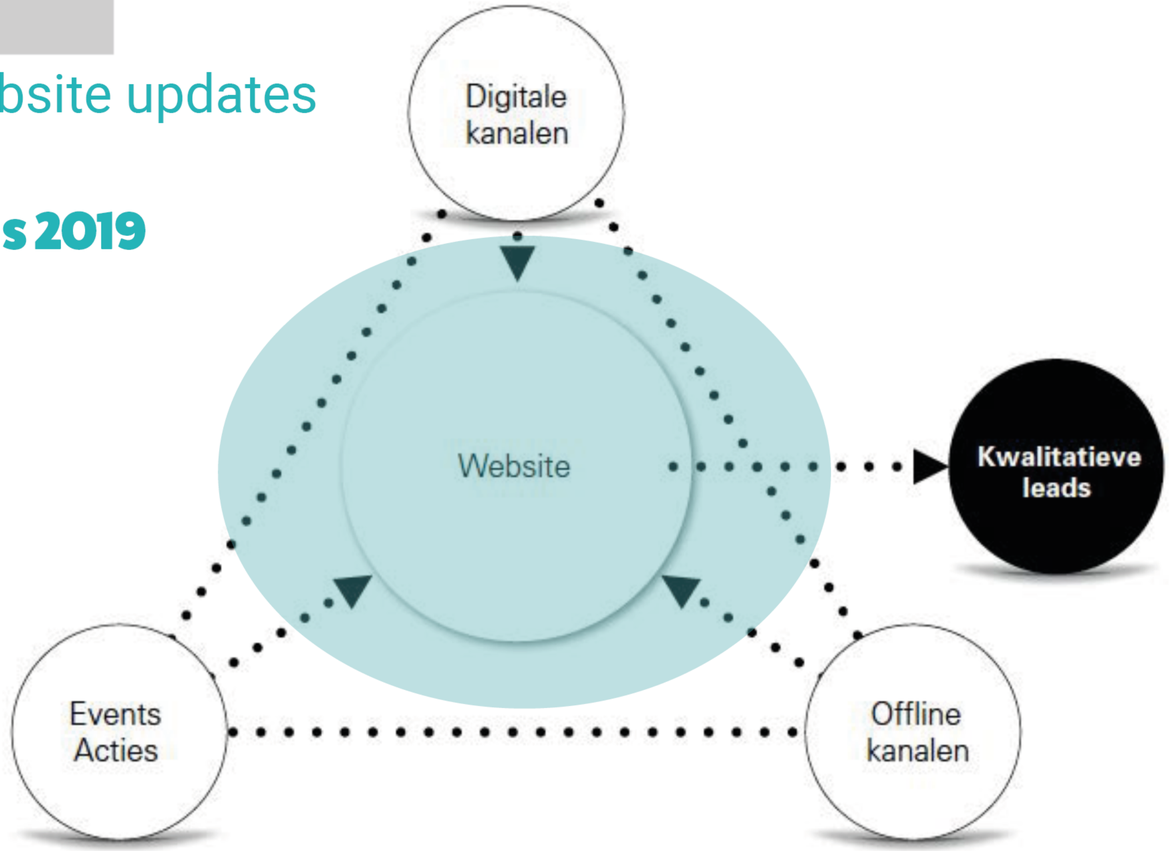
» CAMPAGNE BASISMIDDELEN

WEBSITE ›› PLATFORM

Juli 2018: TopDutch website
November 2018 - mei 2019: TopDutch website updates

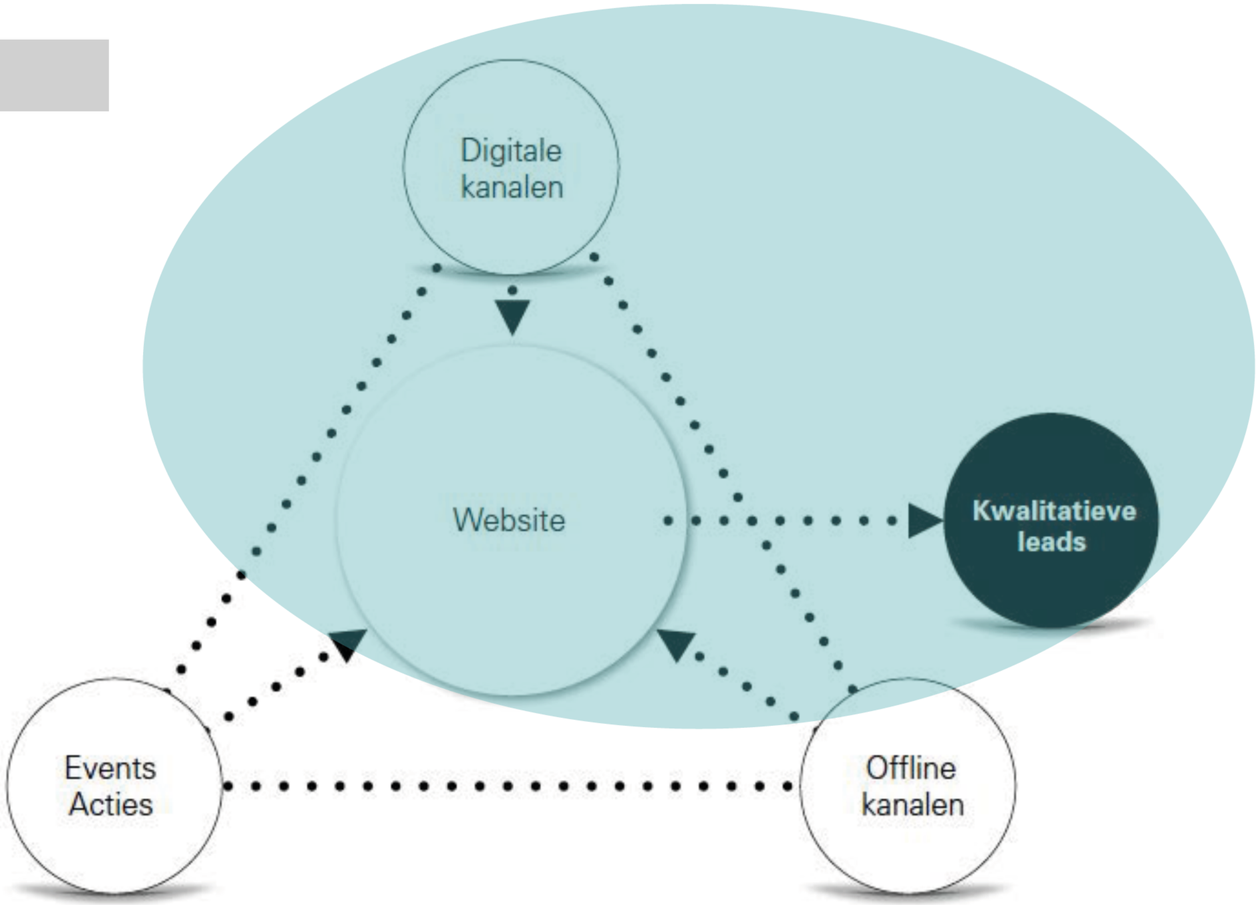
›› NEW: TopDutch platform: juli / augustus 2019

- **Hygiene content**
  - **Why invest in TopDutch**
  - **Proposities thema's**
- **Hub content**
  - **Key stories**
  - **Informatie voor internationals**
  - **Informatie over talent & kennis**
  - **Informatie over lifestyle**
- Hero content
  - Campagne-materiaal



INFRASTRUCTUUR ›› MARKETING-SALES FUNNEL

November - januari 2018:
Februari - heden: Nieuwsbrieven



›› KEY CAMPAGNES

INHOUDELIJKE STURING » CAMPAGNES

Sectoren	Proposities - basis	Proposities - online	Acquisitiestrategie		Verhaallijnen	Stories	Campagnes
Green Chemistry							
Agrifood							
Digital innovation							
Logistics							
Life Sciences & Health							
Watertech							
Energy							

Klaar | Aanscherpen | In ontwikkeling | To do

INHOUD THEMA'S » ONLINE PROPOSITIES

Wacht op **laatste input** sector-specialisten NOM.
Eind juli klaar (mogelijk excl. energie & logistiek)

INHOUD CAMPAGNES ›› KEY STORIES

Green Chemistry

10.2g



Agri/Food

10.2g



Life Sciences & Health

10.2g



WaterTech

10.2g



Digital Innovation

10.2g



Logistics

10.2g



Energy

10.2g



INVEST IN TOPDUTCH CAMPAGNE



Campagne follow-up:
Doorlopend

AGRI / FOOD CAMPAGNE

Momentum (selecteren):



Campagne follow-up:

Doorlopend

WATERTECH CAMPAGNE

Momentum (selecteren):







Campagne follow-up:

Doorlopend

LIFE SCIENCE & HEALTH CAMPAGNE



Campagne follow-up:
Doorlopend

›› OFFLINE ACTIVITEITEN

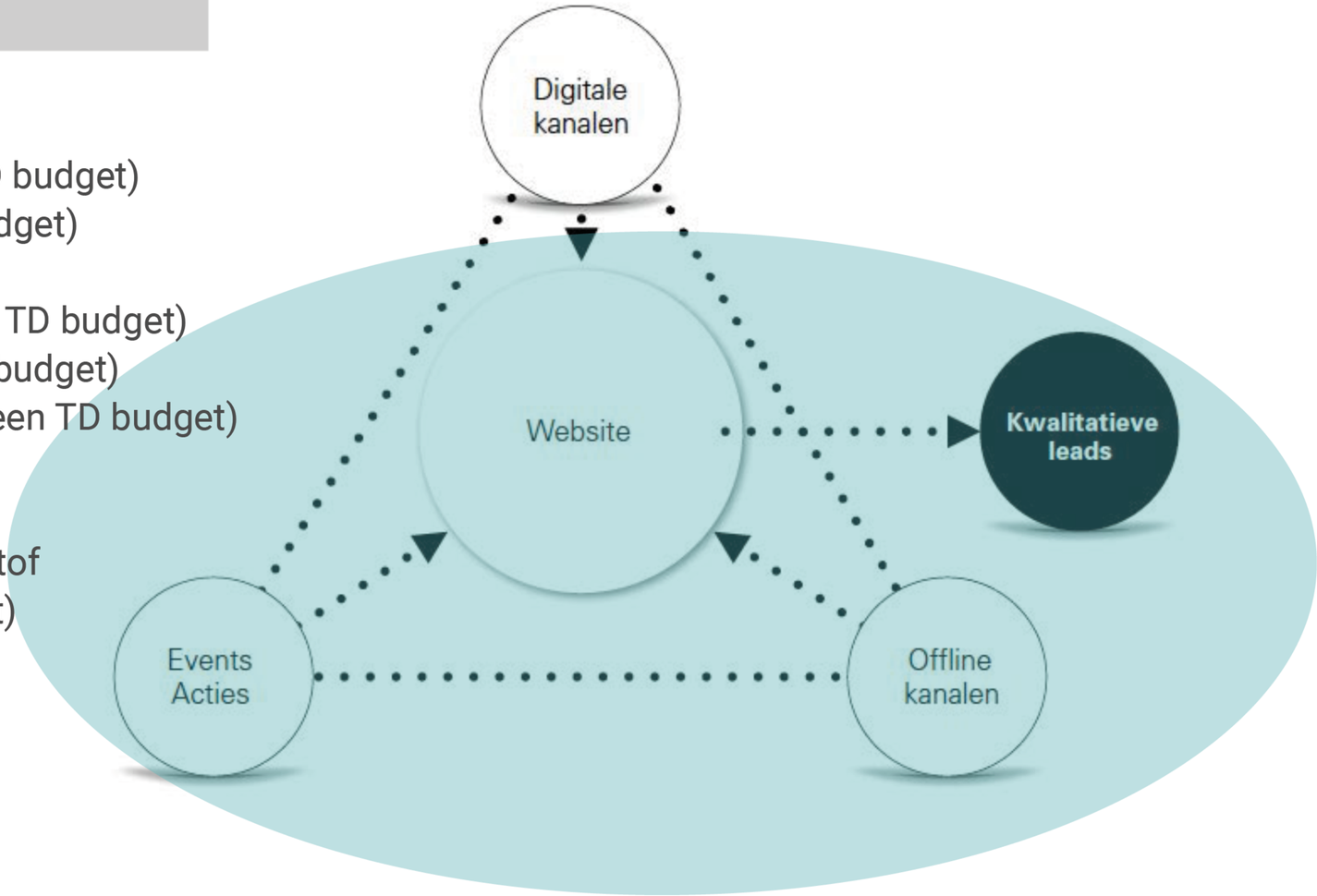
OFFLINE ACTIVITEITEN

1. Events / Acties

- Koningsdag 2018 (deel TD budget)
- Brussel 2018 (geen TD budget)
- Werkfestival
- GES@theResidence (geen TD budget)
- GES@theBeach (geen TD budget)
- TopDutch Solar Racing (geen TD budget)

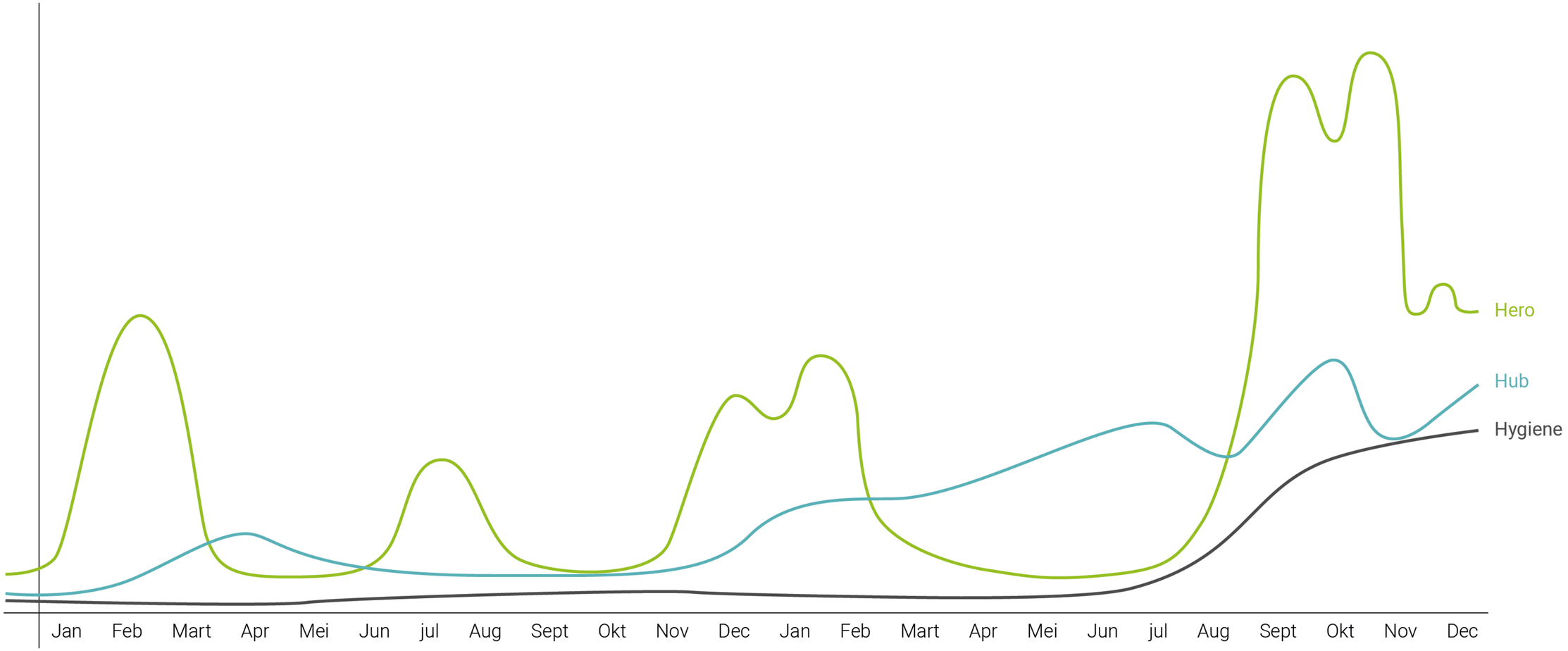
2. Offline

- Key stories groene waterstof
- Bidbooks (geen TD budget)



4. PLANNING

CAMPAGNE PLANNING

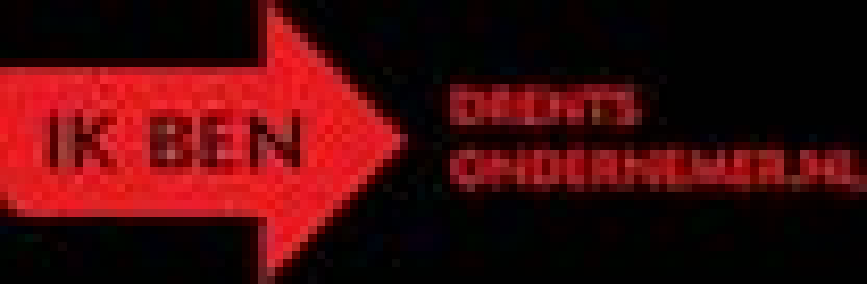


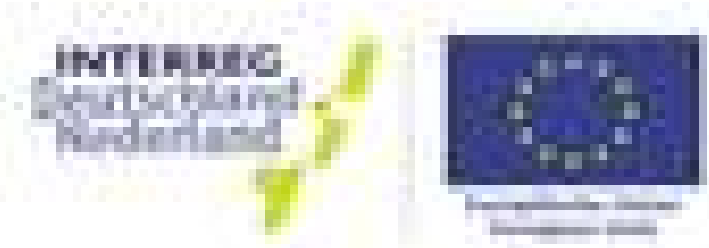
5. VRAGEN

TOPDUTCH

A good place to be great


provincie Drenthe


IK BEN


INTERREG
Deutschland-
Nederland


IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

Date : 29-11-2018 10:33:10
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "[redacted]@ynbusiness.nl, "[redacted]@gemeenteswf.nl)"
[redacted]@gemeenteswf.nl, [redacted]@sudwestfryslan.nl, "[redacted] drenthe.nl, "[redacted]
[redacted]@sudwestfryslan.nl, [redacted]@tcnn.nl
Cc : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : Voorbereiding Maritieme Propositie NNL
Attachment : Bijlage Propositie Watertechnologie (006).pdf;image002.jpg;

Beste mensen,

Ter informatie voor onze sessie van a.s. vrijdag.
In het project TopDutch hebben de gedeputeerden van Drenthe, Groningen en Friesland bepaald dat voor de internationale profilering er 6 Noord Nederlandse proposities moeten worden uitgewerkt.
Eén van deze proposities is water, waarvoor Friesland samen met de NOM aan de lat staat.
De propositie water is afgebakend tot watertechnologie en maritiem. De propositie watertechnologie is nu in concept gereed en als voorbeeld bijgevoegd.
De doelstelling van het proces voor ons, is te komen tot een propositie voor de maritieme sector in NNL.
Hier zullen we een aantal momenten om tafel moeten om de propositie inhoudelijk te ontwikkelen. De snelheid is afhankelijk van de inspanning die nodig is om de informatie te verkrijgen.
Na afbakening van maritieme sector, zodat we weten welke segmenten we willen en kunnen onderkennen in deze propositie, is het de bedoeling om de volgende inhoud op papier te krijgen:

Omvang en betekenis Maritieme Sector
- Kengetallen
- Sterktes
- Successen en succesfactoren

Global Challenges
- Mondiale trends, ontwikkelingen en uitdagingen

Sleutelspelers
- Aansprekende bedrijven
- Ambassadeurs

Ecosystemen/hotspots
- Missie
- Visie
- USP's
- Added value
- Pijlers – Thema's

Voor Top Dutch zullen de tekstschrijvers van het marketingbureau initio, de aangeleverde inhoud van de propositie verder uitwerken naar website-teksten, white papers enz.
Alle informatie over de maritieme sector die jullie in tekst voorhanden hebben, kunnen jullie alvast mailen of morgen meenemen.
Ook zullen de vooraanstaande bedrijven (internationaal opererend) in Friesland, Groningen en Drenthe in de propositie zichtbaar moeten worden, dus die lijst zullen we gezamenlijk moeten ontwikkelen.

Tot morgen.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
provinsje fryslân
provincie fryslân
058[redacted]
06[redacted]
[redacted]fryslan.frl
Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.nl

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

provinsje fryslân
provincie fryslân

Date : 26-9-2017 22:23:38
From : " [redacted]
To : "Henk Brink" [redacted] **drenthe.nl**
Cc : "Erik Bos" [redacted] **drenthe.nl, "** [redacted] **drenthe.nl, "** [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Voorbereiding PS agendapunt 2-jarige noordelijke campagne
Attachment : MEMO PS 2709.docx;TopDutch Merk.pdf;image001.jpg;image002.jpg;

Dag Henk,

Ter voorbereiding op agendapunt 2-jarige noordelijke campagne van morgen in PS hierbij een memo met wat aandachtspunten.

Daarnaast bijgevoegd de presentatie die Initio tijdens de pitch heeft gegeven.

Morgen om 11 uur spreken we elkaar hier nog over.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

provincie Drenthe

Provincie Drenthe – Economie
Postbus 122, 9400 AC Assen – Westerbrink 1, 9405 BJ Assen - The Netherlands
t [redacted] | @ [redacted] drenthe.nl | i www.provincie.drenthe.nl

een gedachte voor het milieu - is printen van deze mail echt nodig?

Van: [redacted] [mailto: [redacted] initio.nl]
Verzonden: dinsdag 26 september 2017 21:05
Aan: [redacted]
Onderwerp: Topdutch Merk

Dag [redacted]

[redacted] de presentatie aan het beoordelingsteam inclusief de pagina met de bollen.

LET OP: enkel ter indicatie van de denkmethode, niet compleet!

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Founder

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t [redacted]

m [redacted]
[redacted] nitio.nl
www.initio.nl

Secretariaat
[redacted] nitio.nl
m [redacted]

MEMO

Aan	: Henk Brink
Afschrift	: Erik Bos, [redacted]
Van	: [redacted] (toestelnummer: [redacted]
Datum	: 26 september 2017
Onderwerp	: Voorbereiding PS tweejarige noordelijke campagne Topdutch

---

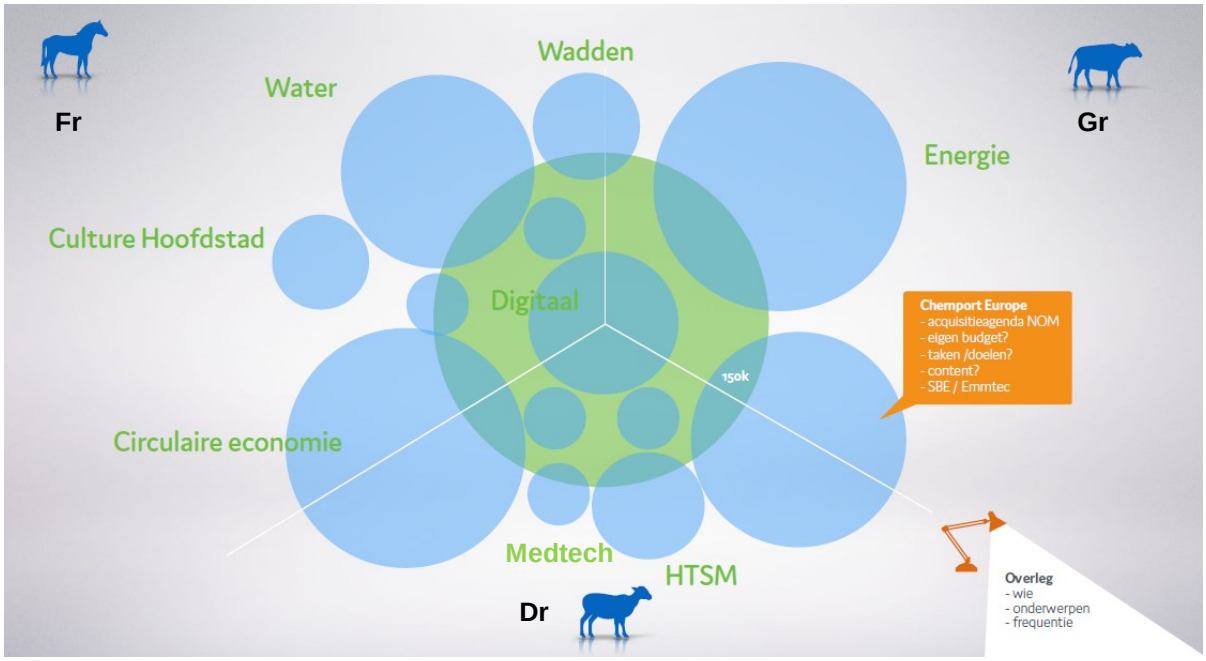
Inleiding
Woensdag 27 september staat het Statenstuk 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' op de agenda. In dit memo staan ter voorbereiding wat aandachtspunten op een rij.

Doel
Doel van de tweejarige campagne is om de drie noordelijke provincies sterker te profileren voor internationale acquisities op het gebied van noordelijke speerpunten als vergroening van de chemische sector, circulaire economie, HTSM, healthy ageing, energie, agri/dairy, water, digitalisering, vrijetijdseconomie en mobiliteit.

Binnen vijf jaar na de campagnestart moeten er 2.000 nieuwe arbeidsplaatsen worden gecreëerd.

Europese Aanbesteding
Naar aanleiding van de campage Topdutch gericht op het binnenhalen van Tesla, hebben de EZ-gedeputeerden besloten een breder vervolg te geven aan deze noordelijke campagne. Vanwege de omvang van een tweejarige noordelijke campagne a €1,2 miljoen was het nodig een Europese aanbesteding op te zetten. In de aanbesteding is het voorbehoud van politieke besluitvorming gemaakt. De voorlopige gunning is op vrijdag 8 september jl. verstrekt aan het consortium Initio, [redacted] Conform wet- en regelgeving kunnen de afgewezen inschrijvers nog tot 28 september in beroep gaan tegen de voorgenomen gunning. Daarna volgt definitieve gunning. Op woensdag 13 september heeft er met Statenleden een [redacted] plaatsgevonden over dit onderwerp.

Strategie: Vergroening en digitalisering



- van Tesla campagne naar merk
- internationale positionering biedt versterking voor bestaande merken NNL
- intensieve samenwerking bestaande merken NNL
- bindend element in NNL, handen ineen
- impactvolle acquisitie, blijvend op netvlies

Drie lagen van het Top Dutch merk

1. Top Dutch key campagnes
Twee- tot driemaal per jaar worden gerichte campagnes ingezet om specifieke bedrijven actief te
benaderen, vergelijkbaar met hoe de Tesla campagnes werden gedraaid. Hierbij wordt ingezet op de speerpuntsectoren van de drie provincies. Het betreft hier bedrijven die ontbreken in de keten van de speerpuntsector.
Uit de acquisitiestrategie Drenthe zijn drie speerpuntsectoren naar voren gekomen die in worden gebracht bij Topdutch:

1. Vrijetijdseconomie
2. BBE/Chemie (Chemport)
3. Medtech/Life Sciences

2. Top Dutch endorsement
Bestaande bedrijven, evenementen en infrastructuren actief ondersteunen met Top Dutch: men verbindt graag hun naam aan dit initiatief. Denk aan ondersteuning op events, denk aan het branden van *Leeuwarden Culturele Hoofdstad = Top Dutch*, denk aan *TT Assen = Top Dutch Track*, denk aan Top Dutch reclame op Schiphol. Denk aan *Top Dutch Airport*, denk aan *Top Dutch Waddensea*, Top Dutch ambassades, borrels en events. In het budget is ruimte voor ondersteuning van meerdere icoonprojecten per jaar.

3. Iedereen is Top Dutch: brede, open branding
Top Dutch wordt van iedereen. Iedereen mag het label Top Dutch gebruiken. Graag zelfs. Daarom doen we iets bijzonders: we maken Top Dutch open: we maken een logo, een huisstijl, een
content bank, een toolkit en een stijlgids. Iedereen die een Top Dutch campagne wil draaien, mag dat
zelf (laten) doen: wel zelf financieren, maar het staat je vrij om ook Top Dutch te zijn. We hanteren een simpele regel: promoot Top Dutch vooral, maar we behouden wel het recht voor je offline te halen als je je niet aan de stijlgids houdt, of de Top Dutch strategie doorkruist.

Doelgroepen

- Internationale bedrijven in specifieke sectoren
- Landelijke bedrijven in specifieke sectoren
- Talent in de regio
- Economische Zaken en het NFIA

Resultaten

Uit ervaring met de Tesla campagnes kan met een beperkt online budget en zeer doelgerichte en intelligente targetting op basis van locatie en personen (profielen van Tesla-medewerkers in

Sililcon Valley werden verzameld) een zeer groot effect worden bereikt. Met 25k online-mediabudget en de juiste snaar werd bij bijna alle landelijke media de tongen losgemaakt. Zelfs in de internationale media werd de campagne veelvuldig geroemd. Alleen al aan free publicity wordt de mediawaarde op tussen de 750k en 1,5 miljoen geraamd. En op het hoogste politieke niveau wordt Top Dutch gezien als hét positieve geluid uit Noord Nederland.


INITIO

provincie Drenthe

provinsje fryslân
provincie fryslân

Date : 16-8-2017 9:51:19
From : " **nom.nl**
To : **@emmen.nl"** **@emmen.nl, "** **@coevorden.nl,**
" **@dewoldenhoogeveen.nl"'** **@dewoldenhoogeveen.nl,** **@ommen-hardenberg.nl)"**
@ommen-hardenberg.nl
Cc : " **drenthe.nl, "** **drenthe.nl, "**
@drenthe.nl, " **nom.nl**
Subject : Voorstel Vierkant voor Werk
Attachment : image001.png;image002.png;image003.png;image004.png;image005.jpg;

Beste allemaal,

Ik heb jullie als contactpersonen voor de vier gemeenten binnen Vierkant voor Werk eind mei een voorstel gestuurd voor de (actieve) acquisitieactiviteiten. Van begreep ik in juni dat de gemeenten een afspraak met de NOM willen maken om over dit voorstel te praten met het oog op het voorkomen van dubbelingen (TopDutch, Chemport, enzovoort).
Nu het eind van de vakantieperiode er aankomt, lijkt het me goed dit gesprek op korte termijn te laten plaatsvinden. Het gesprek zal in ieder geval met moeten zijn, omdat hij het overzicht heeft over de activiteiten en afspraken die zijn gemaakt rond alle programma's. Sander is tot 4 september op vakantie.
Ik stel voor dat jullie afstemmen wie vanuit Vierkant voor Werk moet aanschuiven en daarna het initiatief nemen voor een gesprek. Jullie kunnen (ook al voor 4 september) daarvoor contact leggen met het secretariaat van de NOM telefoonnummer).

Foreign Direct Investments & Business Development Life Sciences
N.V. NOM – Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland

T + www.nom.nl
M+ Volg ons ook op Social Media
E nom.nl

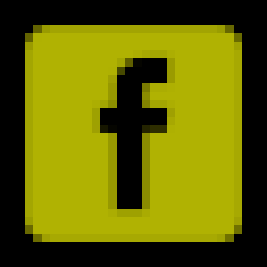
Laatste nieuws | **Door het oog van de naald – Conoship**

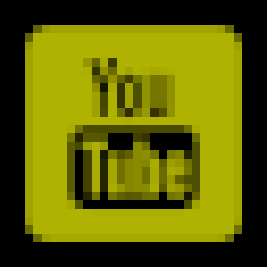


De informatie in dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Verstrekking aan en gebruik door anderen is niet toegestaan. Door de elektronische verzending van het bericht kunnen geen rechten ontleend worden aan de informatie.








You
Tube


NOM
INVESTEREN IN ONTWIKKELING
Bekijk wat de NOM voor
u kan betekenen
Meer
informatie

Date : 18-12-2018 16:50:06
From : " **topdutch.com**
To : " **fryslan.frl**
Cc : " **initio.nl, "** **@initio.nl, "**
provinciegroningen.nl, " **drenthe.nl**
Subject : Vragen FNP
Attachment : Financieel overzicht TopDutch_18 december 2018.xlsx;Input Statenvragen FNP.docx;

Hi

In de bijlage vindt je een document met daarin een overzicht van de inspanningen, resultaten en financiën (bijgewerkt t/m vandaag); als input voor de statenvragen. Daarnaast in Excel een onderbouwing en uitgebreider overzicht van de financiën.

Ik hoop dat je hier voldoende aan hebt en mee verder kunt. Mocht je nog vragen of opmerkingen hebben hoor ik het graag van je.

Met hartelijke groet,

t +
e topdutch.com
w www.topdutch.com

TopDutch

Overzicht budgettering / facturatie Brandingscampagne Noord-Nederland, conform uw opdracht d.d. 21 november 2017 (zaaknummer K6914)

Totaal overzicht:

	Prijsopgave aanbesteding	Nieuwe budgetverdeling	Gefactureerd
Basis	€ 160.000,00	€ 285.000,00	€ 221.137,50
Key campagnes	€ 465.000,00	€ 487.500,00	€ 137.890,00
Endorsements	€ 150.000,00	€ 80.000,00	€ 30.620,79
Iedereen is TopDutch	€ 65.000,00	€ 55.000,00	€ 16.772,52
Dedicated team*	€ 360.000,00	€ 292.500,00	€ 184.833,33
**inclusief studentondersteuning*			
Totaal	**€ 1.200.000,00**	**€ 1.200.000,00**	**€ 591.254,14**

Gespecificeerd overzicht:

Basismiddelen			
Totaal gebudgeteerd	€ 160.000,00		
> Positionering		€ 25.000,00	€ 24.480,00
> Branddesign		€ 35.000,00	€ 30.135,00
> Overall communicatieconcept		€ 40.000,00	€ 40.000,00
> Overall campagneconcept		€ 40.000,00	€ 38.122,00
> Website		€ 110.000,00	€ 53.705,00
> Tech infra		€ 35.000,00	€ 34.695,50
Totaal	**€ 160.000,00**	**€ 285.000,00**	**€ 221.137,50**

Keycampagnes			
Totaal gebudgeteerd	€ 465.000,00		
Electrify (zou oorsporonkelijk niet binnen dit budget vallen, is later toegevoegd)		€ 103.500,00	€ 103.500,00
Groene chemie, fase 1 (juli 2018)		€ 19.000,00	€ 19.000,00
Groene chemie, fase 2 (dec 2018 en jan/feb 2019)		€ 60.000,00	€ 15.390,00
Themacampagne 2, onderwerp ntb		€ 60.000,00	
Themacampagne 3, onderwerp ntb		€ 60.000,00	
Themacampagne 4, onderwerp ntb		€ 60.000,00	
Campagne klein 1, onderwerp ntb		€ 18.750,00	
Campagne klein 2, onderwerp ntb		€ 18.750,00	
Campagne klein 3, onderwerp ntb		€ 18.750,00	
Campagne klein 4, onderwerp ntb		€ 18.750,00	
Social listening/beheer		€ 50.000,00	
Totaal	€ 465.000,00	€ 487.500,00	€ 137.890,00

Endorsements			
Totaal gebudgeteerd	€ 150.000,00		
Gerealiseerde middelen 2018		€ 30.620,79	
Handelsmissie Japan			€ 3.713,85
Film Ecolution t.b.v. Koningsdag			€ 12.500,00
Beurstand TopDutch Life			€ 620,00
Ontwerp Solar Car			€ 480,00
Ontwerp vliegtuigbestickering			€ 480,00
Open Days Brussel			€ 1.440,00
Activiteiten beurs Philadelphia			€ 6.705,94
Wereld Haven Dagen			€ 4.681,00
Talent		€ 10.000,00	
Business partnerships		€ 9.500,00	
Lifestyle / Tourism		€ 9.500,00	
Newsletters		€ 10.500,00	
Online journeys		€ 10.000,00	
Totaal	€ 150.000,00	€ 80.120,79	€ 30.620,79

Iedereen is TopDutch			
Totaal gebudgeteerd	€ 65.000,00		
Gerealiseerde middelen 2018		€ 16.782,52	
Mailing NFIA			€ 977,52
Tijdelijk logo voor derden			€ 120,00
Levering Merchandise			€ 1.420,00
Bestickering Tesla			€ 4.440,00
Zonnebrillen			€ 4.930,00
T-shirts			€ 645,00
Advertentie Elsevier			€ 2.320,00
Webshop			€ 1.920,00
Webshop		€ 20.000,00	
Overige acties/endorsements n.t.b.		€ 18.000,00	
Totaal	€ 65.000,00	€ 54.782,52	€ 16.772,52

Dedicated team			
Totaal gebudgeteerd	€ 360.000,00	€ 292.500,00	
Totaal gefactureerd t/m december 2019			€ 184.833,33
Totaal	**€ 360.000,00**	**€ 292.500,00**	**€ 184.833,33**

Overzicht is bijgewerkt t/m 18 december 2018
Bovenstaande bedragen zijn exclusief BTW

TOPDUTCH

INSPANNINGEN 2018.

Afgerond	Activiteit	Omschrijving/deliverables
Januari	Organisatie	- Aantrekken project owner - Budgetverdeling vaststellen - Vaststellen campagne-thema's
Februari	Campagne: Electrify	- Campagne-onderdelen: Billboards, social campagne, lancering - Campagne-resultaten, o.a.: o 1.678.080 eye-balls o 28 ingesproken voicemails o 34 ingevulde formulieren
April	Positionering	- Voorbereiding positioneringstraject en interviews - Interviews belanghebbenden - Uitwerking positioneringsrichtingen - Presentatie aan gedeputeerden
	Ecolution Koningsdagfilm	- Film conceptontwikkeling - Film productie - Uitwerking branddesign-concept in ontwerp Ecolution
	WTC General Assembly	- TopDutch branding; look & feel
Mei	Branddesign	- Uitwerken ontwerprichtingen - Presentatie eerste branddesign-concept
Juni	Campagne chemie - eerste fase & concept	- Ophalen propositie en inhoud chemie campagne - Concept-ontwikkeling chemie campagne *wegens weigering medewerking Ben Feringa campagne uitgesteld* - Content-ontwikkeling chemie campagne
	Online growth strategie	- Online growth strategie ontwikkeling; oplevering basisdocument
Juli	Chemport beursondersteuning Philadelphia	- Creatieve vertaling content chemie campagne voor inzet socials - Social ondersteuning op Twitter
	Website upgrade 1 lancering	- Nieuwe website structuur, pagina's -teksten en fotografie - Toepassing nieuw branddesign
Augustus	TopDutch zonnebrillen	- 5.000 stuks in nieuw branddesign
	Reorganisatie team	- I.v.m. opzegging [redacted] en [redacted] reorganisatie team t.b.v. voortzetting project
September	Wereldhavendagen Rotterdam: Ecolution & promo-materiaal	- Promo-team met zonnebrillen, vlag, beach flags, inhoudelijk. materiaal
	Elsevier advertentie	- Opmaak Elsevier advertentie
	Open Days Brussel	- Inzet TopDutch branding
Oktober - November	Promo-actie werkfestival	- Promotie-actie op werkfestival met vrachtauto
	Website upgrade 2 en voorbereiding upgrade 3	- Website upgrade; gereed voor chemie-campagne

		- Ontwikkeling klikmodel t.b.v. upgrade 3 (website-platform)
	Afronden positionering	- Positionering aanscherpen o.b.v. opgedane inzichten en finale presentatie
	Communicatieconcept	- Communicatieconcept rationale - Concept film - Beeldconcept - Aanscherpen communicatie-strategie
	Campagne-ontwikkeling	- Ontwikkelen campagne concepten - Campagne concept ideeën - Inrichten marketingfunnel - Aanscherpen campagnestrategie
	Branddesign	- Door-ontwikkeling branddesign o.b.v. communicatieconcept
	Tech infra	- Aanschaf technologische infrastructuur ondersteunend aan communicatie- en campagnestrategie o Social Studio (social listening & beheer) o Pardot (B2B Marketing Automation) o Sales cloud (CRM) o Google Data Studio (reporting)
December	Campagne chemie – deel 1	- Content-ontwikkeling: drie key stories - Campagne-ontwikkeling – deel 1: Linkedin Lead Generation Ads - Inrichten Pardot, Social Studio, Newsletter
Doorlopend	Samenwerking regionale partijen	- NOM t.b.v. lead generatie, inhoudelijk promotie-materiaal, presentaties en andere communicatie - Aansluiting en samenwerking Top Dutch Talent; lid van projectgroep
	Oriënterende gesprekken samenwerking	- Smrt.Bio en Careerup t.b.v. Talent - GasUnie t.b.v. Olympische Spelen 2020 en waterstof economie - Exportclubs Noord t.b.v internationalisering - InnovatieCluster Drachten t.b.v. ontwikkeling Tech/HTSM propositie - Top Dutch Solar Racing team t.b.v. branding en mogelijke crowdsponsor-actie
	Samenwerking met studenten	- SIM Community t.b.v. onderzoeksprojecten - Hanze honours college studenten t.b.v. graduate internships (twee studenten starten per februari)

RESULTATEN.

Algemeen

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in de basismiddelen. Dit is terug te zien in de geleverde inspanningen betreft de positionering, merkstrategie, het communicatie concept, de campagnestrategie en de aangepaste budgetverdeling. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen samen de basis van de TopDutch branding campagne. Van hieruit kunnen alle thema campagnes worden uitgevoerd in 2019, beginnend met de chemie campagne welke in december 2018 van start is gegaan.

Opbrengsten TopDutch Tesla campagnes

	Hi Tesla (2017)	**Are You TopDutch? (2017)**	**Electrify (2018)**
Algemeen			
Eye-balls	2.802.243	1.346.462	1.678.080
Unieke website bezoekers	10.640	9.858	9.690
Mediawaarde	600k – 800k	200 – 250k	
Social targeting			
Linkedin	4.369 sessies 4.401 unieke gebruikers 75 unieke Tesla VP's		41.504 vertoningen 493 unieke gebruikers
Twitter	1.558 vertoningen 32 unieke Tesla VP's		452.695 vertoningen 1.486 unieke gebruikers
Instagram		58.076 vertoningen 542 unieke gebruikers	122.292 vertoningen 564 unieke gebruikers
Facebook		85.266 vertoningen 2.329 unieke gebruikers 146 directe aanmeldingen	140.748 vertoningen 8.370 unieke gebruikers
Youtube interacties	15.900 vertoningen	7.747 vertoningen	12.322 vertoningen
Overig:		3.341 aanmeldingen	181 x gebeld 28 ingesproken voicemails 34 ingevulde formulieren

Beurs Philadelphia: social ondersteuning op twitter (in 3 dagen)

Algemeen	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
Social targeting	
Twitter	- 479 link-clicks - 266 likes - 150 retweets - 83 nieuwe volgers

Volgers social media kanalen december 2018

	Volgers	Likes
Facebook	622	602
Twitter	3.405	2.147
Linkedin	281	-
Instagram	561	-

LEAD GENERATIE.

In overleg met de NOM en in afstemming met het kernteam worden er vanuit TopDutch geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

FINANCIËN.

Datum: 18 december 2018
Totaal TopDutch budget: 1.200.000,00
Kosten uitgevoerde werkzaamheden: 591.254,14
Resterend budget: 608.745,86

	Prijsopgave aanbesteding	Nieuwe budgetverdeling per december 2018	Gefactureerd
Basis	€ 160.000,-	€ 285.000,-	€ 221.137,50
Key Campagnes	€ 465.000,-	€ 487.500,-	€ 137.890-
Endorsements	€ 150.000,-	€ 80.000,-	€ 30.620,79
We Are Top Dutch	€ 65.000,-	€ 55.000,-	€ 16.772,52
Dedicated team	€ 360.000,-	€ 292.500,-	€ 184.833,33
Totaal	**€ 1.200.000**	**€ 1.200.000,00**	**€ 591.254,14**

Let op! Dit overzicht is inclusief de Electrify campagne, niet opgenomen in de oorspronkelijke aanbesteding.

Date : 18-12-2018 7:24:36
From : "[redacted] fryslan.frl
To : "'[redacted] initio.nl)'" [redacted] initio.nl, "[redacted] topdutch.com
Cc : "[redacted] provinciegroningen.nl, "[redacted] drenthe.nl
Subject : Vragen FNP
Attachment : image001.jpg;

Goedemorgen [redacted]

Zoals jullie wellicht weten hebben wij statenvragen gekregen over Topdutch.
Voor de beantwoording heb ik informatie van jullie nodig.
Er wordt o.a. gevraagd wat er is gedaan (inspanningen) en wat de resultaten zijn geweest van de campagne (Tesla en Top Dutch).
Tevens wordt er gevraagd wat er tot nu toe is uitgegeven en waaraan.
Ik zou het op prijs stellen wanneer jullie mij vandaag nog kunnen voorzien van deze info.
Men wil hier voor donderdag de beantwoording zien.
Alvast bedankt.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
provinsje fryslân
provincie fryslân
058 [redacted]
06 [redacted]
[redacted] fryslan.frl
Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.nl

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoansgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês hjir ús Privacyferklearring.

Persoonsgegevens en privacy
De provincie Fryslân gaat zorgvuldig om met uw persoonsgegevens en handelt overeenkomstig de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lees hier onze Privacyverklaring.

provinsje fryslân
provincie fryslân

Date : 15-7-2019 15:26:27
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Attachment : Presentatie Senator.pptx;TopDutch VNO-NCW - Logistics 3.1.pdf;image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

Met vriendelijke groet,

[redacted]

[redacted]

provincie Drenthe IK BEN DRENTS ONDERNEMER.NL

Postbus 122
9400 AC Assen
Tel: 06-[redacted]
Email: [redacted] drenthe.nl

Date : 24-10-2017 14:56:57
From : "Erik Bos" [redacted] **drenthe.nl**
To : " [redacted] **drenthe.nl**
Subject : Opdrachtverlening eh.docx
Attachment : Opdrachtverlening eh.docx;

Versturen zo lijkt me

Opdrachtverlening, organisatie en aansturing Top Dutch campagne 2018-2020

Achtergrond

Afgelopen zomer hebben de drie EZ gedeputeerden besloten om de TopDutch campagne die tot dan toe gericht was op de acquisitie van Tesla te verbreden. Hiervoor is een Europese aanbestedingsprocedure doorlopen. In deze procedure hebben twee bureaus een aanbieding gedaan en een presentatie verzorgd. De aanbieding van het samenwerkingsverband Initio DBK uit Groningen (penvoerder en opdrachtnemer), Tres Internet uit Fryslân en Palmers Events uit Drentheheeft na weging van alle factoren de beste aanbieding gedaan, en de opdracht zal derhalve aan dit samenwerkingsverband worden gegund. Om het proces voor een tweejarige campagne gestroomlijnd te laten verlopen moeten er tussen de drie opdracht verlenende provincies onderling, tussen opdrachtverlener en opdrachtnemer verschillende aanvullende afspraken worden gemaakt over de wijze waarop de samenwerking wordt vormgegeven. Het gaat dan om zaken als:

- Hoe vindt coördinatie plaats tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, welke overlegvormen kiezen we, welke besluiten worden met welke frequentie voorgelegd aan bestuurders
- Hoe organiseren we de samenwerking met de stakeholders (NOM, Gemeenten, SNN, NFIA)
- Hoe kiezen we met elkaar de zes onderwerpen waarop we de komende twee jaar campagnes gaan voeren
- Wie wordt namens de drie provincies penvoerder voor wat betreft financiële en inhoudelijke aansturing

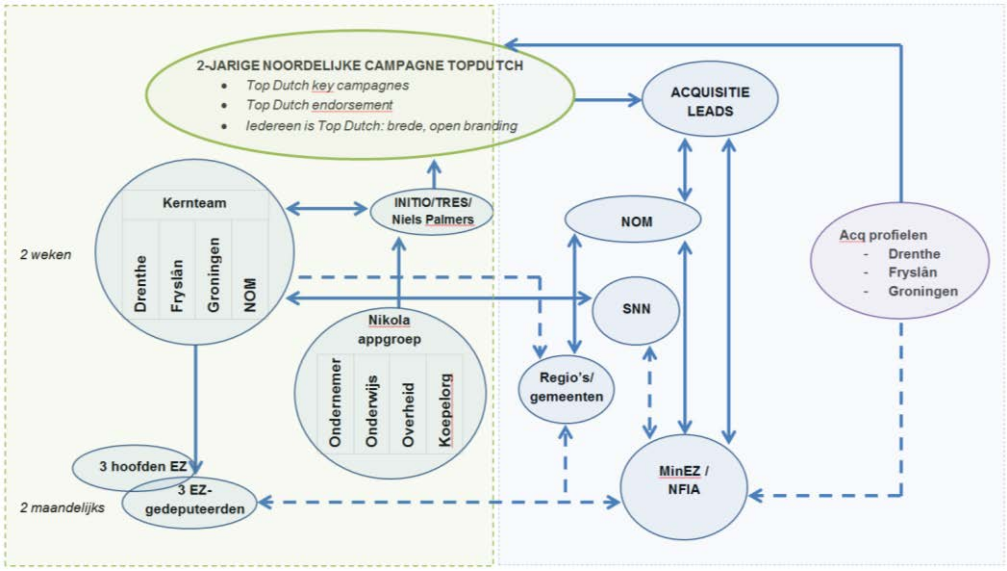
Aansturing

De opdrachtnemer Initio heeft in haar aanbieding aangegeven dat zij graag van opdrachtgeverskant een duidelijke aansturing wil. Dit stellen wij als volgt voor: Alle essentiële besluiten over themakeuzes, financiën en inzet worden voorgelegd aan de drie gedeputeerden in hun tweemaandelijks regulier overleg. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor wordt verzorgd door de provinciale leden van het kernteam. Deze leden vormen de opdrachtgeversgroep die ook alle facturen en de rapportages accordeert.

Het kernteam belast met de dagelijkse aansturing bestaat uit: [redacted] (NOM), [redacted] (Drenthe), [redacted] (Fryslân) en [redacted] Huneman (Groningen). Het kernteam komt om de twee weken bijeen. Net als de overige agendapunten van het EZ gedeputeerdenoverleg gaan de voorstellen langs de EZ hoofden. Plotseling opkomende bestuursopdrachten en goede ideeën van buiten worden door de kernteamleden besproken en direct kortgesloten met de Gedeputeerden als er onvoldoende tijd is om te wachten op een eerstvolgend EZ gedeputeerdenoverleg.

Organisatie

In onderstaand figuur is weergegeven hoe de verschillende actoren rondom Topdutch en het Noordelijk acquisitieproces betrokken worden. In het linkerdeel staat de organisatiestructuur rondom Topdutch weergegeven en in het rechterdeel de structuur ten aanzien van leads/acquisitie gekoppeld aan Topdutch.



De deelnemers van het kernteam zijn de linking pin richting de overige stakeholders aan de rechterzijde van het schema. Zaken als voortgang bestaande campagnes en lancering nieuwe campagnes worden eens per kwartaal ter kennisname aan de bestuurscommissie EZ gestuurd. Het informeel delen van kennis zal net als in de vorige campagne ingericht worden via whatsapp groepen, met daarbij een brede hoofd whatsapp groep en thematische deelgroepen.

Keuze onderwerpen

In de aanbestedingsprocedure hebben de drie provincies verzocht om een tweejarige campagne voor internationale branding van Noord Nederland, gericht op 2 á 3 onderwerpen per jaar. Hierbij gaat het om de volgende onderwerpen:

- Vergroening chemie / Circulaire economie
- Water
- Medtech / Life science
- Agri / Dairy
- ICT / RoSF
- Vrijetijdseconomie
- (Logistiek -> zie voorstel VNO-NCW)

Deze onderwerpen zijn op basis van verschillende marktcriteria tot stand gekomen, namelijk de omvang en economische betekenis van de betreffende doelgroep, de ontwikkelfase waarin een doelgroep of cluster zich bevindt, de concurrentiekracht in de betreffende doelgroep ten opzichte van andere regio's, de aanwezige en te verwachten vestigingsdynamiek in de betreffende markt en de aard en omvang van het acquisitiespeelveld. Hieruit is een goede onderbouwing verkregen van de échte marktkansen per doelgroep en een prioritering hiervan.

Op basis hiervan zijn acquisitieprofielen opgesteld/in de maak, die mede als input dienen voor de opdrachtverstrekking acquisitie aan de NOM.

Voorstel is om het eerste jaar van de campagne te richten op thema's die al goed rijp zijn en waar acquisitieprofielen voor zijn opgesteld (zie bijlage 1). Voor het eerste jaar gaat het om 1) vergroening chemie, 2) water en 3) medtech / life sciences.

Opdrachtverlening

Voor de daadwerkelijke opdrachtverlening en het financieel management van de campagne stellen wij voor dat de Provincie Groningen als penvoerder blijft fungeren namens de drie provincies (Als een andere provincie deze rol graag wil overnemen is dat natuurlijk mogelijk).Hiervoor moeten de volgende zaken worden bekrachtigd in de afzonderlijke colleges:

- Besluit om Groningen als penvoerder aan te wijzen voor de opdracht en financiële afhandeling.
- Besluit om € 1,2 miljoen van de terugploegkorting van de NOM te reserveren voor Topdutch.
- Besluit om Initio een voorschot van € 300.000,- te verstrekken om een start met de werkzaamheden te kunnen maken. Verdere bevoorschotting geschiedt aan de hand van voortgangsrapportages die worden voorgelegd aan het EZ gedeputeerdenoverleg.

Date : 30-10-2017 13:35:23
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : PvA en samenwerkingsovereenkomst chemport
Attachment : 2017-10-17 Samenwerkingsovereenkomst Chemport partners v2.docx;2017-10-17 Chemport Plan van Aanpak 2017-2019.docx;image001.png;

Hoi [redacted] in de bijlage laatste voorstel PvA en samenwerkingsovereenkomst. Met name onderstaande alinea uit PvA is interessant.

Chemport zal een deel van de inhoudelijke invulling zijn van de 'TopDutch' campagnes. Het gaat hier om campagnes die het TopDutch profiel inhoud geven en versterken en tegelijkertijd campagnes zijn waarbij 1 specifiek bedrijf of een bepaalde technologietak of bepaalde positie in de supply chain, getarget wordt. Op basis hiervan wordt in nauwe samenwerking met het TopDutch Team, TopDutchbudget ingezet. We gaan er hierbij vanuit dat Top-Dutch eind 2017 is geformaliseerd en vanaf 2018 Chemport campagnes kan faciliteren.

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]


provincie Drenthe

Date : 26-9-2017 21:04:53
From : "[redacted]initio.nl
To : "[redacted]drenthe.nl
Subject : Topdutch Merk
Attachment : TopDutch Merk.pdf;image001.jpg;

Dag [redacted],

Hierbij de presentatie aan het beoordelingsteam inclusief de pagina met de bollen.

LET OP: enkel ter indicatie van de denkmethode, niet compleet!

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Founder

INITIO

Helperpark 278
9723 ZA Groningen
The Netherlands

t [redacted]

m [redacted]nitio.nl
www.initio.nl

Secretariaat
[redacted]nitio.nl
m [redacted]

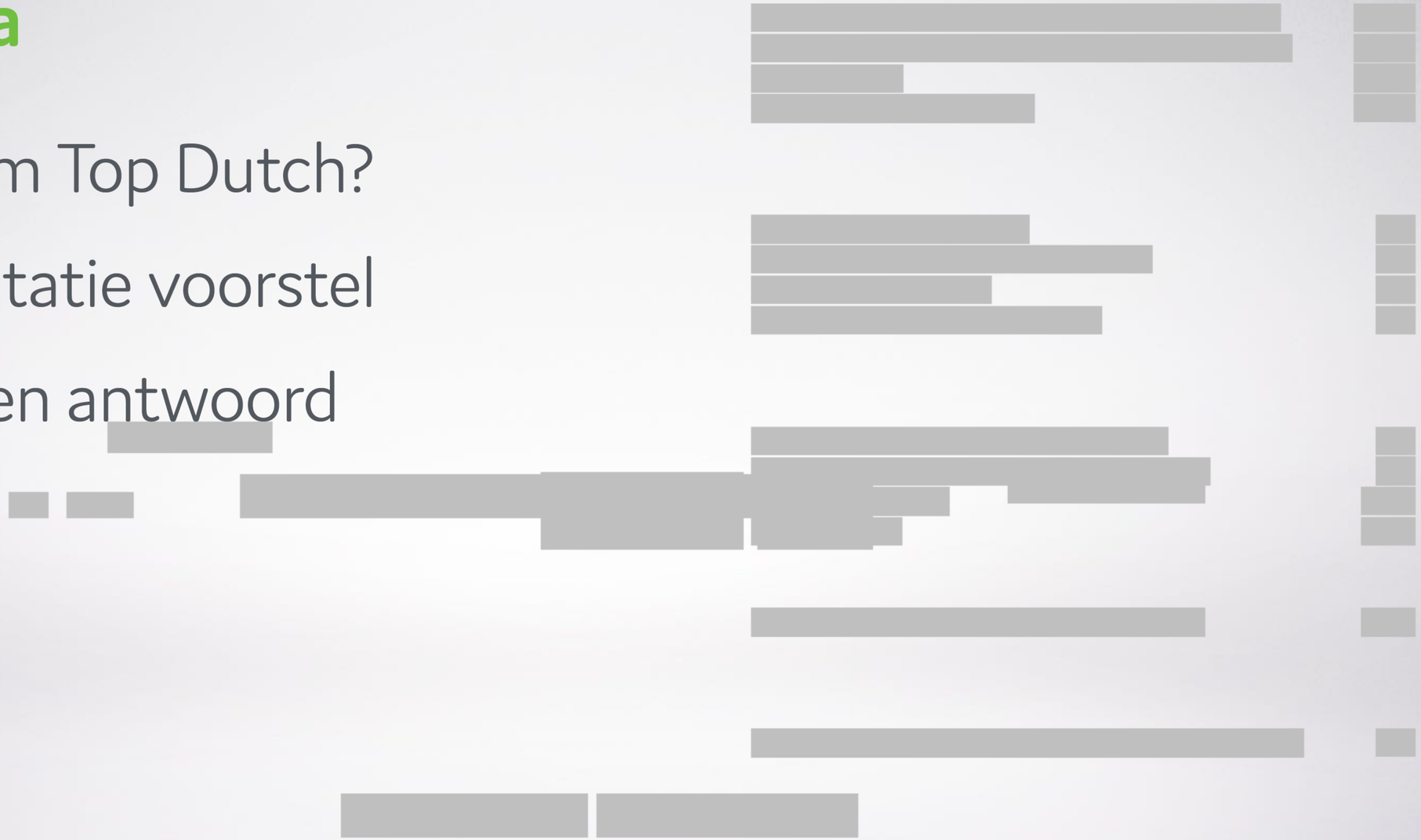
Top Dutch

Van campagne naar merk

INITIO™

Agenda

- waarom Top Dutch?
- presentatie voorstel
- vraag en antwoord



INITIO™

Waarom Top Dutch?

We hebben:

- tractie
- commitment
- toffe naam
- campagne
- trots





Waarom Top Dutch?

We hebben:

- tractie
- commitment
- toffe naam
- campagne
- trots





Waarom Top Dutch?

We hebben:

- tractie
- commitment
- toffe naam
- campagne
- trots



Kroes Control
@KroesControl
Volgen

I am 75 years old, can I still sign up?
twitter.com/topdutchcom/st…
08:10 - 21 jun. 2017
2 15 43

Constantijn
@constantijn14
Volgen

ich bin ein... Top Dutch! twitter.com/topdutchcom/st…
21:38 - 19 jun. 2017
4 42 81

Top Dutch
@TopDutchCom
Volgen

Hey kijk eens wie er ook #TopDutch is? :)
22:57 - 25 jun. 2017
12 60 87

INITIO™

Nederland als regio, Top Dutch als propositie

Top Dutch is geen regio. Top Dutch is waar we binnen Nederland, en de wereld echt heel goed in zijn en trots op zijn. In een open wereldeconomie is je ligging nauwelijks nog relevant: je moet uitleggen waar je goed in bent. En dat zijn niet alleen onze infrastructuur en ons talent: het zijn ook onze cultuur, onze natuur en onze sport.

INITIO™

Strategie

INITIO™

Strategie

Top Dutch staat nu nog synoniem met de ambitie om Tesla naar de regio te halen. Top Dutch is: groter durven denken en trots zijn op waar je goed in bent. Vanuit deze kracht pakken we ook de bredere acquisitiecampagne op: dat wat voor Tesla belangrijk is, is ook voor andere bedrijven relevant. Toegespitst op de te acquireren bedrijven en het merk vervult de verbindende factor.

INITIO™

Strategie

- van Tesla campagne naar merk
- internationale positionering biedt versterking voor bestaande merken NNL
- intensieve samenwerking bestaande merken NNL
- bindend element in NNL, handen ineen
- impactvolle acquisitie, blijvend op netvlies

INITIO™

3 lagen

- TopDutch Key campagnes (bedrijven acquireren)
- TopDutch endorsement (endorsement)
- Iedereen is TopDutch (vrij te gebruiken binnen de regels)

INITIO™

Doelgroepen

- Internationale bedrijven in specifieke sectoren
- Landelijke bedrijven in specifieke sectoren
- Eigen bedrijven
- Talent in de regio
- Economische Zaken en het NFIA

INITIO™

Doelgroepen

- Key-influencers zoals accountants, banken, advocatenkantoren, vastgoedpartijen
- Politiek Den Haag / Brussel
- Lokale en regionale overheden
- Het publiek in de regio

INITIO™

Breinpositie

- bedrijven aan TopDutch laten denken voordat ze vestigingsplannen hebben
- bedrijven om TopDutch laten vragen als ze contact met NFIA hebben
- NFIA voldoende argumenten en tools geven om TopDutch actief aan bedrijven aan te kunnen bieden

INITIO™

Middelen en Resultaten

INITIO™

Digital First

- exact te pinpointen
- snel kunnen reageren
- primair social / content
- investeren in content, vindbaarheid en call to action
- meer infographic en video, nieuwe contentbased site
- samenwerking met Google (HHH model)

INITIO™

Harde en zachte content

- harde content gaat over faciliteiten voor vestiging
- zachte content gaat over de mensen, de cultuur, de houding, levensgeluk
- overall positionering is zachte content a la TopDutch
- gerichte acquisitie zoals Tesla zal specifieke (harde) content positioneren

INITIO™

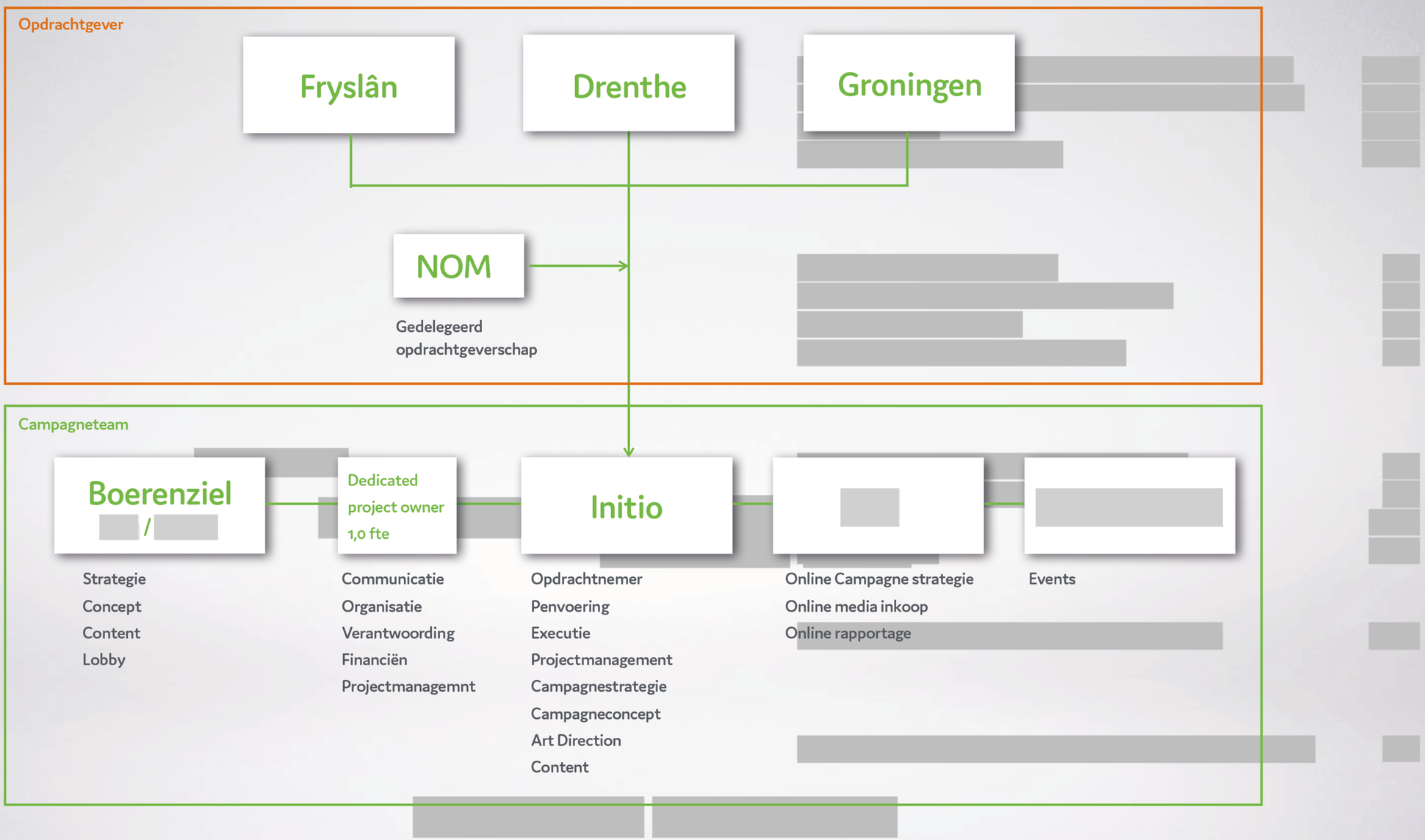
Hoe dit te organiseren

- TopDutch operationeel team (communicatie, socials, website, content, projectmanagement, campagnemanagement)
- TopDutch strategie team:
- TopDutch kernteam: afgevaardigden prov en ondernemers
- TopDutch ambassadeurs: de appgroep

INITIO™

Organisatie

INITIO™


Opdrachtgever
Fryslân
Drenthe
Groningen
NOM
Gedelegeerd
opdrachtgeverschap
Campagneteam
Boerenziel
/
Dedicated
project owner
1,0 fte
Initio
Strategie
Concept
Content
Lobby
Communicatie
Organisatie
Verantwoording
Financiën
Projectmanagemnt
Opdrachtnemer
Penvoering
Executie
Projectmanagement
Campagnestrategie
Campagneconcept
Art Direction
Content
Online Campagne strategie
Online media inkoop
Online rapportage
Events

INITIO™

Meetings

- het Kernteam komt 2 wekelijks bijeen
- kwartaalborrel Ambassadeurs
- kwartaalpresentatie aan Bestuurscommissie
- 6 campagne- en actualiteitsmeetings per jaar

INITIO™

TopDutch organisatie

- strategie team: o.b.v. uren
- contentredactie site en socials: 1,5 FTE
- dedicated projectleider TopDutch: 1 FTE
- content productie door bureau en externen
- inkoop media, social, productie, fotografie, video, middelen
- aanleg library van content, open voor marketingorganisaties
- merchandiseteam: webshop

INITIO™

Financiën

INITIO™

2- jarig campagnebudget
1.200k

1. Organisatie dedicated team
360k

2. Campagne basismiddelen
160k

3. Top Dutch key campagnes
465k

4. Top Dutch endorsement
150k

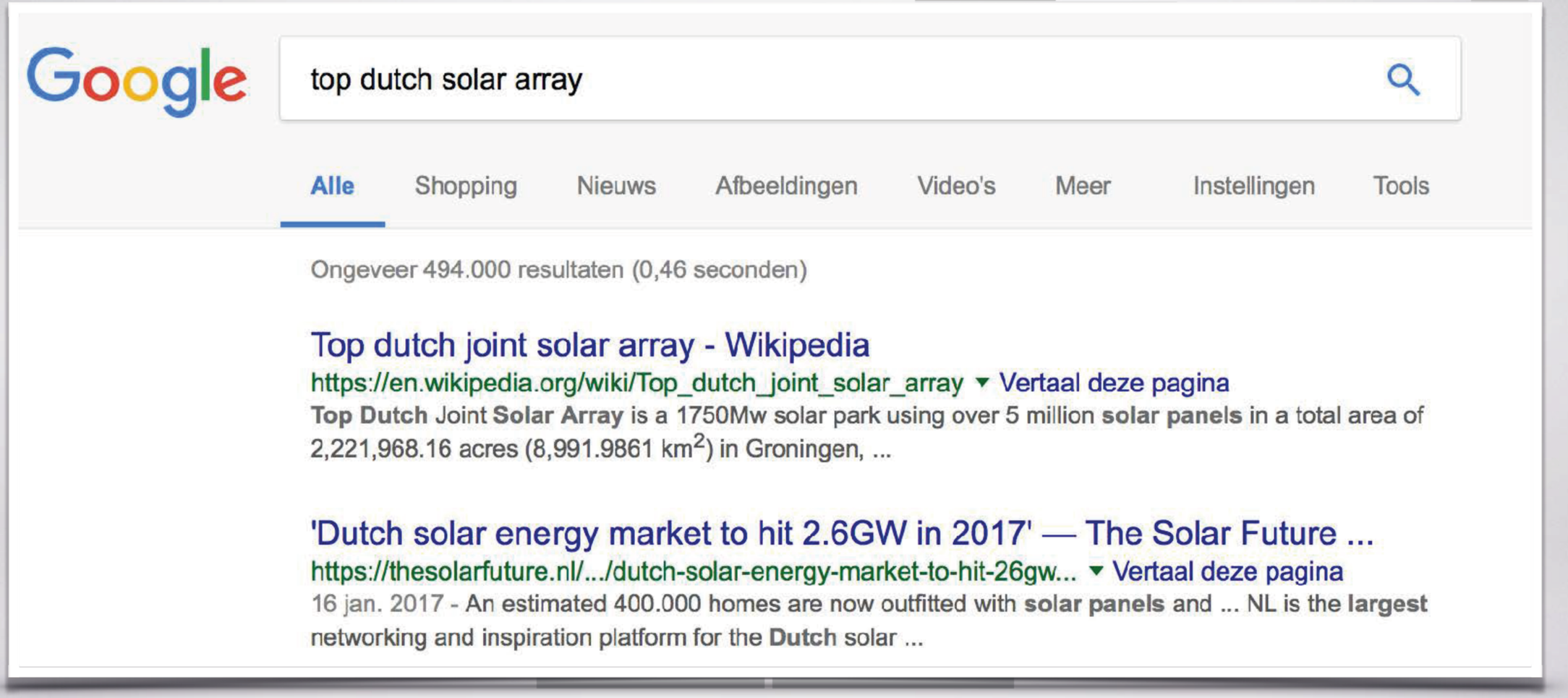
5. Iedereen is Top Dutch
65k



Electrify

INITIO™

Electrify Top Dutch



INITIO™

							MW.	
Yanchi Solar Park	China	38.1633714°N 106.7611986°E	380	525		2016	First phase of 380 MW completed in June 2016. Up to 2,000 MW when complete.	[14][44][45]
Top Dutch joint solar array	Netherlands	53°05′40″N 06°19′02″E	350			2017	First phase of 350 MW completed in January 2017. 50 MW currently under construction 1750 MW when complete.	[46]
Charanka Solar Park	India	23°54′N 71°12′E	345		20	2012	Collection of 23 co-located power plants, of which the largest is 51 MW	[47][48][49][50]
Springbok Solar Farm	United States	35.25°N 117.96°W	328		12	2016	260MW$_{(AC)}$ Another 90MW proposed	[30]
Cestas Solar Farm	France	44°43′32″N 0°49′1″W	300	380	2.5	2015	Completed in October 2015	[51]
Stateline Solar	United States	35.58°N 115.41°W	300		6.82	2016	Completed as of September 2016.	[30]
Agua Caliente Solar Project	United States	32°57.2′N 113°29.4′W	290	626	9.71	2014	Project was completed in April 2014	[52][53][54][55]
Antelope Valley	United						Has received government loan	

INITIO™

Electrify

- inventarisatie van geplande zonneparken
- inventarisatie van benodigde powerwalls
- inventarisatie koopbereidheid elektrische auto's
- regio op de kaart zetten (wikipedia, infographics)
- één verhaal: richting Den Haag, coalitie, regio
- ondersteund met een spraakmakende campagne

INITIO™

Electrify campagne

- overnight in top 10 grootste zonneparken wereldwijd
- weer een verhaal richting Tesla, maar vooral ook andere bedrijven: hier is handel
- zware push in de media (PR) en ‘paid’ op social media
- storytelling: bedrijven, overheid en onderwijs samen voor de transitie, infographics, lobby, video
- nieuwe - contentbased - website als verkeersplein

INITIO™

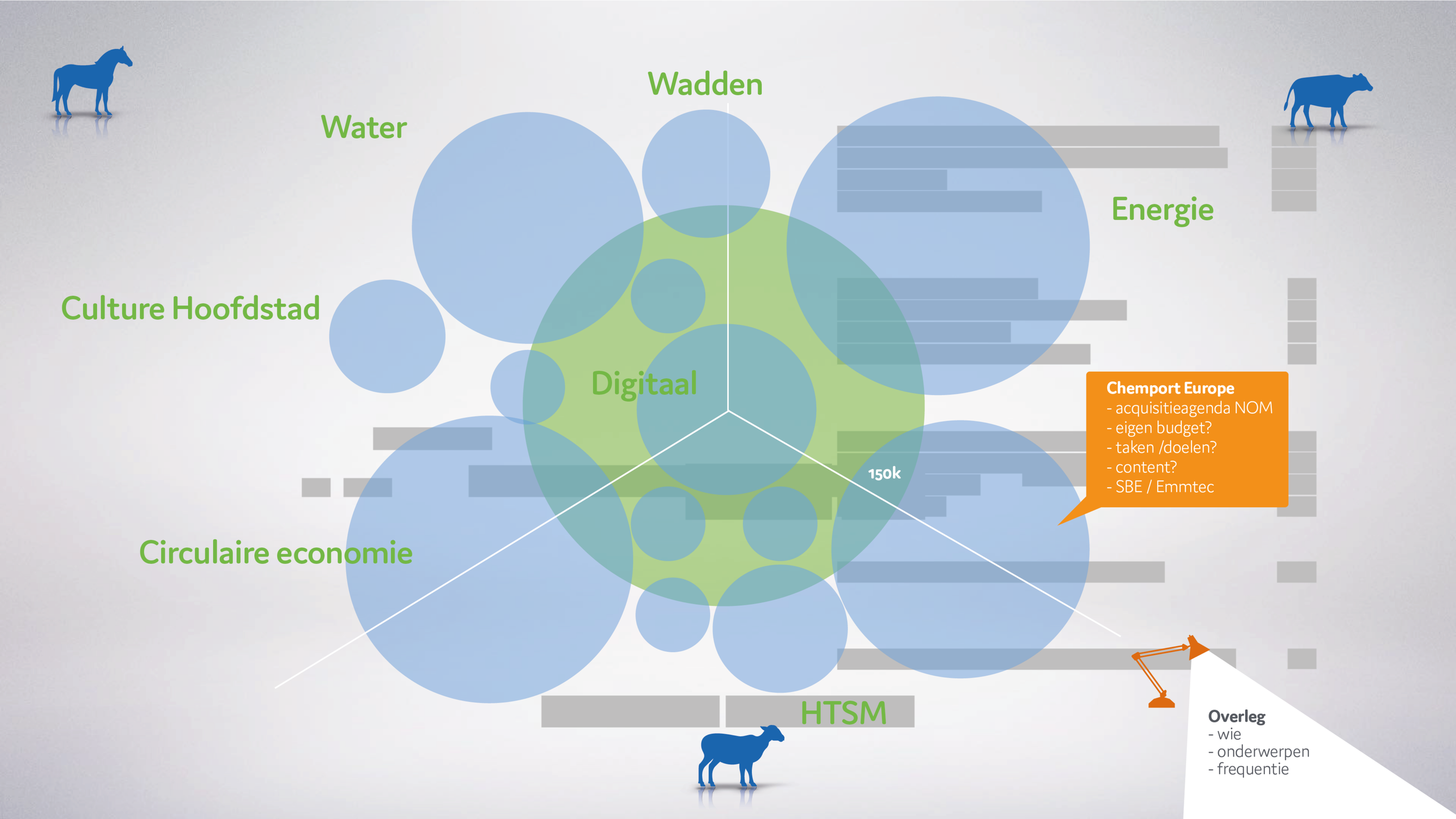
Electrify campagne

- we gaan nog één keer Tesla openbaar benaderen
- Key campagne (Hero)
- Tesla binnenhalen is een leuk doel, maar meer een middel om de regio op de kaart te zetten
- Electrify wordt de transitiecampagne: van Tesla naar merk. Immers iedere auto-, batterij of zonnepaneelbouwer is welkom

INITIO™


Shell H2 researchcenter
Houston
TT
Klimaat
Circulaire economie
Wadden
Groene Waterstof
Health
Porsche
Groene chemie
Watertechnologie
Formule e
Tesla
Agri
Wetsus
Energietransitie
Water
Top Dutch
Autonoom vervoer
Digitalisering
Transport
Ecommerce
Robotisering
Cybersecurity
Hyperloop
Logistiek
Blockchain
Schiphol
Maakindustrie
Eelde
Brexit
Alibaba

INITIO™


Wadden
Water
Energie
Culture Hoofdstad
Digitaal
Circulaire economie
150k
HTSM
Chemport Europe
- acquisitieagenda NOM
- eigen budget?
- taken /doelen?
- content?
- SBE / Emmtec
Overleg
- wie
- onderwerpen
- frequentie

INITIO™

Strategische verantwoording


INITIO

Date : 1-10-2018 10:57:20
From : "[redacted] drenthe.nl
To : "[redacted] drenthe.nl
Subject : Wat is de staat van ons investeringsklimaat?
Attachment : image001.png;image002.png;image003.jpg;

Ter inspiratie,

O.a. voor IBDO, NOM en TopDutch

https://www.noordz.nl/2018/10/01/ton-van-t-noordende-we-zijn-te-klein/

Met vriendelijke groeten,

[redacted]

provincie Drenthe
Westerbrink 1
9400 AC Assen
[redacted]

IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL


provincie Drenthe




IK BEN
DRENTS
ONDERNEMER.NL

provincie groningen

PROVINCIE DRENTHE
No.: 2019000291
Ingek.: 29 JAN. 2019
TEAM: ECO
TE BEH. DOOR:
DWS: G.AFD.:
Factuur naar financiën

Provincie Drenthe
T.a.v. de heer E. Bos
Postbus 122
9400 AC ASSEN

Datum : 28 januari 2019
Documentnr. : 2018-076710
Dossiernummer : K6914
Behandeld door :
Telefoonnummer : (050)
Antwoord op :
Bijlage : 1

Onderwerp : Opvragen middelen NOM terugploegkorting

Geachte heer Bos,

Bij brief van 21 november 2017 hebben de 3 noordelijke provincies aan Initio de opdracht gegund voor de Topdutch branding campagne Noord Nederland. Met deze opdracht is een bedrag gemoeid van maximaal € 1,2 miljoen exclusief BTW.
Sindsdien is Initio samen met de partners Tres Internet en Palmers Events aan de slag gegaan met uitvoering van de opdracht en zijn er kosten gemaakt.

De 3 noordelijke provincies hebben afgesproken dat de kosten voor deze opdracht worden gedekt uit een bijdrage uit het noordelijk deel van de zogenaamde NOM terugploegkorting. De provincie Drenthe heeft het beheer over deze middelen.
De provincie Groningen is penvoerder voor de opdracht. Met deze brief willen wij u vragen om € 1,2 miljoen uit het noordelijk deel van de NOM terugploegkorting over te maken ten behoeve van de opdracht "Topdutch - Branding campagne Noord Nederland".

Wij verzoeken u dit bedrag binnen 30 dagen over te maken op het rekeningnummer van de provincie Groningen, , onder vermelding van "factuurnummer 101684".

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Groningen:

Namens dezen:

J. Hermse

Hoofd van de afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering

Bijlage bij deze brief: factuur, met factuurnr. 101684

Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.

GROENLINKS

PROVINCIE DRENTHE
No.: 2019000026
Ingek.: 03 JAN. 2019
TEAM: BC
TE BEH. DOOR:
DWS: | G.AFD.:
Kopie SG

Aan de voorzitter van Provinciale Staten van Drenthe,

Mevrouw J. Klijnsma
Postbus 122
9400 AC Assen

Onderwerp: Schriftelijke vragen ex artikel 41 RvO, inzake ontwikkelingen TopDutch

Assen, 2 januari 2018,

Geachte mevrouw Klijnsma,

Diverse media (o.a. DvhN, Leeuwarder Courant, Volkskrant, RTVNoord en RTVDrenthe) berichtten over de grote problemen, stagnerende ontwikkelingen en interne strubbelingen binnen het team van TopDutch.
Op 27 september 2017 besloten Provinciale Staten een bedrag ad €400.000 ter beschikking te stellen voor een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland met als doel om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren. In het besluit geeft GS tevens aan dat tijdens de campagne effectmetingen zullen worden uitgevoerd en dat de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. PS zal via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte worden gehouden. Uit de berichtgevingen valt ook te lezen dat zich nog geen bedrijf heeft gevestigd in het Noorden op basis van deze campagne.

Naar aanleiding hiervan heeft GroenLinks de volgende vragen aan het college van Gedeputeerde Staten:

1. Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?
2. Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?
3. Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?
4. Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Wij verzoeken u deze vragen schriftelijk te beantwoorden.

Namens de fractie van GroenLinks,

Henk Nijmeijer

Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Voor beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde

Algemene gegevens	
Opsteller	[redacted]
Team	Economie
Datum	donderdag 10 januari 2019
Uiterste behandeldatum in GS: 29 januari 2019 *Toelichting:* Antwoord moet uiterlijk op vrijdag 1 februari 2019 worden verzonden.	

Teammanager
Erik Bos
Paraaf *Bespreken:*

Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie

Akkoord portefeuillehouder
Henk Brink

Intern voorbereid met
1. [redacted], BC
2. [redacted] S&I
3. [redacted], FIN

Akkoord provinciesecretaris
Wim Brenkman

Archivering	
Datum:	*Registratienummer:*
29-1-2019	nr. 5.7/ 2019000026
	nr.
	nr.

Communicatie
Openbaar: Ja, later. Openbaar vanaf ontvangst brief door vragensteller.
Persbericht: Nee
Bekendmaking: Niet van toepassing

Onderwerp

Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde van de GroenLinks-fractie over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Advies

In te stemmen met de brief aan de GroenLinks-fractie, in afschrift aan de overige Statenleden.

Beslissing GS

conform

Risico's

Politieke gevoeligheid rondom TopDutch. Met de brief wordt open en transparant aangegeven hoe hier vanuit Drenthe mee wordt omgegaan. Beantwoording is afgestemd met de provincies Groningen en Fryslân.

Kanttekeningen vanuit de organisatie

Niet van toepassing.

Aanvullende informatie voor GS

Van de drie provincies heeft alleen Drenthe de middelen via PS beschikbaar gekregen voor TopDutch. Op 27 december 2017 is met het Statenstuk 2016-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' door PS besloten om € 400.000,-- beschikbaar te stellen voor de uitvoering van de internationale acquisitie van Noord-Nederland onder de penvoering van de provincie Groningen en in samenwerking met de provincie Fryslân. In september 2017 en februari 2018 zijn de Drentse statenleden bijgepraat over TopDutch.

Tekst openbare besluitenlijst
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen GroenLinks over Top Dutch
Gedeputeerde Staten beantwoorden vragen van de fractie GroenLinks over de recente ontwikkelingen rondom Top Dutch.

Verzenden

Bijlage RESULTATEN

Opbrengsten TopDutch Tesla campagnes

	Hi Tesla (2017)	Are You TopDutch? (2017)	Electrify (2018)
Algemeen			
Eye-balls	2.802.243	1.346.462	1.678.080
Unieke website bezoekers	10.640	9.858	9.690
Mediawaarde	600k – 800k	200 – 250k	
Social targeting			
Linkedin	4.369 sessies 4.401 unieke gebruikers 75 unieke Tesla VP's		41.504 vertoningen 493 unieke gebruikers
Twitter	1.558 vertoningen 32 unieke Tesla VP's		452.695 vertoningen 1.486 unieke gebruikers
Instagram		58.076 vertoningen 542 unieke gebruikers	122.292 vertoningen 564 unieke gebruikers
Facebook		85.266 vertoningen 2.329 unieke gebruikers 146 directe aanmeldingen	140.748 vertoningen 8.370 unieke gebruikers
Youtube interacties	15.900 vertoningen	7.747 vertoningen	12.322 vertoningen
Overig:		3.341 aanmeldingen	181 x gebeld 28 ingesproken voicemails 34 ingevulde formulieren

Beurs Philadelphia: social ondersteuning op twitter (in 3 dagen)

Algemeen	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
Social targeting	
Twitter	- 479 link-clicks - 266 likes - 150 retweets - 83 nieuwe volgers

Volgers social media kanalen december 2018

	Volgers	Likes
Facebook	622	602
Twitter	3.405	2.147
Linkedin	281	-
Instagram	561	-

LEAD GENERATIE.

In overleg met de NOM en in afstemming met het kernteam worden er vanuit Top-Dutch geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.

provinciehuis Westerbrink 1, Assen
postadres Postbus 122, 9400 AC Assen

www.drenthe.nl
0592 - 36 55 55

provincie Drenthe

29-1-19

S.7/2019000026

Aan:
de heer H.R. Nijmeijer

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, @
Ons kenmerk @
Behandeld door de heer [redacted] (0592) [redacted]
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Geachte heer Nijmeijer,

In uw brief van 2 januari 2019 stelde u een aantal vragen over de recente ontwikkelingen rondom TopDutch. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1
Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?

Antwoord 1
Medio juli 2018 zijn wij door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming tussen de opdrachtnemer en de door de opdrachtnemer ingeschakelde bedrijven. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als aanbestedende dienst (en penvoerder) handelt uit naam van de drie noordelijke provincies.

Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen in het maken van betere afspraken en een constructieve samenwerking voor het vervolg. De provincie Groningen heeft daarop (in overleg) het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit is niet eerder dan op 17 oktober 2018 gelukt. Aan Initio is in dat overleg aangegeven, dat de opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd moeten worden.

Vervolgens heeft Initio zelf een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (de heer Alfred Welink, voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de provincie Groningen, namens de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, waarin nogmaals duidelijk is gemaakt welke resultaten worden verwacht. Het is nu aan Initio om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door Initio zijn ingeschakeld geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met Initio te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dat moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst.

Als opdrachtgevers sturen wij de hoofdopdrachtnemer Initio, met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben, aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben alleen een afspraak met Initio en niet met de onderaannemers die Initio heeft ingeschakeld. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Drentse partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.

Vraag 2
Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?

Antwoord 2
Ja, er is inzicht in gegenereerde leads en prospects. In overleg met de NOM worden er vanuit TopDutch in verband met vertrouwelijkheid geen lead-lijsten en mogelijke landingen van internationale bedrijven gecommuniceerd.

Vraag 3
Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?

Antwoord 3
Noord-Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch-campagne beschouwen wij als opbrengst en positief resultaat. Daarbij moet in acht worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan bestaan over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties wordt echter ook steeds meer via internet en social media

gedaan. Door de frisse vernieuwende "online"-aanpak, is Noord-Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.

De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de mediawaarde is in de bijlage opgenomen.

Zoals in het statenstuk 2017-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' staat aangegeven is de indirecte doelstelling om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne. Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

Hierbij dient te worden opgemerkt dat de internationale acquisitie van bedrijven een langdurig proces is. In sommige gevallen wordt pas na tien jaar een definitief besluit genomen. Deze marketinginspanning (TopDutch) geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en "landingen" kan dan ook moeilijk worden gelegd. De uitdrukking "onbekend maakt onbemind" gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketinginspanning en inmiddels heeft zich een aantal bedrijven gemeld door de inspanningen van TopDutch. In verband met vertrouwelijkheid van de bedrijven kunnen wij geen namen noemen.

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen die nodig zijn voor de campagnes. Dit zien wij ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes en de branding-projecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basisconcept voor de TopDutch branding-campagne.

Vraag 4

Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Antwoord 4

Nee, wij zien geen noodzaak om bij te sturen. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet vinden, zullen wij wel met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de opdracht. Met de brief van 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, duidelijk aangegeven welke resultaten worden verwacht.

In september 2017 en februari 2018 bent u bijgepraat over TopDutch. Voor de zomer van 2019 willen wij u graag een nieuwe stand van zaken geven over TopDutch.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris , voorzitter

Bijlage: Resultaten TopDutch

provinciehuis Westerbrink 1, Assen
postadres Postbus 122, 9400 AC Assen

www.drenthe.nl
0592 - 36 55 55

provincie Drenthe

VERZONDEN 29 JAN. 2019

Aan:
de heer H.R. Nijmeijer

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, 29 januari 2019
Ons kenmerk 5/5.7/2019000026
Behandeld door de heer [redacted] 0592) [redacted]
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Geachte heer Nijmeijer,

In uw brief van 2 januari 2019 stelde u een aantal vragen over de recente ontwikkelingen rondom TopDutch. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1
Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?

Antwoord 1
Medio juli 2018 zijn wij door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming tussen de opdrachtnemer en de door de opdrachtnemer ingeschakelde bedrijven. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als aanbestedende dienst (en penvoerder) handelt uit naam van de drie noordelijke provincies.

Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen in het maken van betere afspraken en een constructieve samenwerking voor het vervolg. De provincie Groningen heeft daarop (in overleg) het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit is niet eerder dan op 17 oktober 2018 gelukt. Aan Initio is in dat overleg aangegeven, dat de opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd moeten worden. Vervolgens heeft Initio zelf een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (de heer Alfred Welink, voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de provincie Groningen, namens de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, waarin nogmaals duidelijk is gemaakt welke resultaten worden verwacht. Het is nu aan Initio om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.

Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door Initio zijn ingeschakeld geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met Initio te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dat moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst.

Als opdrachtgevers sturen wij de hoofdopdrachtnemer Initio, met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben, aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben alleen een afspraak met Initio en niet met de onderaannemers die Initio heeft ingeschakeld. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Drentse partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.

Vraag 2
Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegeneerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?

Antwoord 2
Ja, er is inzicht in gegenereerde leads en prospects. In overleg met de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM) worden er vanuit TopDutch in verband met vertrouwelijkheid geen lead-lijsten en mogelijke landingen van internationale bedrijven gecommuniceerd.

Vraag 3
Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?

Antwoord 3
Noord-Nederland heeft zich geprofileerd als aantrekkelijke vestigingsregio. De internationale, nationale en regionale aandacht voor de TopDutch-campagne beschouwen wij als opbrengst en positief resultaat. Daarbij moet in acht worden genomen dat bij (internationale) acquisitie nooit zekerheid kan bestaan over een succesvol eindresultaat. Dergelijke acquisitieprocessen worden over het algemeen in stille diplomatie uitgevoerd. Profilering en promotie van vestigingslocaties wordt echter ook steeds meer via internet en social media gedaan. Door de frisse vernieuwende 'online'-aanpak, is Noord-Nederland in ieder geval duidelijk op de kaart gezet.
De opbrengsten van de (online) campagnes zijn contacten via de website, linked-in en social media. Een raming van de mediawaarde is in de bijlage opgenomen.

Zoals in het Statenstuk 2017-806 'Tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland' staat aangegeven is de indirecte doelstelling om met de campagne een aantal (grote) ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne. Dit is geen hard gegeven, regiomarketing en profilering is niet één-op-één te koppelen aan concrete resultaten zoals werkgelegenheid en nieuwvestiging.

Hierbij dient te worden opgemerkt dat de internationale acquisitie van bedrijven een langdurig proces is. In sommige gevallen wordt pas na tien jaar een definitief besluit genomen. Deze marketinginspanning (TopDutch) geeft geen enkele harde garantie op de vestiging van bedrijven in het komende jaar. Een hard causaal verband tussen promotie en 'landingen' kan dan ook moeilijk worden gelegd. De uitdrukking 'onbekend maakt onbemind' gaat hier natuurlijk wel op. Op de langere termijn verwachten wij zeker concrete resultaten van deze marketinginspanning en inmiddels heeft zich een aantal bedrijven gemeld door de inspanningen van TopDutch. In verband met vertrouwelijkheid van de bedrijven kunnen wij geen namen noemen.

In 2018 is het merk TopDutch doorontwikkeld en uitgewerkt in basismiddelen die nodig zijn voor de campagnes. Dit zien wij ook terug in de inspanningen die zijn gedaan met betrekking tot positionering, merkstrategie, het communicatieconcept, de campagnestrategie, de uitvoering van campagnes en de branding-projecten. Het merk en de ontwikkelde basismiddelen vormen met elkaar het basisconcept voor de TopDutch branding-campagne.

Vraag 4
Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Antwoord 4
Nee, wij zien geen noodzaak om bij te sturen. Nu de oorspronkelijke initiatiefnemers de samenwerking hebben beëindigd en Initio nieuwe partners moet vinden, zullen wij wel met extra zorg toezien op een succesvolle uitvoering van de opdracht. Met de brief van 22 oktober 2018 is door de penvoerder, uit naam van de opdrachtgevers, duidelijk aangegeven welke resultaten worden verwacht.

In september 2017 en februari 2018 bent u bijgepraat over TopDutch. Voor de zomer van 2019 willen wij u graag een nieuwe stand van zaken geven over TopDutch.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris

, voorzitter

Bijlage: Resultaten TopDutch
km/coll

Bijlage RESULTATEN

Opbrengsten TopDutch Tesla campagnes

	Hi Tesla (2017)	**Are You TopDutch? (2017)**	**Electrify (2018)**
Algemeen			
Eye-balls	2.802.243	1.346.462	1.678.080
Unieke website bezoekers	10.640	9.858	9.690
Mediawaarde	600k-800k	200 – 250k	
Social targeting			
Linkedin	4.369 sessies 4.401 unieke gebruikers 75 unieke Tesla VP's		41.504 vertoningen 493 unieke gebruikers
Twitter	1.558 vertoningen 32 unieke Tesla VP's		452.695 vertoningen 1.486 unieke gebruikers
Instagram		58.076 vertoningen 542 unieke gebruikers	122.292 vertoningen 564 unieke gebruikers
Facebook		85.266 vertoningen 2.329 unieke gebruikers 146 directe aanmeldingen	140.748 vertoningen 8.370 unieke gebruikers
Youtube interacties	15.900 vertoningen	7.747 vertoningen	12.322 vertoningen
Overig:		3.341 aanmeldingen	181 x gebeld 28 ingesproken voicemails 34 ingevulde formulieren

Beurs Philadelphia: social ondersteuning op twitter (in 3 dagen)

Algemeen	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
Social targeting	
Twitter	- 479 link-clicks - 266 likes - 150 retweets - 83 nieuwe volgers

Volgers social media kanalen december 2018

	Volgers	**Likes**
Facebook	622	602
Twitter	3.405	2.147
Linkedin	281	-
Instagram	561	-

LEAD GENERATIE.

In overleg met de NOM en in afstemming met het kernteam worden er vanuit TopDutch geen lead-lijsten en mogelijke landingen gecommuniceerd.