

Date : 14-6-2019 17:31:30

From : [redacted]@fryslan.fr

To : "Rouwe, Sander de" [redacted] fryslan.fr, "Henk Brink" [redacted] drenthe.nl, " [redacted] provinciegroningen.nl" [redacted] provinciegroningen.nl, " [redacted] provinciegroningen.nl" [redacted] provinciegroningen.nl, "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl, "Ferwerda, Marieke" [redacted] fryslan.fr

Cc : " [redacted] fryslan.fr, " [redacted] fryslan.fr, " [redacted] provinciegroningen.nl" [redacted] provinciegroningen.nl, " [redacted] provinciegroningen.nl, " [redacted] drenthe.nl, " [redacted]@provinciegroningen.nl, " [redacted] eeadvies.nl, " [redacted] fryslan.fr

Subject : Agenda en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL -

Attachment : 0.0 Agenda Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 18 juni 2019.docx;3.0 Conceptverslag Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 12 maart 2019.docx;4.0 TopDutch - Planning Juni.pdf;4.0 TopDutch Gedeputeerdenoverleg rapportage 14 juni.pdf;6.0 Coalitieakkoord Drenthe_2019-2023.pdf;6.0 Coalitieakkoord Groningen_2019-2023.pdf;7.0 Brief VNO NCW aan Provincie Fryslan iz EBNN n.a.v. overleg 21 mei.pdf;image001.gif;image002.png;image003.png;image004.png;image005.png;

Goedemiddag,

Bijgaand de agenda en stukken voor het Gedeputeerdenoverleg EZ NNL van volgende week dinsdag in Assen.

Alvast een goed weekend gewenst!

Hartelijke groet,

[redacted]
[redacted]
[redacted] / 06
[redacted]@fryslan.fr

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

 Volg ons op social media!

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

<< Disclaimer >>

Persoansgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sekuer mei jo persoonsgegevens om en hannellet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês [hier](#) ús Privacyferkearing.

Persoansgegevens 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 12 maart 2019

Tijd: 16.00 – 17.00 uur

Locatie: Provinciehuis Drenthe, GS-kamer

Uitgenodigd: Patrick Brouns, Sander de Rouwe, Henk Brink, Hans Hermse, Marieke Ferwerda, Erik Bos,

1.	Agenda en vaststellen agenda	
2.	Mededelingen	
3.	Verslag 12 maart 2019 Voorstel: vaststellen	Bijlage
4.	TopDutch: Voortgang Q2 2019 Afgelopen najaar is besloten dat Initio de voortgang rond TopDutch tijdens de reguliere Gedeputeerdenoverleggen presenteert. Bijgaand de voortgangsrapportage Q2.	Bijlage 2x
5.	Stand van zaken NOM Bespreken bijzonderheden en actualiteiten.	
6.	Bijpraten nieuwe Coalitieprogramma's m.b.t. Economie In de bijlage de coalitieprogramma's 2019-2023 van de provincies Groningen en Drenthe. Verwijzing naar economie: <ul style="list-style-type: none">• Groningen: hoofdstuk 4, pagina 16, 'Groningen werkt'• Drenthe: hoofdstuk 3, pagina 14, 'Regionale economie en werkgelegenheid: kansen benutten'	Bijlage 2x
7.	Brief VNO NCW Noord over EBNN Bespreken brief die naar aanleiding van het overleg tussen de provincies en VNO NCW Noord van 21 mei jl. is opgesteld.	Bijlage

Bijlagen:

Agendapunt	Bijlage
3.0	Conceptverslag Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 12 maart 2019
4.0	TopDutch planning juni 2019
	TopDutch rapportage juni 2019
6.0	Coalitieakkoord Groningen 2019-2023
	Coalitieakkoord Drenthe 2019-2023
7.0	Brief VNO NCW aan provincies iz EBNN nav overleg 21 mei 2019

Verslag Gedeputeerdenoverleg Economische Zaken NNL 12 maart 2019

Tijd: 16.30 – 17.30 uur

Locatie: Provinciehuis Drenthe, GS-kamer

Uitgenodigd: Patrick Brouns, Sander de Rouwe, Henk Brink, Hans Hermse, Marieke Ferwerda, Erik Bos, [REDACTED]

Gasten: [REDACTED] (Initio) en, [REDACTED] (vz. TopDutch)

Agenda en vaststellen agenda

Agenda vastgesteld.

Mededelingen

Geen mededelingen.

Verslag 22 januari 2019

Verslag vastgesteld.

TopDutch: Voortgangsrapportage Q1

Presentatie van Initio over TopDutch en de voortgang van campagnes.

Propositie Logistiek

Discussie over de propositie en de campagne voor het thema Logistiek en de rollen van de opdrachtgever en -nemer. Patrick Brouns stelt vast dat de campagne volgens de planning half mei van start moet gaan en concludeert dat het nu half maart is en twee van de drie opdrachtgevers het voorstel voor de propositie Logistiek nog niet kennen.

Geconcludeerd wordt dat de opdrachtgever (drie provincies) moet aansturen op het scherp krijgen van de propositie en campagne Logistiek. De provincies Groningen en Drenthe pakken twee dingen op: de propositie versterken en een duidelijke focus op welke bedrijven c.q. landen we voor de propositie willen interesseren.

Propositie Agri-dairy

Wat betreft de Agri-dairy propositie geeft Henk Brink aan dat er afstemming plaats moet vinden met het Landbouwberaad en de landbouwgedeputeerden in NNL. Geconcludeerd wordt dat:

- Drenthe bekijkt of de proteïnetransitie verankerd kan worden;
- De ambtelijke dienst afstemming zoekt op het gebied van de agri-dairy propositie.

Propositie Energie

Deze propositie is het minst ver gevorderd van alle proposities. Energie is een weerbarstig noordelijk dossier. Henk Brink geeft aan dat er wel veel kansen liggen op dit gebied. Sander de Rouwe vult aan dat deze naar de Waterstofagenda getrokken kan worden. Dit zou een basis kunnen zijn.

Geconcludeerd wordt dat er wordt gekeken of er een basis gevonden kan worden voor een propositie. Waterstof kan primair worden opgepakt. De provincie Groningen pakt dit op.

Uit de campagnes komen leads die de NOM oppakt. Voor de provincies wordt het dan interessant om te kijken wat daarna gebeurt en welke bedrijven naar het noorden komen. Patrick Brouns vraagt naar de leads en de opvolging van de leads vanuit de NOM en hoe dit geregeld is.

_____ geeft aan dat Initio met de NOM wekelijks overlegt over dit onderwerp en het oppakken van de sales-kant. De NOM toont interesse, is zelf een CRM-systeem aan het inrichten en wil aansluiten bij de campagne.

Sander de Rouwe geeft aan dat het resultaat zit in de overdracht tussen Initio en de NOM en de kwaliteit er van.

Besloten wordt dat bij het volgende Gedeputeerdenoverleg EZ wordt gepresenteerd hoe dit werkt en hoe leads worden opgevolgd door de NOM, wat het stappenplan is.

Tot slot gaat Henk Brink in op de einddatum en de planning en vraagt zich af of eventueel meer tijd gegeven kan worden door het in uren uit te spreiden, bijvoorbeeld tot januari 2020. Besloten wordt dat dit meegenomen wordt in de kerngroep om te kijken of dit verstandig en mogelijk is.

10.2G

Besluitvorming cofinanciering regio Noord voor MIT 2019

In lijn met wat eerder besproken is. Akkoord met het bijgeleverde voorstel.

PLANNING

KEY CAMPAGNES

	jun.	jul.	aug.	sep.	okt.
DEFINITIEF CAMPAGNEPLAN					
ONLINE JOURNEYS/TARGETING					
CAMPAGNES					
Stories					
Content / materiaal					
Campagne organisch					
Campagne paid					

STATUS PER KEY-CAMPAGNE

- Chemie - Afgerond, loopt organisch door, eventuele inzet paid bij actuele onderwerpen
- Agri/food - Stories, content/materiaal in ontwikkeling
- LSH - Stories, content/materiaal in ontwikkeling
- Digitaal - Afronden propositie en inplannen interviews
- Logistiek - Afronden propositie en inplannen interviews
- Watertech - Kick off met Wateralliance, Watercampus en NOM
- Energy - Ophalen propositie

WEBSITE

	jun.	jul.	aug.	sep.	okt.
DEFINITIEF ONTWERP / TECHNISCHE REALISATIE					
CONTENT CREËREN / VULLEN					
LIVEGANG TOPDUTCH HUB					
STATUS PER CONTENT ONDERDEEL					
INVEST					
INTERNATIONAL					
TALENT					
LIFESTYLE					

TOPDUTCH

A good place to be great

TOPDUTCH. WAAR STAAN WE?

Ontwikkeling proposities, acquisitiestrategie en verhaallijnen per thema

Zie memo POHO.

Op basis van oplevering en akkoord op proposities en acquisitiestrategie is content- en campagneplanning navenant aangepast.

Nog te doen / door-ontwikkelen (NOM/provincies):

- Thema Energy: propositie, acquisitiestrategie en verhaallijnen
- Thema Digitalisering: acquisitiestrategie, concretiseren verhaallijnen
- Thema AgriFood/Dairy: acquisitiestrategie AgriFood
- Thema Logistiek: Acquisitiestrategie, concretiseren verhaallijnen
- Thema WaterTech: concretiseren verhaallijnen

Ontwikkeling TopDutch Hub

Ontwerp, design en programmering TopDutch website in afrondende fase. Vanaf deze week vullen.

TopDutch Campagne: integraal campagneplan met strategische campagne 'zwaartepunten'

Op verzoek van de NOM worden de betaalde campagnes ingezet op strategische momenten. Voor AgriFood/Dairy is gekozen voor de periode rondom internationale beurzen in het najaar (september/oktober). Voor overige thema campagnes worden ook de strategische 'zwaartepunten' in het jaar geïdentificeerd. De campagne zal met name in de maanden september en oktober betaald actief zijn, wanneer vele internationale beurzen worden georganiseerd (en na de vakantieperiode).

Vanuit de propositie, acquisitiestrategie, (online) doelgroepenbepaling, verhaallijnen en strategische momenten, wordt een integraal plan voor de betaalde campagne ontwikkeld. Er wordt gestreefd naar optimalisatie van de campagne en het beschikbare mediabudget, door gebruik te maken van natuurlijk momentum, het combineren en differentiëren van verschillende doelgroepen binnen/over de thema's heen, en gebruik te maken van het algoritme-effect door overlap in campagne-tijd. Voorstel voor het integrale campagne-plan wordt voorgelegd aan het kernteam.

Ontwikkeling hygiene content: Invest in TopDutch

Het TopDutch hygiene-deel, over investeren in de regio (why invest) wordt in samenwerking met de NOM geupdate, aangevuld en gevisualiseerd in TopDutch stijl.

Nog te doen / door ontwikkelen (NOM/Initio):

- TopDutch positionering verwerken in Why Invest content
- Infographics: stijl, scope of work, middelen voor hygiene content afstemmen en ontwikkelen
- Key industries: goedgekeurde proposities ombouwen naar salesondersteunende proposities in TopDutch stijl
- Sales materiaal: salesondersteunende middelen NOM (presentaties/bidbooks/etc.) ombouwen in TopDutch stijl

Bovenstaande copy, infographics en middelen vormen de basis voor alle TopDutch / NOM FDI communicatie en tevens de basis voor de TopDutch website.

Ontwikkeling hub content (zie planning)

1. International content: informatie voor expats en internationale studenten
2. Talent content: interviews en profielen van talent
3. Lifestyle content: lifestyle blogs en enthousiasmerend beeldmateriaal

Social listening en beheer

Dagelijkse updates, retweets, delen en engagement op Twitter, Facebook en LinkedIn. Instagram wordt deze week geactiveerd.

Overige activiteiten

GES2019 (niet uit TopDutch budget)

Organisatie GES@theResidence en GES@theBeach events op 3, 4 en 5 juni. Uitserveren content op TopDutch kanalen (Twitter, LinkedIn, Facebook én Instagram).

TopDutch Solar Racing (niet uit TopDutch budget)

Onthulling TopDutch Solar Racing car op 12 juni. Uitserveren content op TopDutch social kanalen.

Nieuwe (deel-)proposities (niet uit TopDutch budget)

1. Green Hydrogen Alliance: promotie investeringsagenda onder TopDutch op GES2019 side-events; aanvraag New Energy Coalition promotie onder TopDutch
2. New Plastics Economy: aanvraag bedrijfsleven (o.a. Omrin, NTCP) promotie onder TopDutch
3. Circular Economy: aanvraag NOM ontwikkelen propositie en promotie onder TopDutch
4. Battery Alliance: aanvraag ontwikkelen propositie en promotie onder TopDutch

Communicatie/stakeholder management/organisatie

1. Gesprek ██████████ (10 mei)
2. Gesprek ██████████ SNN (in te plannen)
3. Presentatie EZK Drenthe (28 mei)
4. Presentatie EZK Groningen (in te plannen)
5. Presentatie EZK Friesland (in te plannen)

Financieel overzicht

	<i>Vorige rapportage</i>	<i>Huidige rapportage</i>
Datum:	27 februari 2019	14 juni 2019
Totaal TopDutch budget:	1.200.000,00	1.200.000,00
Kosten uitgevoerde werkzaamheden:	595.039,58	734.324,52
Resterend budget:	604.960,42	465.675,48

Planning: zie bijlage

PROVINSJIE Fryslân

PROVINCIE Fryslân











Date : 17-7-2019 12:00:19

From : [redacted] provinciegroningen.nl

To : "Ferwerda, Marieke" [redacted] frysland.frl, "Erik Bos" [redacted] drenthe.nl, "Hermse J." [redacted] provinciegroningen.nl,
[redacted]@snn.nl

Cc : " [redacted] provinciegroningen.nl, " [redacted] provinciegroningen.nl, [redacted]@fryslan.frl"
[redacted]@fryslan.frl, " [redacted]@provinciegroningen.nl

Subject : Concept-verslag HEZ/SNN 10 juli 2019

Attachment : besluitenlijst HEZ-overleg 100719.docx;

Bijgaand het concept-verslag van het HEZ/SNN overleg van 10 juli jl.

Fijne zomervakantie (voorzover van toepassing)

[redacted]

Op onze website kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
<https://www.provinciegroningen.nl/servicenomen/>

Concept-besluitenlijst Hoofden EZ , woensdag 10 juli 2019, zaal DORP (E313)

Aanwezig:

HEZ: Hans Hermse (vz), Marieke Ferwerda, Erik Bos, [REDACTED] (not.)

SNN: [REDACTED]

1. Opening en mededelingen

buiten reikwijdte

6. Voorbereiding TopDutch gesprek van 11/7

--

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte



EE&E ADVISES

Principles of Intelligent Engineering

Date : 28-8-2019 17:09:17

From : "[REDACTED]@provinciegroningen.nl

To : "Erik Bos" [REDACTED]drenthe.nl, "Ferwerda, Marieke" [REDACTED]fryslan.frl

Cc : "Hermse J." [REDACTED]provinciegroningen.nl

Subject : FW: Concept tekstje evaluatie TopDutch

Hoi Erik en Marieke,

Hierbij het tekstje over evaluatie TopDutch.

[REDACTED]

Van: [REDACTED]

Verzonden: dinsdag 20 augustus 2019 15:04

Aan: [REDACTED]provinciegroningen.nl>

CC: Hermse J. <[REDACTED]provinciegroningen.nl>

Onderwerp: Concept tekstje evaluatie TopDutch

Hoi [REDACTED]

Vul jij aan/verbeter?

Evaluatie TopDutch

TopDutch is geïnitieerd als een project. Een externe evaluatie moet laten zien of de boogde doelen gerealiseerd zijn en/of wat beter kan. Bij een positief oordeel is het tevens van belang te weten hoe en waar de activiteiten van TopDutch het beste structureel belegd kunnen worden.

10.2G [REDACTED]

Groeten,

[REDACTED]

Date : 11-7-2019 17:23:16

From : "Erik Bos"

To : "Henk Brink" [redacted]@drenthe.nl, "Henk Brink" [redacted]@drenthe.nl, "[redacted]@drenthe.nl"

Cc : "[redacted]@drenthe.nl"

Subject : FW: ez gedeputeerden 11 juli

Attachment : ez gedeputeerden 11 juli.pdf;

Van: [redacted]@provinciegroningen.nl>

Verzonden: donderdag 11 juli 2019 17:00

Aan: Erik Bos <[redacted]@drenthe.nl>; Ferwerda, Marieke <[redacted]@fryslan.frl>; Hermse J. <[redacted]@provinciegroningen.nl>

CC: [redacted]@topdutch.com>; [redacted]@provinciegroningen.nl>

Onderwerp: ez gedeputeerden 11 juli

Hallo Hans Erik Marieke,

Hierbij mijn verslag, kunnen jullie het langs de goede kanalen doorsturen?

Op onze website kunt u lezen welke dienstverlening u van ons mag verwachten.
<https://www.provinciegroningen.nl/servicenomen/>

11 juli 2019 EZ gedeputeerdenoverleg TopDutch

Aanwezig: Henk Brink, Sander de Rouwe, Patrick Brouns, Marieke Ferwerda, Erik bos, [REDACTED], [REDACTED] en [REDACTED] (verslagje)

Sander opent vergadering, heet iedereen welkom en geeft [REDACTED] het woord voor de presentatie.

Belangrijkste conclusies uit presentatie:

- Tot nu toe alleen nog resultaten van de chemie campagne
- Doorkijk rest van de campagne, content voor alle campagneonderdelen behalve digitaal en energie is nu klaar. (voor energie en digitaal is conclusie dat we in Noord nederland wel heel goed zijn maar weinig kunnen vinden waar we op internationaal vlak echt in uitblinken. Afgesproken wordt dat er vanuit kernteam voorstellen komen hoe hier mee om te gaan. **(actie. Kernteam, te bespreken in eerstvolgend gedeputeerdenoverleg)**
- Voor wat betreft de overige thema's is in overleg met de NOM afgesproken dat de campagnes tegelijk in een korte periode waarin er veel buitenlandse beurzen zijn gaan draaien. Dit zal zijn in de maanden oktober t/m November
- Sander vraagt naar de resultaten van de kwartaalrapportage inclusief de daadwerkelijke leads die daaruit zijn voortgekomen, geeft daarbij aan dat die nu volledig ontbreken en dat dat niet conform de afspraak is die we daarover schriftelijk hebben vastgelegd. Dit wordt algemeen onderschreven ook door TopDutch team. Afgesproken dat deze lijst volgende week wordt aangeleverd. En daarna periodiek wordt aangeleverd conform de afspraak **(actie [REDACTED])**
- Verder wordt duidelijk dat de informatie die de NOM aan moet leveren voor het deel Why Invest in TopDutch lang op zich laat wachten, Sander zal hierover contact opnemen met [REDACTED] **(actie Sander)**
- Terugkoppeling kerngroepleden richting gedeputeerden, **10.2e** [REDACTED] **(actie Marieke/Sander)**
- Zodra campagneplannen klaar zijn, graag bespreken in kernteam en van daaruit terugkoppelen aan gedeputeerden. Vooral ook aangeven wanneer campagnes los gaan, dan kan er vanuit provinciale kanalen actief meegetwitterd worden **(actie kerngroep)**
- Henk wil graag goed gebriefd worden voorafgaand aan Statenvergadering, afspraak hiervoor is reeds gemaakt
- Voorlopig gaan we er vanuit dat campagne in huidige vorm binnen budget doorloopt tot en met december
- **10.2G** [REDACTED]

Tot zover, ik wens jullie allen een goede vakantie.

Prospect Id	First Name	Last Name	Company
151025171	O	O	buiten reikwijdte
149930618	L	M	
149904212	E	K	
151425727	J	H	
145102327	Y	F	
150494588	L	B	
145113607	M	K	
149930924	C	G	
145113571	P	P	
150776467	D	O	
150056372	S.F.	K	
149839650	L	J	
145086889	E	W	
149850950	B	P	
150044610	A	Z	
149956298	Y	DK	
149882146	J	K	
145974365	R	T	
151420939	E	W	

151022353	S	C
151022355	S	C
145767193	W	VDZ
150944797	A	C
151096865	N	D
149786162	T	VH
149835572	F	I
145072483	H	H
150994281	W	\--
151100797	M	D
151000449	R	T
151096219	R	R
151465375	M	S
149793480	M	S
145975439	D	P
145807687	T	J
145794259	D	V
149846262	E	N
145864977	X	W
145807639	G	R

buiten reikwijdte



149792808	T	B
145864491	J	V
145841457	V	Z
145856565	P	L
145791041	Y	K
145760337	T	B
149903188	E	R
149792364	A	S
149837422	J	S
145807739	C	X
149907330	S	H
149907332	K	H
145973937	A	A
145878741	D	T
149883094	D	M
149909206	K	H
145971677	M	D
145962977	L	W
145802729	H	S
145974511	J	V



PROVINSJIE Fryslân

PROVINCIE Fryslân











Date : 11-7-2019 13:46:25

From : " [redacted]@drenthe.nl

To : " [redacted]@drenthe.nl, "Erik Bos" [redacted]@drenthe.nl

Cc : "Henk Brink" [redacted]@drenthe.nl

Subject : FW: Presentatie

Attachment : Gedeputeerdenoverleg 11 juli_1107.pdf;

Van: [redacted] <[redacted]@topdutch.com>

Verzonden: donderdag 11 juli 2019 13:46

Aan: [redacted]@cig-eu.com>; [redacted] <[redacted]@initio.nl>

CC: [redacted] <[redacted]@provinciegroningen.nl>; [redacted] <[redacted]@fryslan.frl>; [redacted] <[redacted]@drenthe.nl>

Onderwerp: Presentatie

Hi allen,

Bijgaand de presentatie in PDF.

Met hartelijke groet,

[redacted]

[redacted]

t +31(0)6 [redacted]

e [redacted]@topdutch.com

w www.topdutch.com

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.

10.2g

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**.

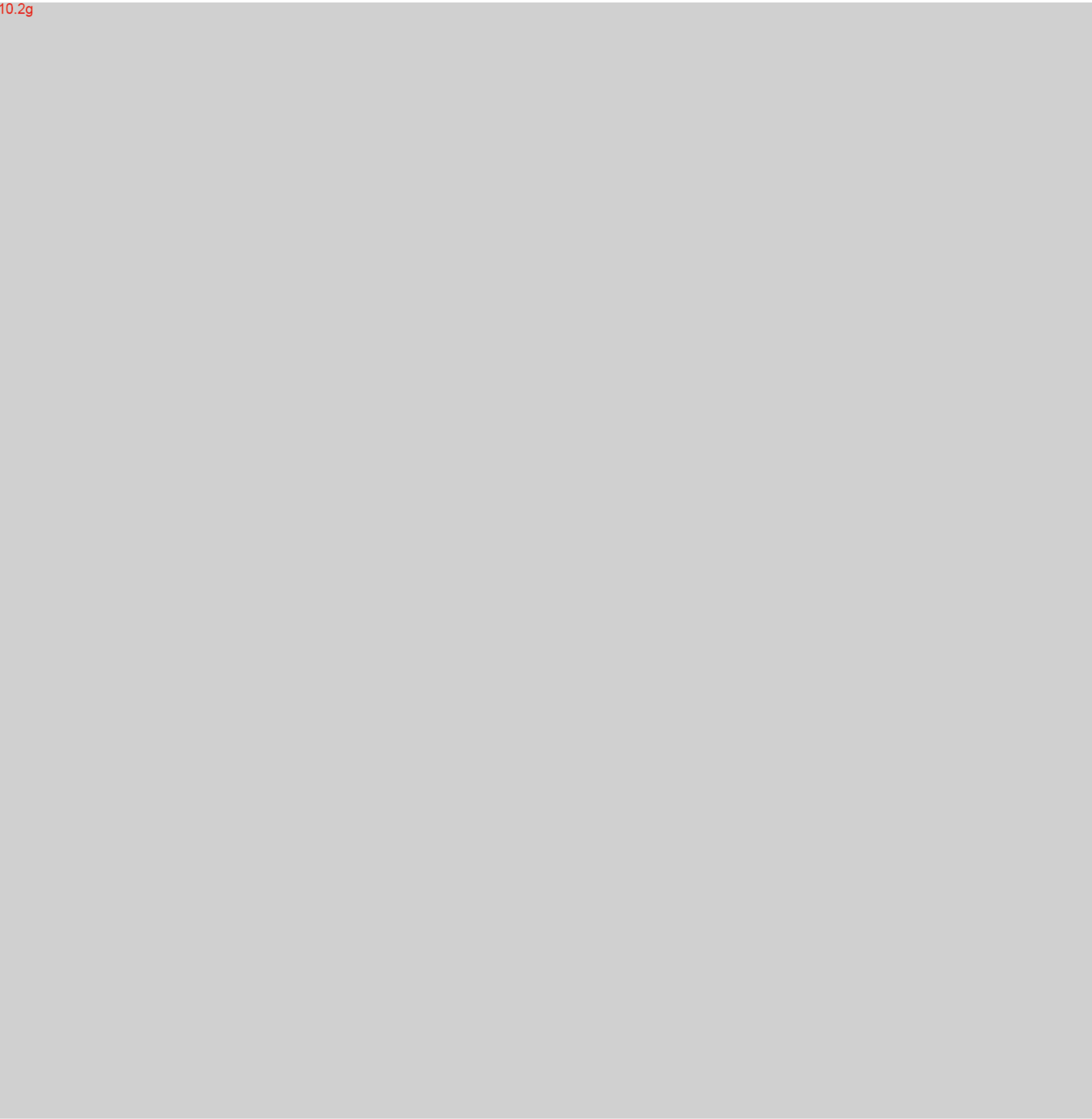
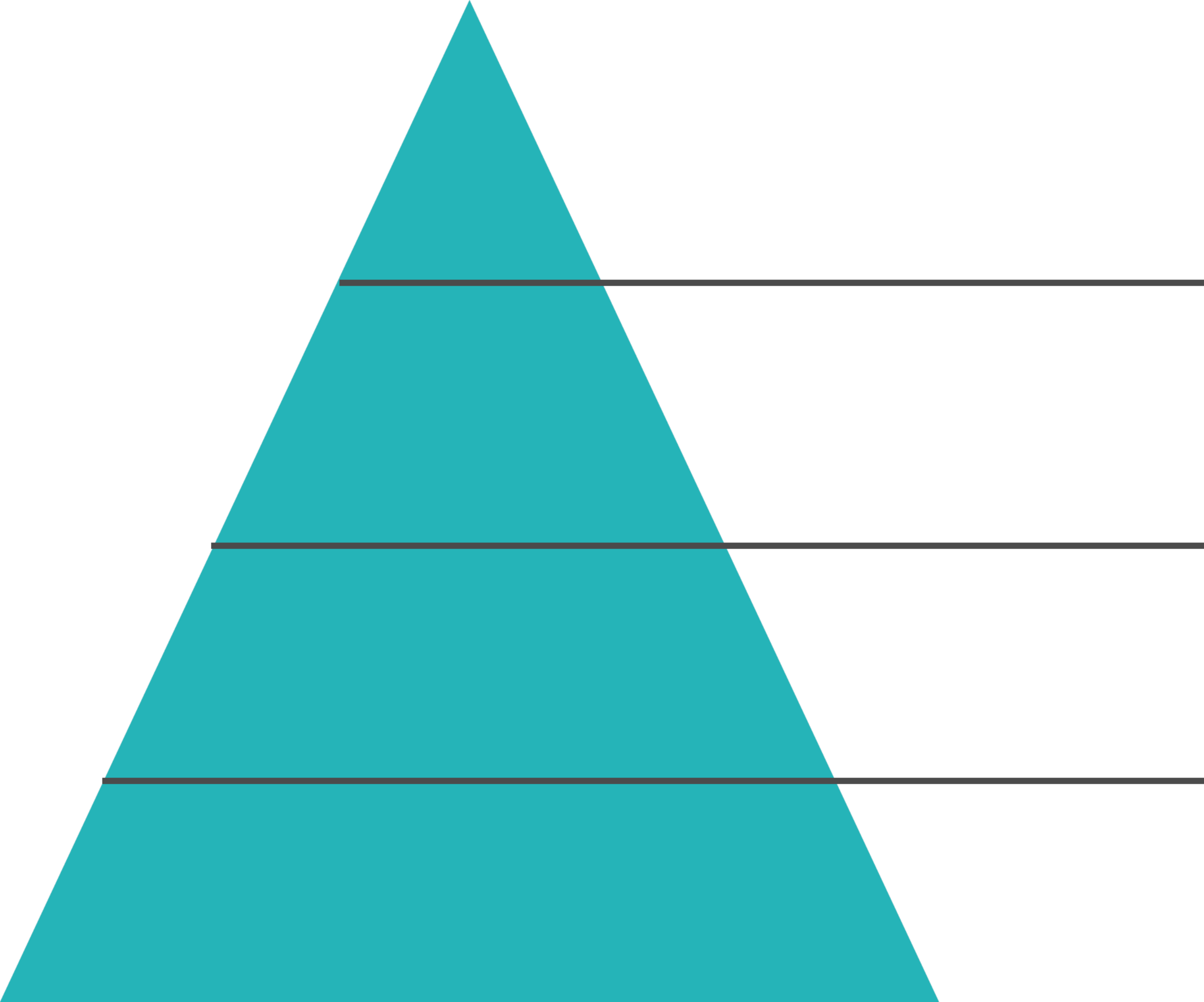
TopDutch Solutions for Global Challenges

MERK = TOPDUTCH

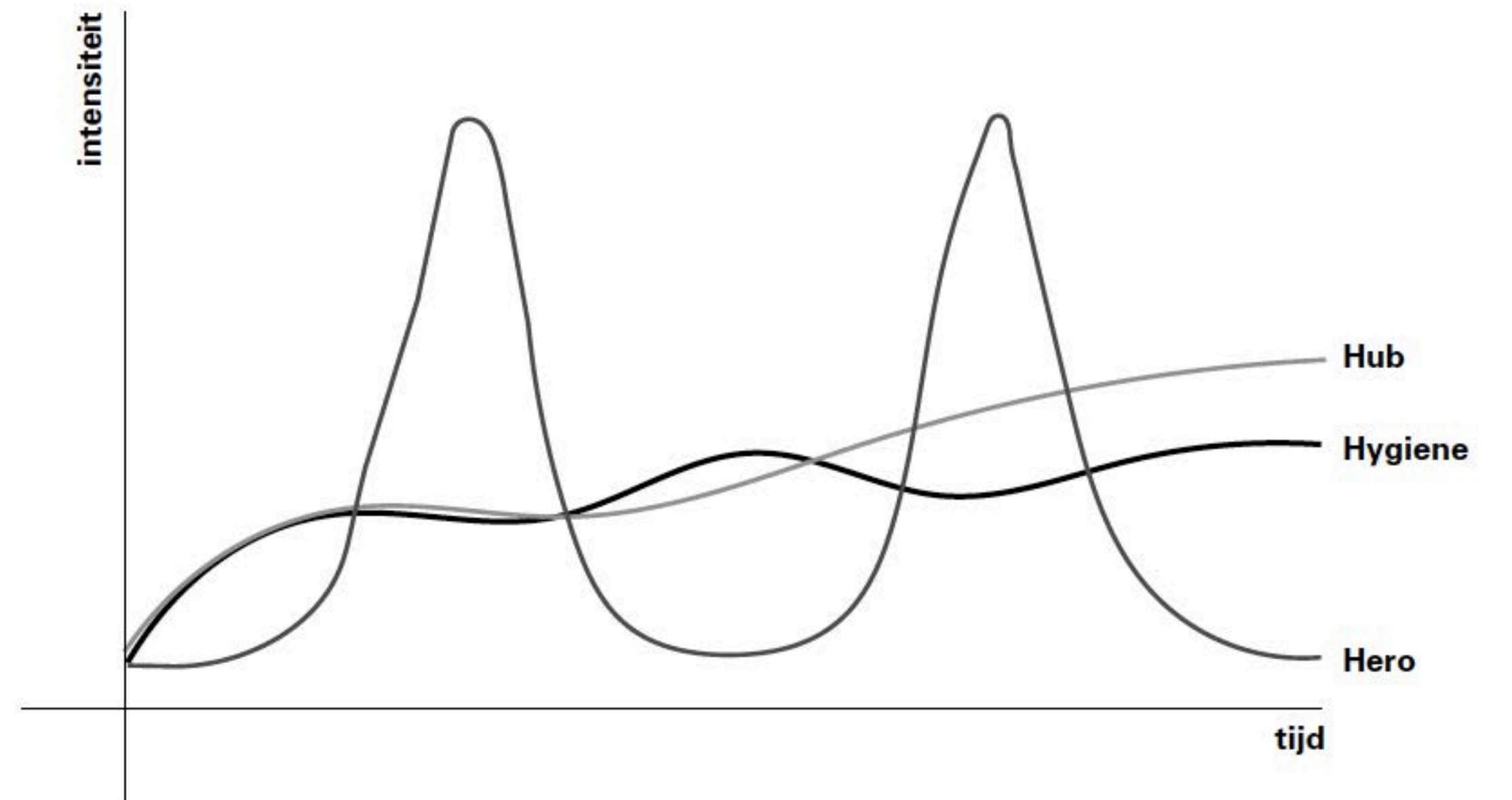
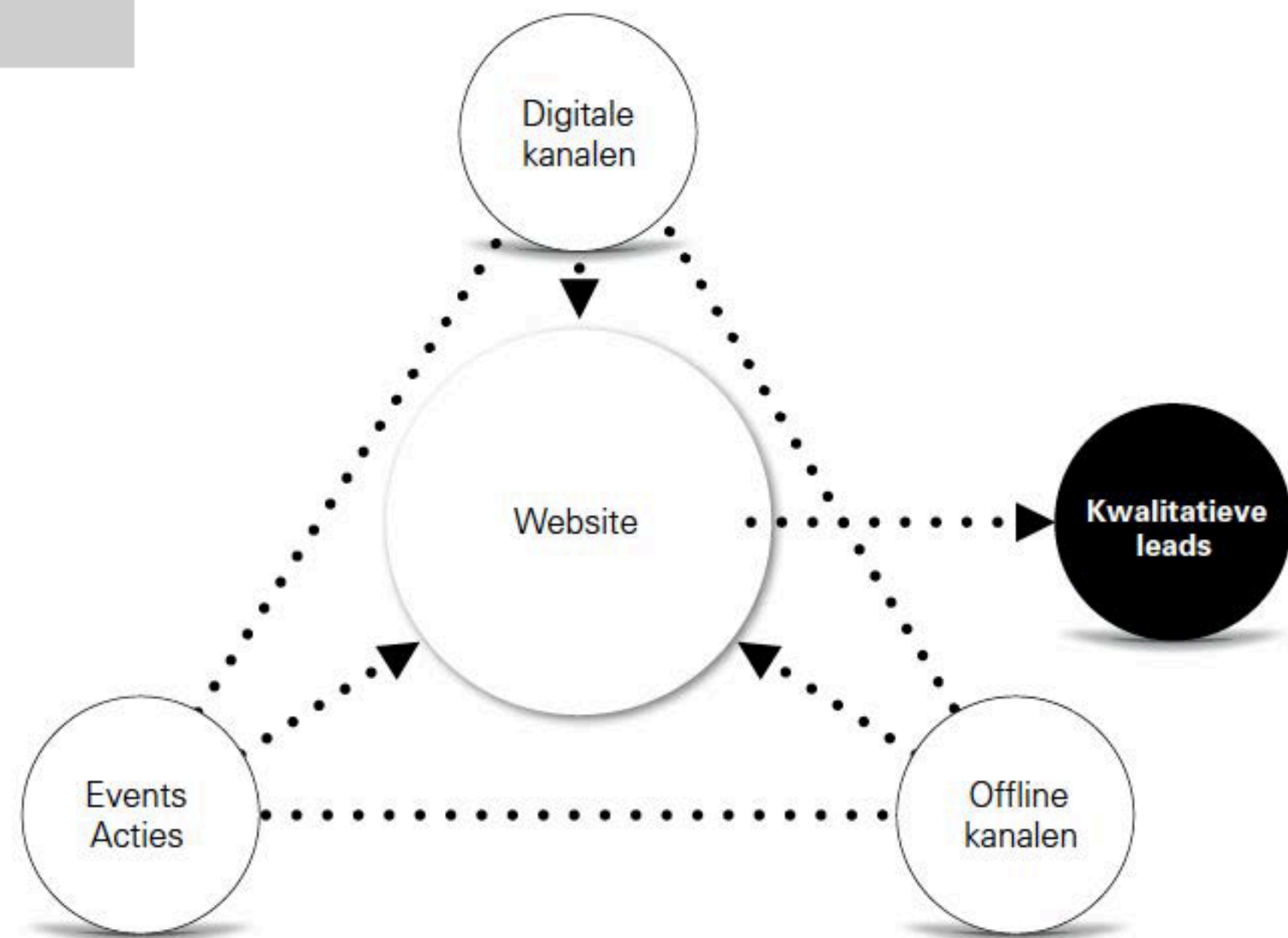
10.2.G



CAMPAGNE-STRATEGIE = HERO-HUB-HYGIENE



CAMPAGNE-STRATEGIE = HERO-HUB-HYGIENE



BUDGETTERINGSVOORSTEL



2. FINANCIËN

BUDGETVERDELING

2-JARIG CAMPAGNEBUDGET
1.200K

1. ORGANISATIE DEDICATED TEAM
296K

2. BASISMIDDELEN
304K

3. KEY CAMPAGNES
474K

4. ENDORSEMENT
75K

5. IEDEREEN IS TOPDUTCH
51K

50k/jr

75k/jr

50k

25k

35k

40k

40k

119k

35k

89k

28k

101k

132,5k

25k

25k

25k

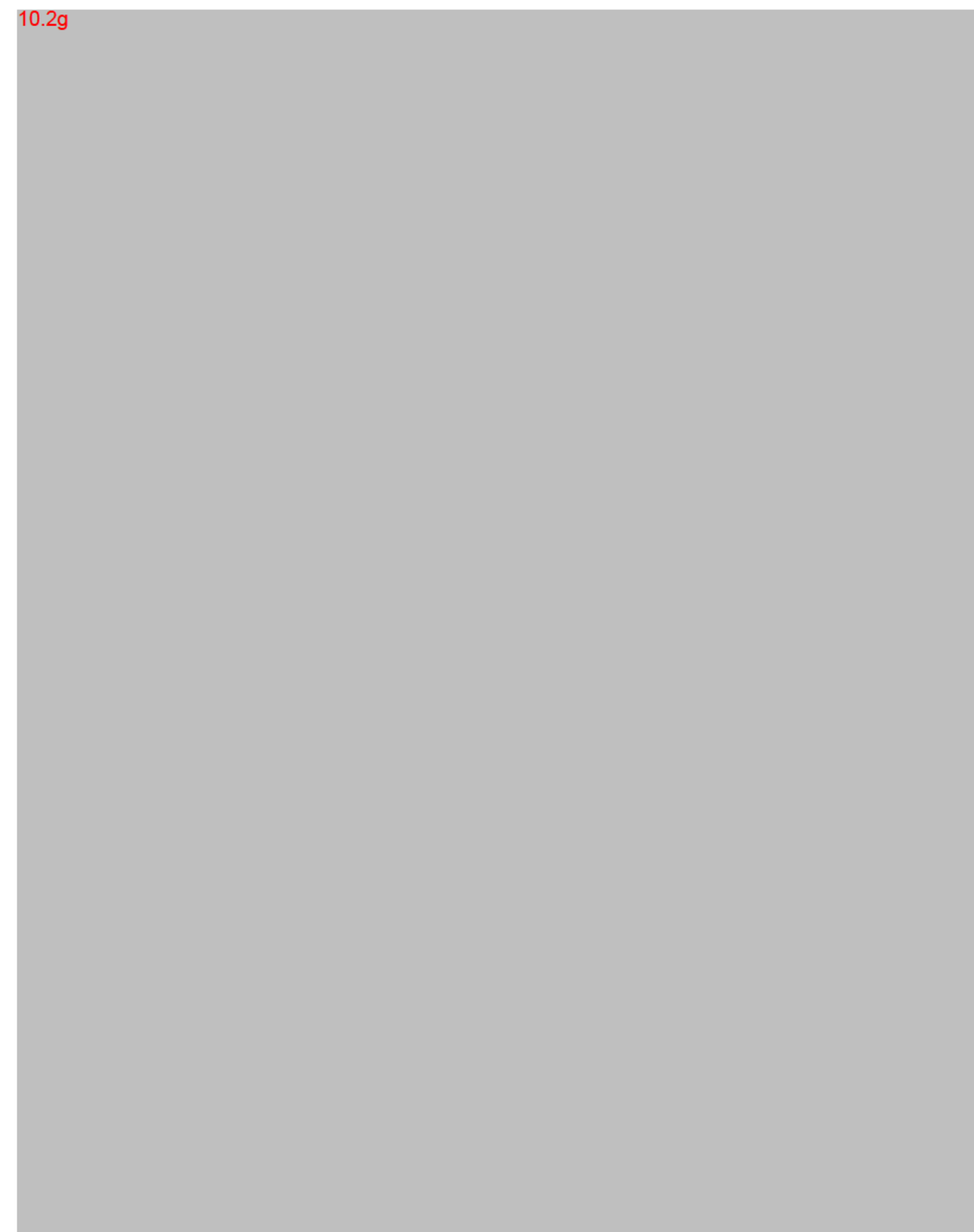
50k

30k

45k

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 campaigns

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Chemie campagne totaal	79.000,-	86.900,-	(7.900,-)
Key campaigns	358.500,-	336.500,-	22.000,-
<i>Proposities/themapagina's (7 thema's)</i>		28.000,-	
<i>Key stories (6 thema's; 22 stuks)</i>		101.000,-	
<i>1. Invest in TopDutch campagne</i>			
• <i>Campagne</i>		42.500,-	
• <i>Mediakosten</i>		90.000,-	
<i>2. Agri/Food campagne</i>			
• <i>Campagne</i>		12.500,-	
• <i>Mediakosten</i>		12.500,-	
<i>3. Life Sciences & Health campagne</i>			
• <i>Campagne</i>		12.500,-	
• <i>Mediakosten</i>		12.500,-	
<i>4. WaterTech campagne</i>			
• <i>Campagne</i>		12.500,-	
• <i>Mediakosten</i>		12.500,-	
Social listening & beheer	50.000,-	50.000,-	
Subtotaal	487.500,-	473.400,-	14.100,-

FINANCIËN

Key campaigns

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Chemie campagne totaal	79.000,-	86.900,-	(7.900,-)
Key campaigns	358.500,-	336.500,-	22.000,-
<i>Proposities/themapagina's (7 thema's)</i>		28.000,-	
<i>Key stories (6 thema's; 22 stuks)</i>		101.000,-	
1. Invest in TopDutch campagne			
• Campagne		42.500,-	
• Mediakosten		90.000,-	
2. Agri/Food campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		12.500,-	
3. Life Sciences & Health campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		12.500,-	
4. WaterTech campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		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**

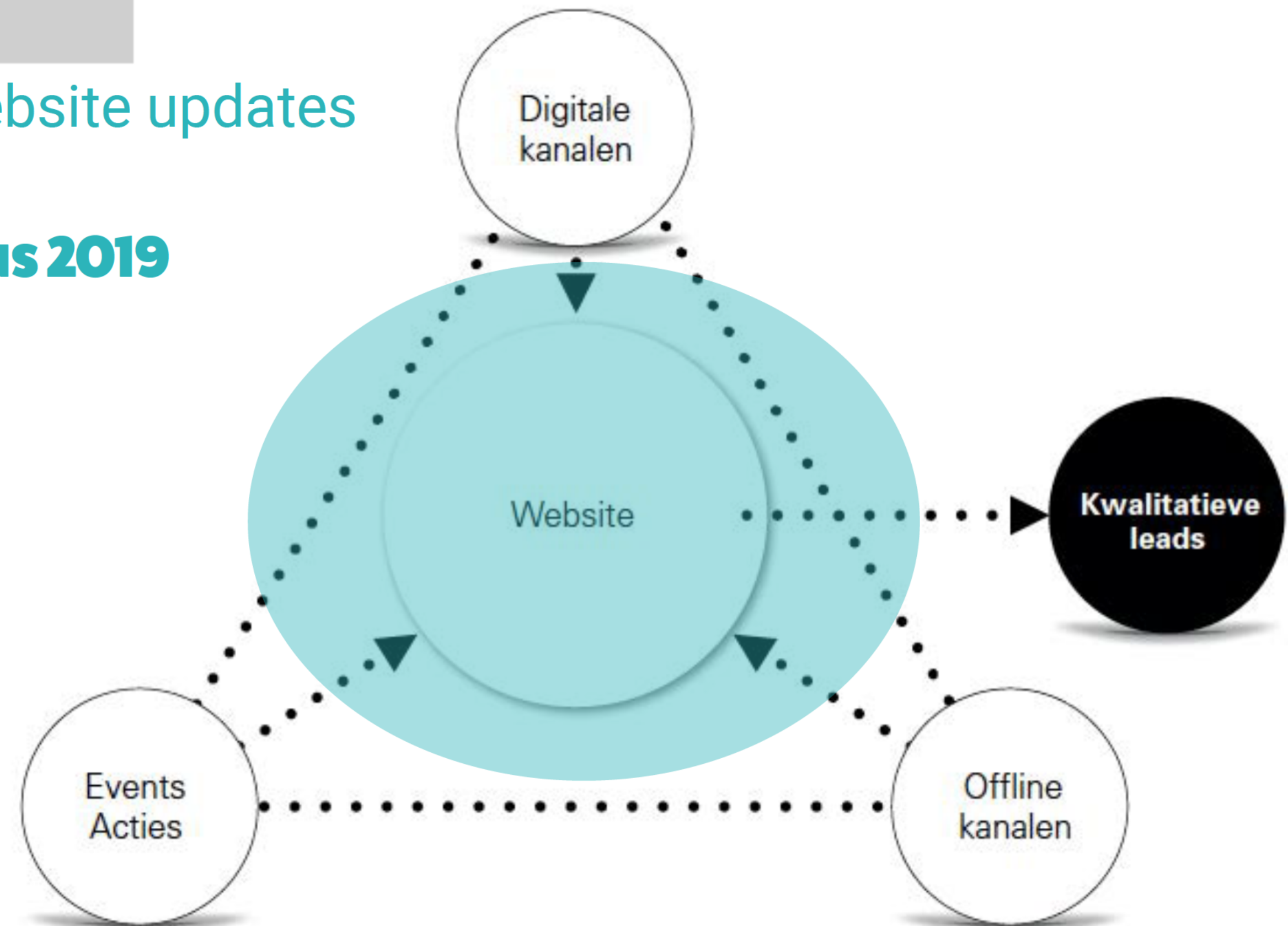
WEBSITE »» PLATFORM

Juli 2018: TopDutch website

November 2018 - mei 2019: TopDutch website updates

»» **NEW: TopDutch platform: juli / augustus 2019**

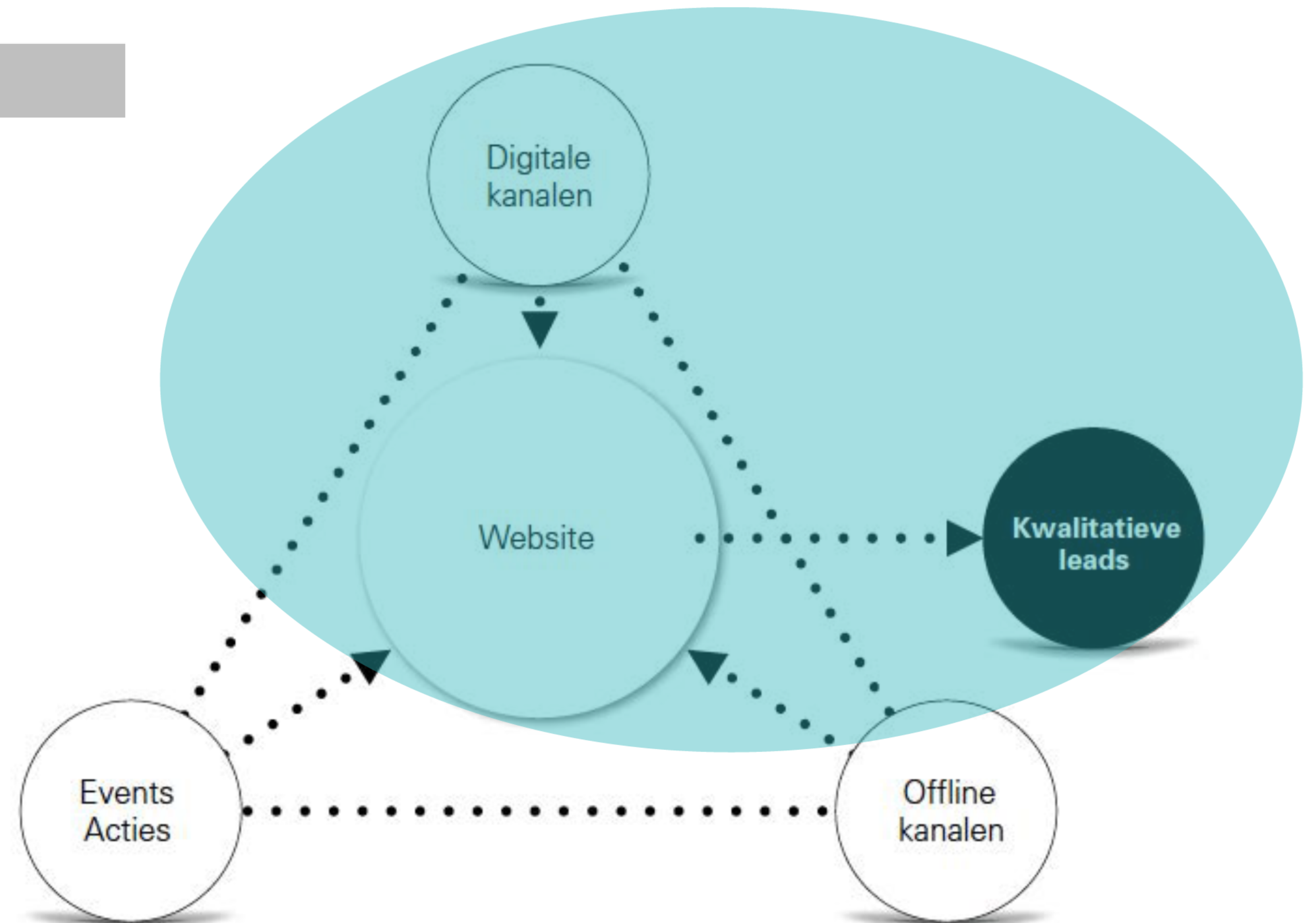
- Hygiene content
 - Why invest in TopDutch
 - Propositions thema's
- Hub content
 - Key stories
 - Informatie voor internationals
 - Informatie over talent & kennis
 - Informatie over lifestyle
- Hero content
 - Campagne-materiaal



INFRASTRUCTUUR »» MARKETING-SALES FUNNEL

November - januari 2018: ^{10.2.G} 

Februari - heden: **Nieuwsbrieven**



»» KEY CAMPAIGNES

INHOUDELIJKE STURING »» CAMPAGNES

Sectoren	Proposities - basis	Proposities - online	Acquisitiestrategie		Verhaallijnen	Stories	Campagnes
Green Chemistry	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Klaar	Klaar	Klaar
Agrifood	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Aanscherpen	Aanscherpen	In ontwikkeling
Digital innovation	In ontwikkeling	In ontwikkeling	In ontwikkeling		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling
Logistics	Aanscherpen	In ontwikkeling	Aanscherpen		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling
Life Sciences & Health	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Aanscherpen	Aanscherpen	In ontwikkeling
Watertech	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling
Energy	In ontwikkeling	In ontwikkeling	In ontwikkeling		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling



INHOUD THEMA'S » ONLINE PROPOSITIES

Wacht op **laatste input** sector-specialisten NOM.
Eind juli klaar (mogelijk excl. energie & logistiek)

INHOUD CAMPAGNES » KEY STORIES

10.2.G

INVEST IN TOPDUTCH CAMPAGNE



10.2g

Campagne follow-up:
Doorlopend

AGRI / FOOD CAMPAGNE

Momentum (selecteren):



Campagne follow-up:

Doorlopend

WATERTECH CAMPAGNE

Momentum (selecteren):

10.2.G



10.2.G



Campagne follow-up:

Doorlopend

LIFE SCIENCE & HEALTH CAMPAGNE



Campagne follow-up:
Doorlopend

»» OFFLINE ACTIVITEITEN

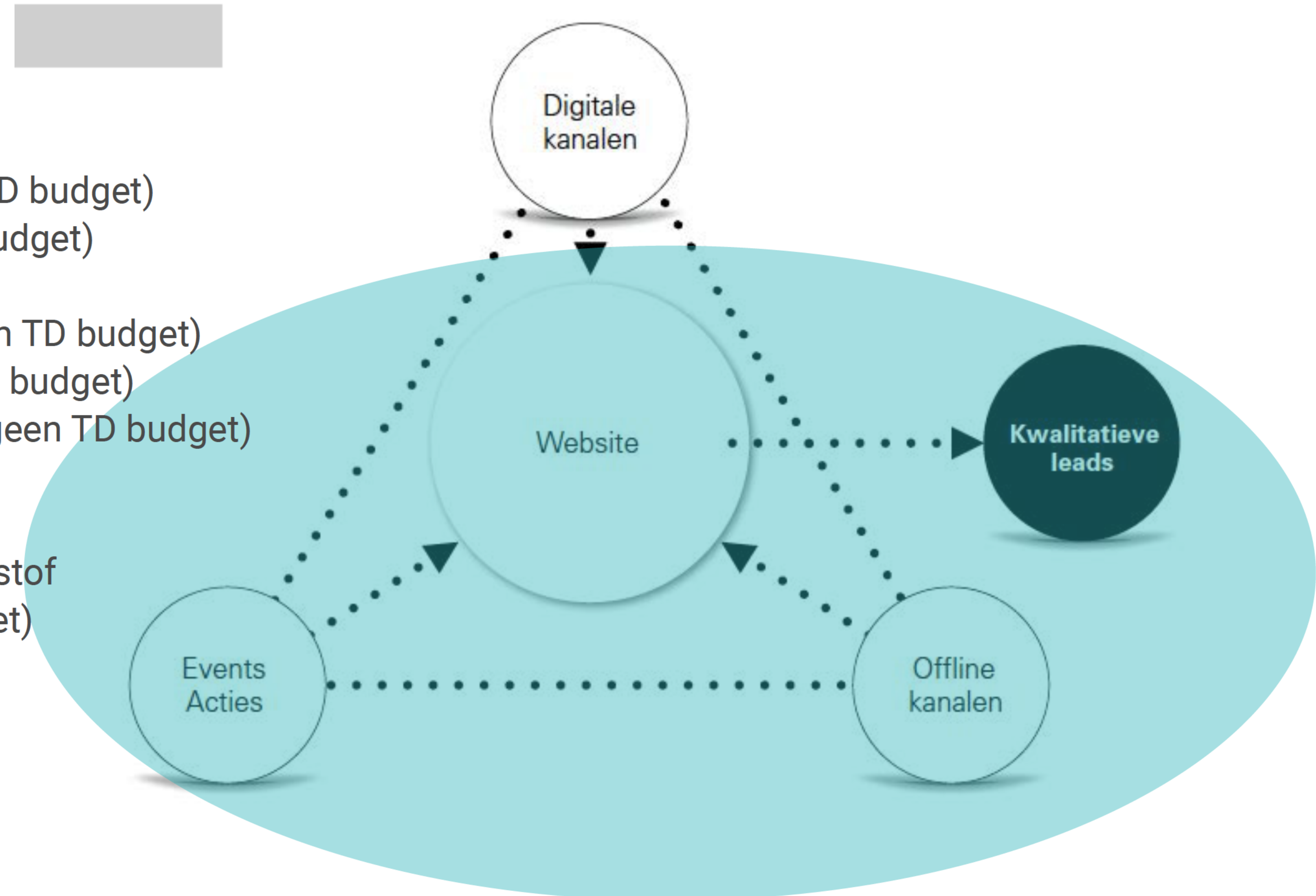
OFFLINE ACTIVITEITEN

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)

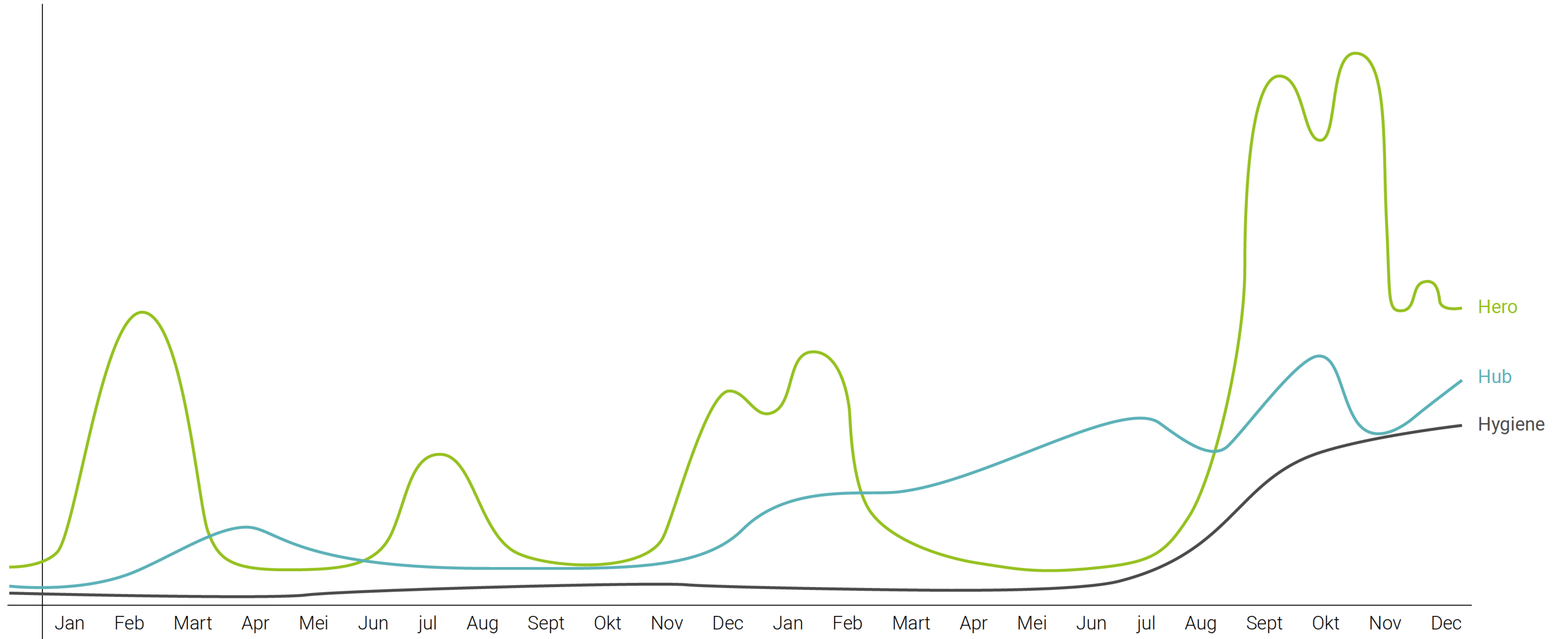
2. Offline

- Key stories groene waterstof
- Bidbooks (geen TD budget)



4. PLANNING

CAMPAGNE PLANNING



5. VRAGEN

TOPDUTCH

A good place to be great

Date : 11-7-2019 9:52:35

From : " [redacted]@drenthe.nl

To : " [redacted]@drenthe.nl

Cc : "Henk Brink" [redacted]@drenthe.nl, "Erik Bos" [redacted]@drenthe.nl

Subject : Input Topdutch

Attachment : image001.jpg;image002.png;image003.jpg;

- Er is €465.000 budget beschikbaar, 11.1 [redacted] 11.1 [redacted] Planning schuift op tot eind van het jaar, binnen bestaande budget. [redacted] laten bevestigen of dit klopt.
- Qua inhoud en wat er ontwikkeld is, mooie basis. Gaan we de planning redden?
- Alle proposities (behalve Energie en Digitaal) zijn klaar en worden de verhaallijnen nu geschreven, dan wel afgerond.
- Benadrukken dat elke verhaallijn die opgeleverd wordt, eerst bestuurlijk afgestemd wordt, om te voorkomen dat het een enkele provincie show wordt.
- Alle inzet nu op: komen tot campagnes, verhaallijnen klaar en wegzetten via Topdutch campagnes. 11.1 [redacted] 11.1 [redacted]
- Ontwikkeling nieuwe website Topdutch voor de zomervakantie afronden. De inhoud komt voort uit de proposities. Dit duurt te lang, moet klaar zijn.
- Onduidelijk wanneer NOM in actie komt en wanneer [redacted] op de stoel van de NOM zit. [redacted] moet zich aan zijn opdracht houden, en de NOM in stelling brengen. (Relatie: benadrukken dat zijn inzet gewaardeerd wordt, maar dat dit ook zorgt voor een grijs gebied)
- 11.1 [redacted]
- 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. 11.1 [redacted]
- Doel van Topdutch is: 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. Hoe staat dat er voor?
- Gebrek aan terugkoppeling zorgt voor onwetendheid, Topdutch komt ver bestuurders af te staan, zorgt voor onrust.

Met vriendelijke groet,

[redacted]
Internationaal Ondernemen & Exportbevordering
Coördinatie Grensoverschrijdend Ondernemen Duitsland
Coördinatie projectontwikkeling INTERREG A

provincie Drenthe



Postbus 122
9400 AC Assen

10.2G [redacted]

[redacted]@drenthe.nl

provincie **D**renthe

IK BEN

• [DASHES](#)

• [CANDIDATE](#)



European Union
Directorate-General for Environment

105 rue de la Woluwe, 1200 Brussels, Belgium
Tel: +32 (0)2 298 1211 Fax: +32 (0)2 298 1212
E-mail: dg-environment@ec.europa.eu

Date : 4-6-2019 16:39:16

From : "Hermse J." <[redacted]@provinciegroningen.nl>

To : "'Ferwerda, Marieke'" <[redacted]@fryslan.frl>

Cc : [redacted]@fryslan.frl, "Erik Bos" <[redacted]@drenthe.nl>

Subject : RE: Aanleveren agendapunten en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 18 juni as.

Attachment : image002.jpg;image003.gif;image004.png;image005.png;image006.png;image007.png;

Ik heb geen aanvullingen op agenda

Van: Ferwerda, Marieke <[redacted]@fryslan.frl>

Verzonden: maandag 3 juni 2019 11:40

Aan: [redacted]@fryslan.frl; Hermse J. <[redacted]@provinciegroningen.nl>; Erik Bos ([redacted]@drenthe.nl) <[redacted]@drenthe.nl>

CC: [redacted]@provinciegroningen.nl; [redacted] <[redacted]@fryslan.frl>

Onderwerp: RE: Aanleveren agendapunten en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 18 juni as.

Goedemorgen allen

Sander wil graag het overleg door laten gaan ook met Topdutch op de agenda. Mss daarnaast goed om stand van zaken NOM nog even te bespreken en even bijpraten over nieuwe Coalitieprogramma's mbt economie. En tot slot de brief van EBNN, begreep van [redacted] dat hij er vorige week mee bezig was.

Met vriendelijke groet,
Marieke Ferwerda

Opgavenregisseur Economie
058 2925933
06-54786814

[\[redacted\]@fryslan.frl](mailto:[redacted]@fryslan.frl)

provinsje fryslân
provincie fryslân 
Tweebaksmarkt 52 (besikersadres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
www.fryslan.nl

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

Van: [redacted]

Verzonden: maandag 3 juni 2019 09:53

Aan: Ferwerda, Marieke <[redacted]@fryslan.frl>; Hans Hermse ([redacted]@provinciegroningen.nl) <[redacted]@provinciegroningen.nl>; Erik Bos ([redacted]@drenthe.nl) <[redacted]@drenthe.nl>

CC: [redacted]@provinciegroningen.nl; [redacted] <[redacted]@fryslan.frl>

Onderwerp: RE: Aanleveren agendapunten en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 18 juni as.

Beste Marieke, Erik en Hans,

Ik heb van jullie nog geen bericht ontvangen op onderstaande vraag. Ook met het oog op de voorbereiding op het overleg de vraag van mijn kant of dit doorgang moet vinden.

Hoor graag van jullie. Zien jullie kans vandaag te reageren?

Alvast bedankt!

Hartelijke groet,

[redacted]

Van: [redacted]

Verzonden: woensdag 22 mei 2019 16:17

Aan: Marieke Ferwerda ([redacted]@fryslan.frl) <[redacted]@fryslan.frl>; Hans Hermse ([redacted]@provinciegroningen.nl) <[redacted]@provinciegroningen.nl>; Erik Bos ([redacted]@drenthe.nl) <[redacted]@drenthe.nl>

CC: [redacted]@provinciegroningen.nl; [redacted] <[redacted]@fryslan.frl>

Onderwerp: RE: Aanleveren agendapunten en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 18 juni as.

Beste HEZ,

In navolging op onderstaand bericht het volgende.

Ik begreep vanuit Groningen dat Patrick Brouns niet aanwezig kan zijn op 18 juni as. en het verzoek was TopDutch uit te nodigen voor het volgende Gedeputeerdenoverleg op 24 september. Hiermee is de agenda voor het overleg op 18 juni nog leeg.

De vraag is of jullie het overleg door willen laten gaan en zo ja, met welke agendapunten.

Ik hoor graag van jullie. Alvast bedankt!

Hartelijke groet,

[redacted]

Van: [redacted]
Verzonden: woensdag 15 mei 2019 11:38
Aan: Marieke Ferwerda ([redacted] fryslan.frl) <[redacted] fryslan.frl>; Hans Hermse ([redacted] provinciegroningen.nl) <[redacted] provinciegroningen.nl>; Erik Bos ([redacted] drenthe.nl) <[redacted] drenthe.nl>
CC: [redacted] provinciegroningen.nl; [redacted] <[redacted] fryslan.frl>; [redacted] provinciegroningen.nl; [redacted] <[redacted] provinciegroningen.nl>; [redacted] <[redacted] eeadvies.nl>; [redacted] <[redacted] fryslan.frl>
Onderwerp: Aanleveren agendapunten en stukken Gedeputeerdenoverleg EZ NNL - 18 juni as.

Beste HEZ,

Op 18 juni aanstaande vindt tussen 16.00 en 17.00 uur het volgende reguliere Gedeputeerdenoverleg EZ plaats in het provinciehuis in Assen. Hieronder de agendapunten, zoals deze nu voorliggen.

1.	Agenda en vaststellen agenda
2.	Mededelingen
3.	Verslag 12 maart 2019
	Voorstel: vaststellen
4.	TopDutch: Voortgangsrapportage Q2 en opvolging leads door NOM
5.	EBNN: Agenda 28 juni as.

Met name TopDutch zal een groot deel van de tijd vullen, waarbij wordt ingegaan op de voortgang als ook de overdracht en opvolging van de leads door de NOM. Dit laatste was een specifieke vraag tijdens het vorige Gedeputeerdenoverleg en ook zo opgenomen in het verslag.

Ik hoor graag van jullie voor 1 juli aanstaande als er nog meer agendapunten zijn. Hou rekening met het feit dat maar een uur staat ingepland.

Voor de volledigheid ook nog het conceptverslag van de vorige keer bijgevoegd.

Alvast bedankt!

Hartelijke groet,

[redacted]
10.2G [redacted]
10.2G @fryslan.frl

provinsje fryslân
provincie fryslân
Tweebaksmarkt 52 (bezoekeradres)
Postbus 20120, 8900 HM Leeuwarden
10.2G / 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 >>

Persoonsgegevens en privacy
De provinsje Fryslân giet sêker mei jo persoonsgegevens om en hannelet neffens de Algemene verordening gegevensbescherming en de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Lês [hier](#) 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/servicecorner/>



PROVINSJIE Fryslân

PROVINCIE Fryslân











Date : 1-1-0001 0:00:00

To : "[REDACTED]@drenthe.nl

Subject : RE: Schriftelijke vragen TopDutch

Van: [REDACTED]

Verzonden: donderdag 3 januari 2019 14:00

Aan: Erik Bos <[REDACTED]@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 ook laten weten?

Hartelijke groet,

[REDACTED]

Date : 27-8-2019 21:47:00

From : "[REDACTED]@drenthe.nl

To : "[REDACTED]@drenthe.nl, "Henk Brink" [REDACTED]@drenthe.nl

Cc : "Erik Bos" [REDACTED]@drenthe.nl

Subject : Topdutch sessie

Input inleiding Henk voor morgen:

- Topdutch ontstaan door de campagne Tesla: Hier was veel energie, het fun-gehalte was hoog maar de inhoud ontbrak (schieten met hagel)
- Topdutch na de aanbesteding: I.p.v. veel lawaai, groene zonnebrillen is de vertaalslag gemaakt naar een inhoudelijke campagne (specifiek per land, per regio, de juiste beslissers selecteren)
- Inhoudelijke campagne op basis van noordelijke sectoren. Volgorde van campagne:
 1. Propositions
 2. Keystories
 3. Internationale campagne

- 7 sectoren:

1. Groene chemie
2. Watertechnology
3. Agrifood
4. Digitale innovatie
5. Health & Life Sciences (Drenthe)
6. Energie
7. Logistiek (Drenthe)

- Initio neemt jullie vandaag mee door het proces van de topdutch campagnes

- De campagne is momenteel nog in volle gang. Over de resultaten, de leads en partijen die zich hebben gemeld bij de NOM kan ik momenteel niet veel zeggen. Dit zal het proces van acquisitie niet ten goede komen. Ik begrijp dat dit lastig is. Wel kan ik zeggen dat de NOM momenteel de handen vol heeft aan de binnenkomende leads naar aanleiding van de Topdutch campagne. De NOM heeft aangegeven de afgelopen 20 jaar nog nooit zoveel leads binnen gekregen. Leads van kwalitatief zeer hoog niveau.

De Topdutch campagne is nog in volle gang. Het perspectief op basis van de recente ontwikkelingen zijn zeer hoopvol.

Tot morgen.

[REDACTED]

Verstuurd vanaf mijn iPad

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]

Internationaal Ondernemen & Exportbevordering
Coördinatie Grensoverschrijdend Ondernemen Duitsland
Coördinatie projectontwikkeling INTERREG A

provincie Drenthe



Postbus 122
9400 AC Assen

10.2G

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.

10.2g

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**.

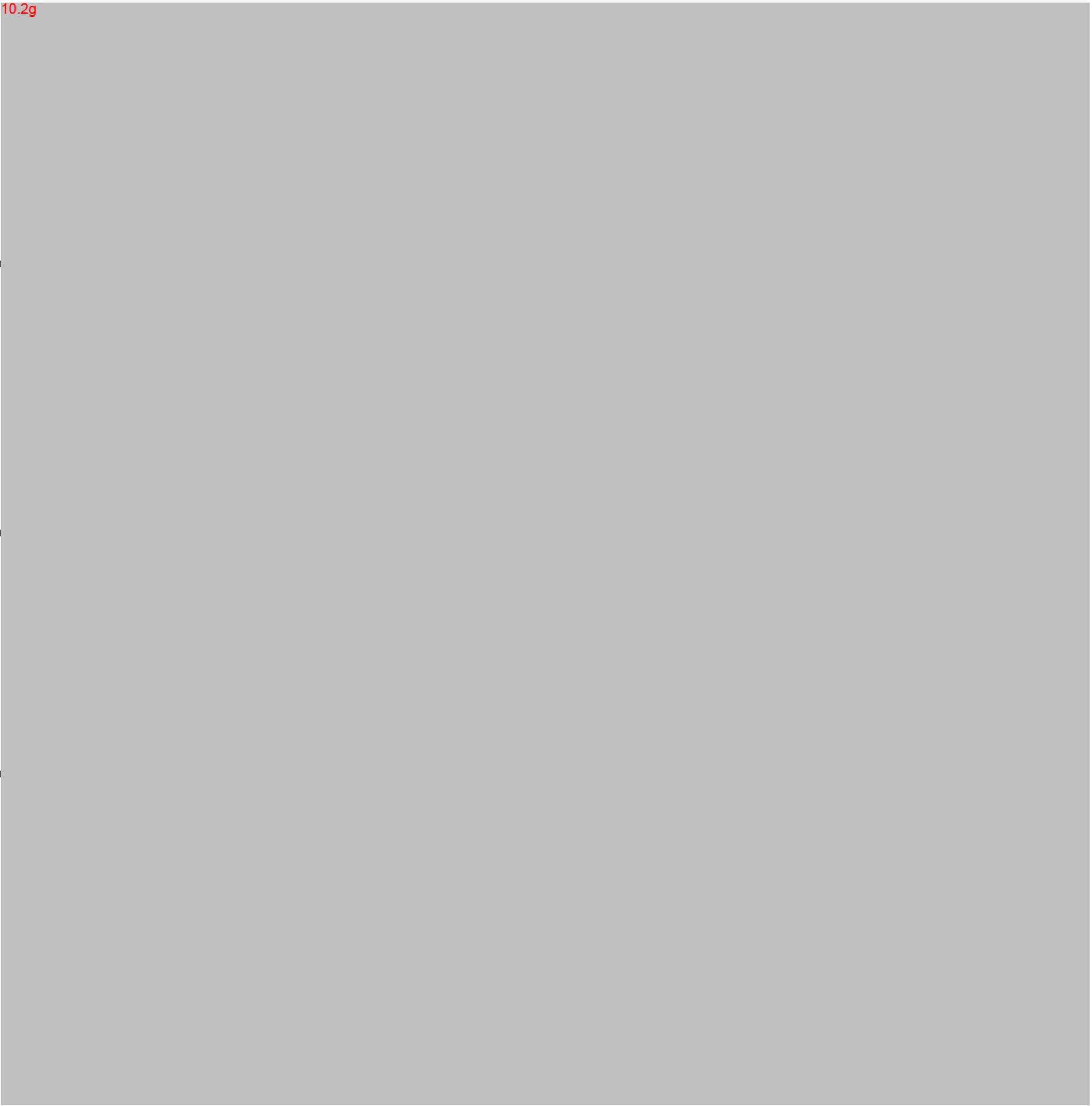
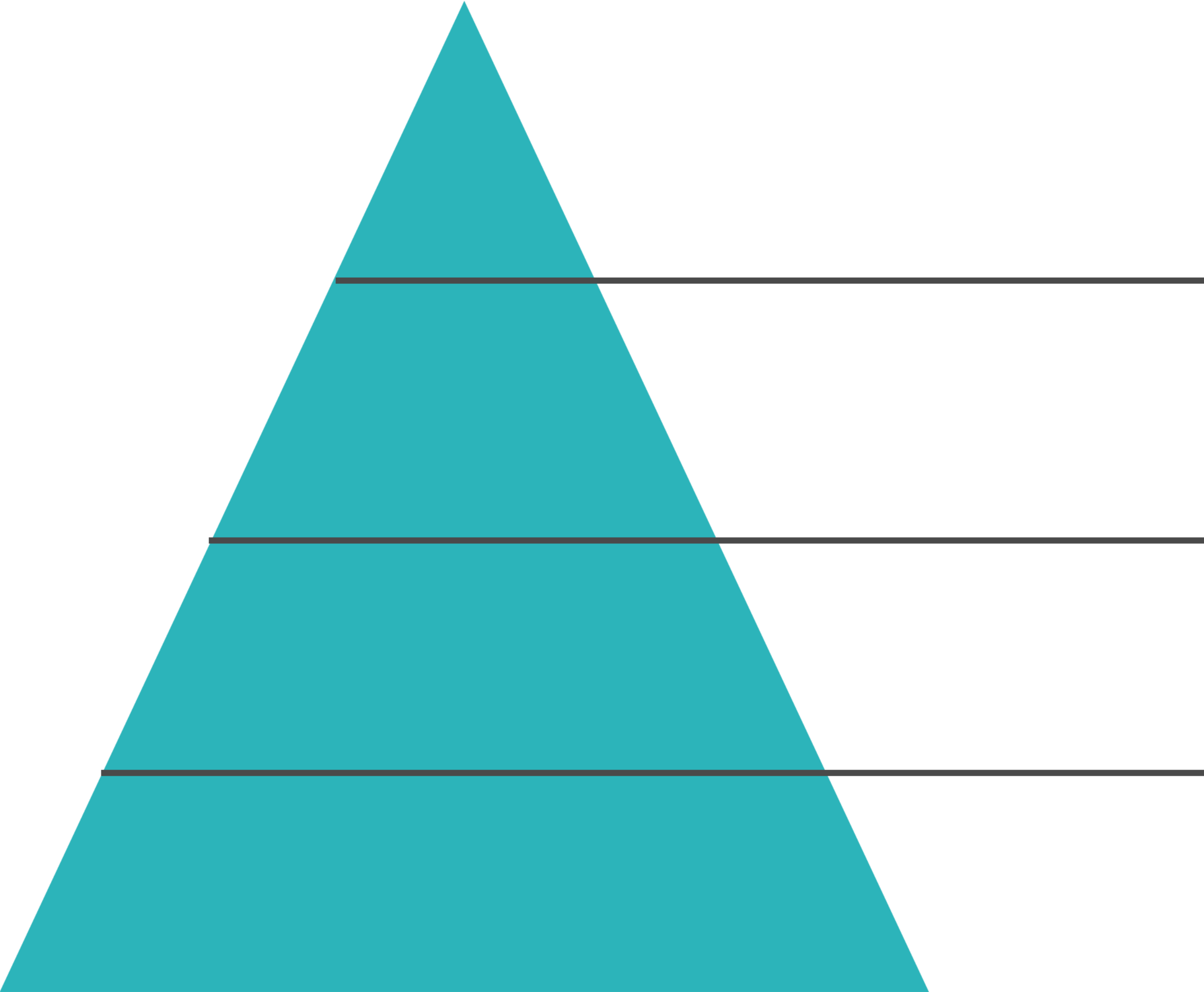
TopDutch Solutions for Global Challenges

MERK = TOPDUTCH

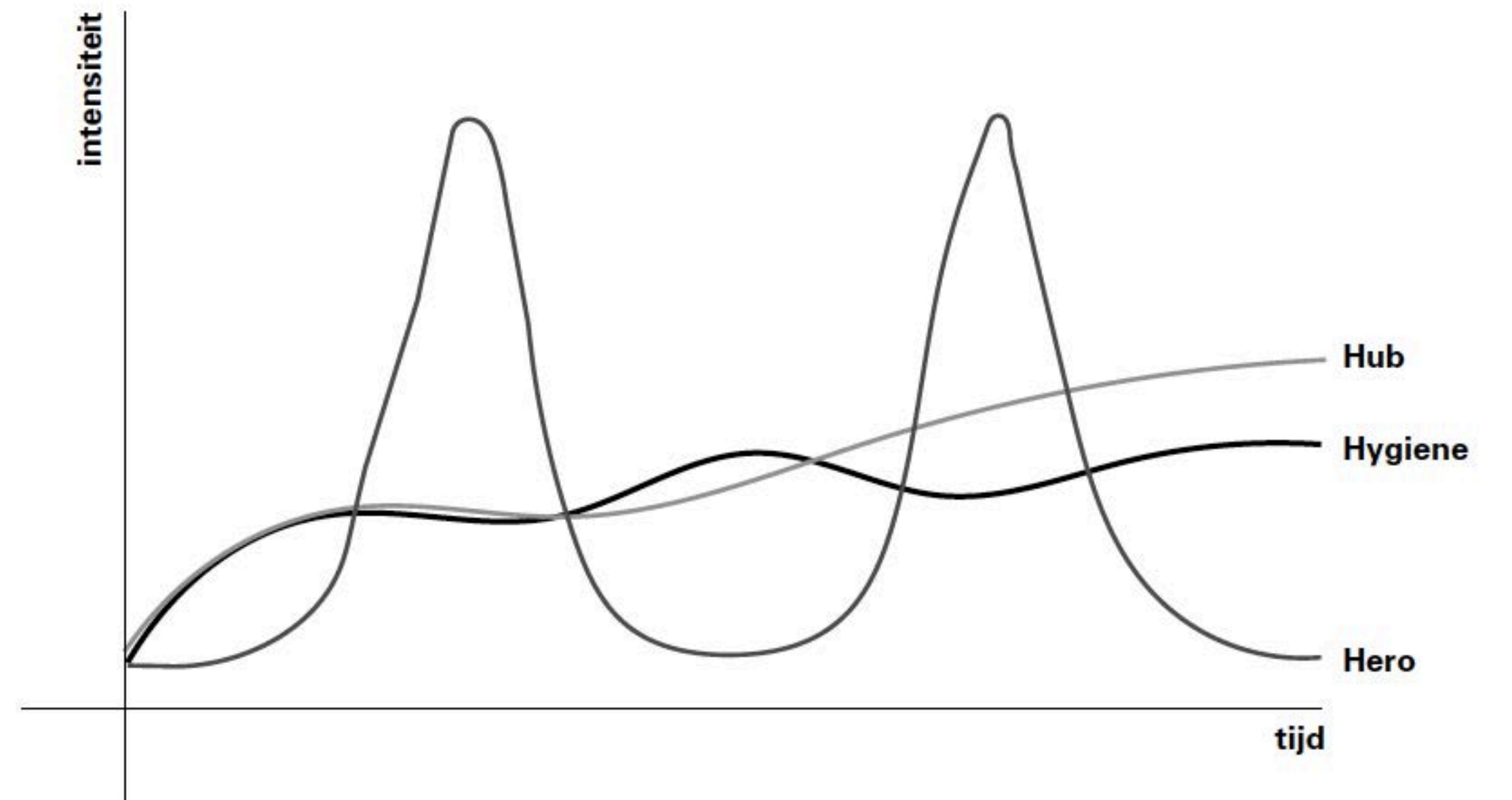
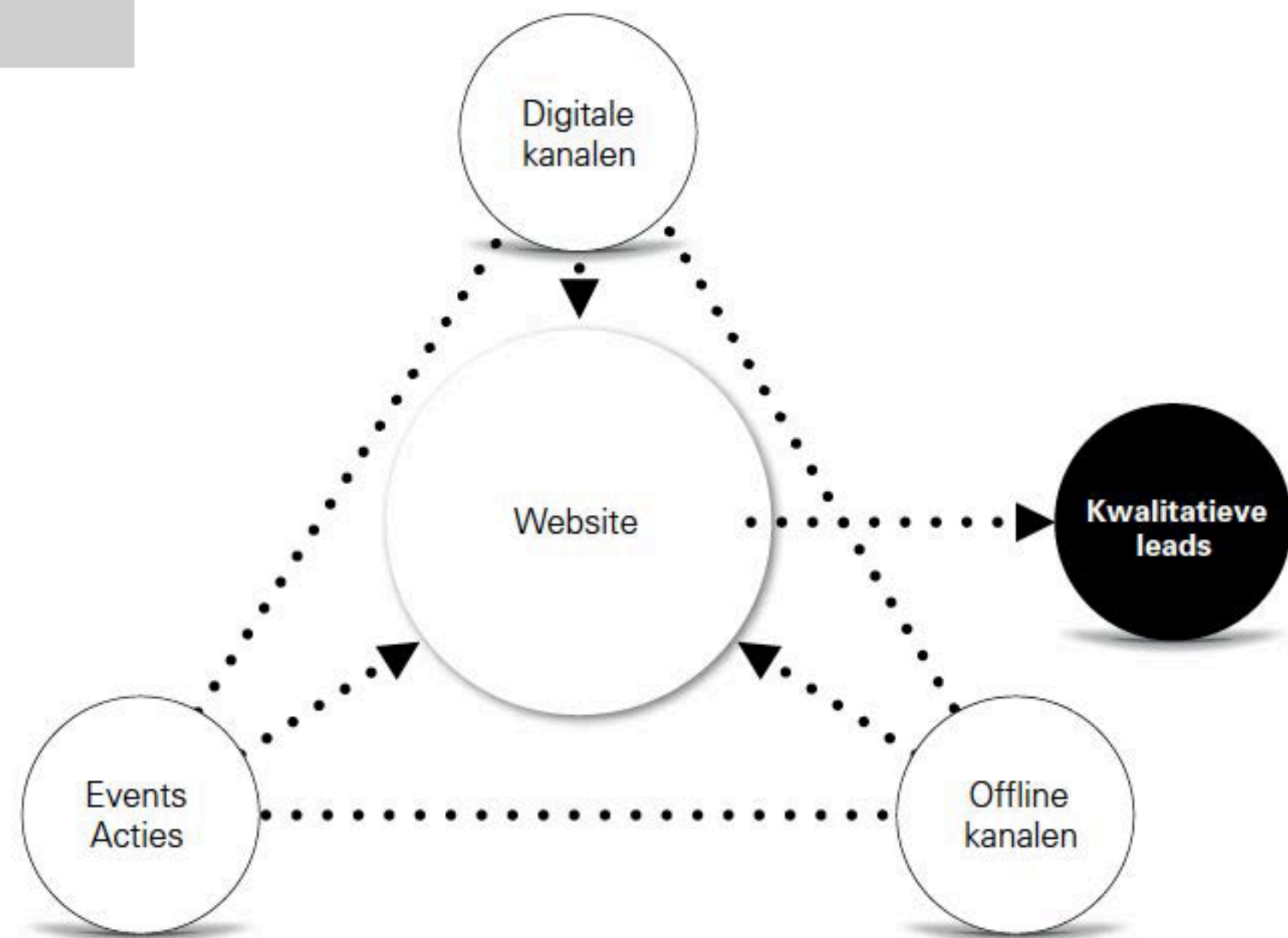
10.2.G



CAMPAGNE-STRATEGIE = HERO-HUB-HYGIENE



CAMPAGNE-STRATEGIE = HERO-HUB-HYGIENE



BUDGETTERINGSVOORSTEL



2. FINANCIËN

BUDGETVERDELING

2-JARIG CAMPAGNEBUDGET
1.200K

1. ORGANISATIE DEDICATED TEAM
296K

2. BASISMIDDELEN
304K

3. KEY CAMPAGNES
474K

4. ENDORSEMENT
75K

5. IEDEREEN IS TOPDUTCH
51K

- 50k/jr
- 75k/jr
- 50k
- 25k
- 35k
- 40k
- 40k
- 119k
- 35k
- 89k
- 28k
- 101k
- 132,5k
- 25k
- 25k
- 25k
- 50k
- 30k
- 45k
- 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 campaigns

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Chemie campagne totaal	79.000,-	86.900,-	(7.900,-)
Key campaigns	358.500,-	336.500,-	22.000,-
<i>Proposities/themapagina's (7 thema's)</i>		28.000,-	
<i>Key stories (6 thema's; 22 stuks)</i>		101.000,-	
1. Invest in TopDutch campagne			
• Campagne		42.500,-	
• Mediakosten		90.000,-	
2. Agri/Food campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		12.500,-	
3. Life Sciences & Health campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		12.500,-	
4. WaterTech campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		12.500,-	
Social listening & beheer	50.000,-	50.000,-	
Subtotaal	487.500,-	473.400,-	14.100,-

FINANCIËN

Key campaigns

	Gebudgetteerd	Totale kosten	Verschil
Chemie campagne totaal	79.000,-	86.900,-	(7.900,-)
Key campaigns	358.500,-	336.500,-	22.000,-
<i>Proposities/themapagina's (7 thema's)</i>		28.000,-	
<i>Key stories (6 thema's; 22 stuks)</i>		101.000,-	
1. Invest in TopDutch campagne			
• Campagne		42.500,-	
• Mediakosten		90.000,-	
2. Agri/Food campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		12.500,-	
3. Life Sciences & Health campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		12.500,-	
4. WaterTech campagne			
• Campagne		12.500,-	
• Mediakosten		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**

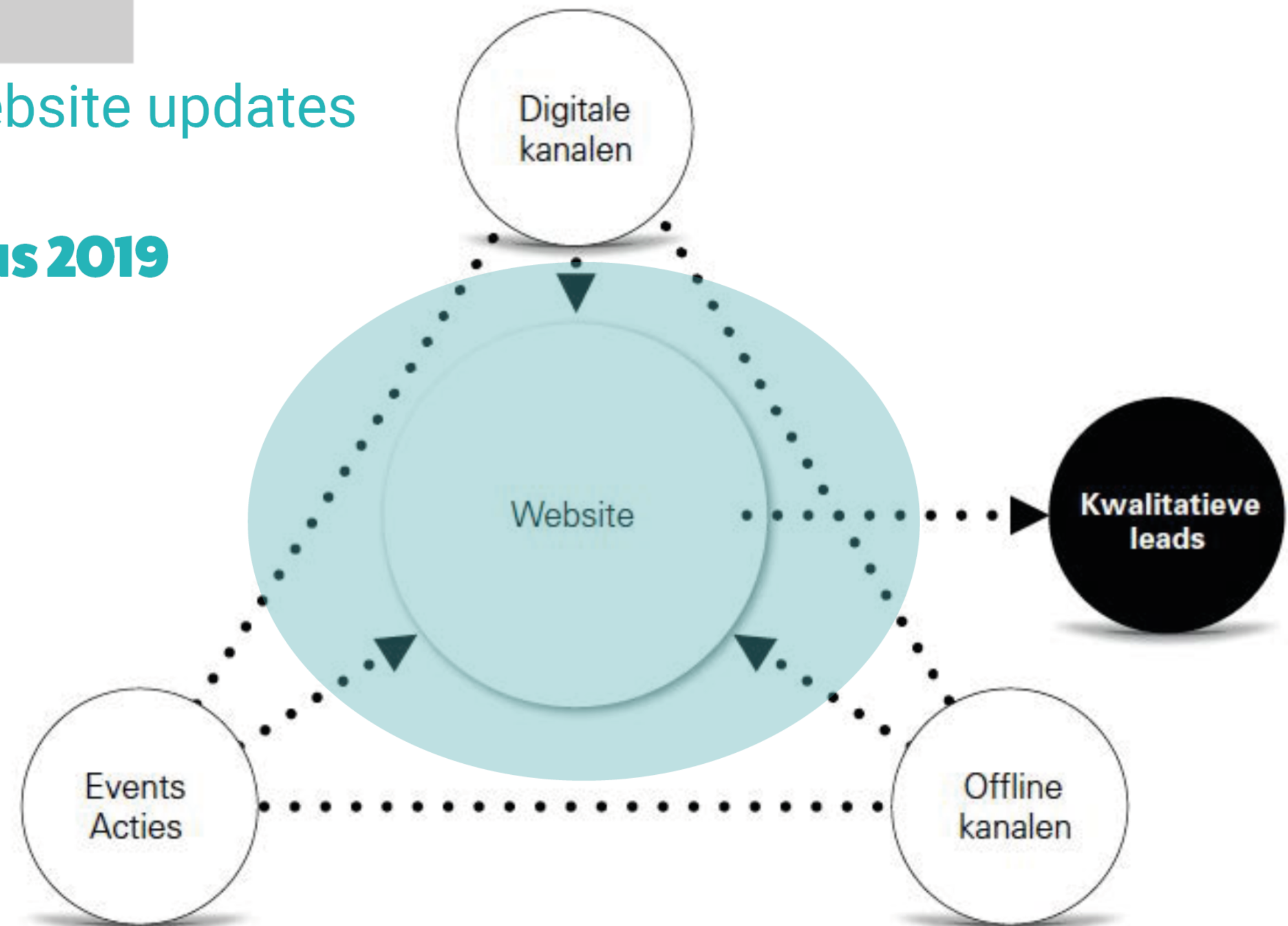
WEBSITE »» PLATFORM

Juli 2018: TopDutch website

November 2018 - mei 2019: TopDutch website updates

»» **NEW: TopDutch platform: juli / augustus 2019**

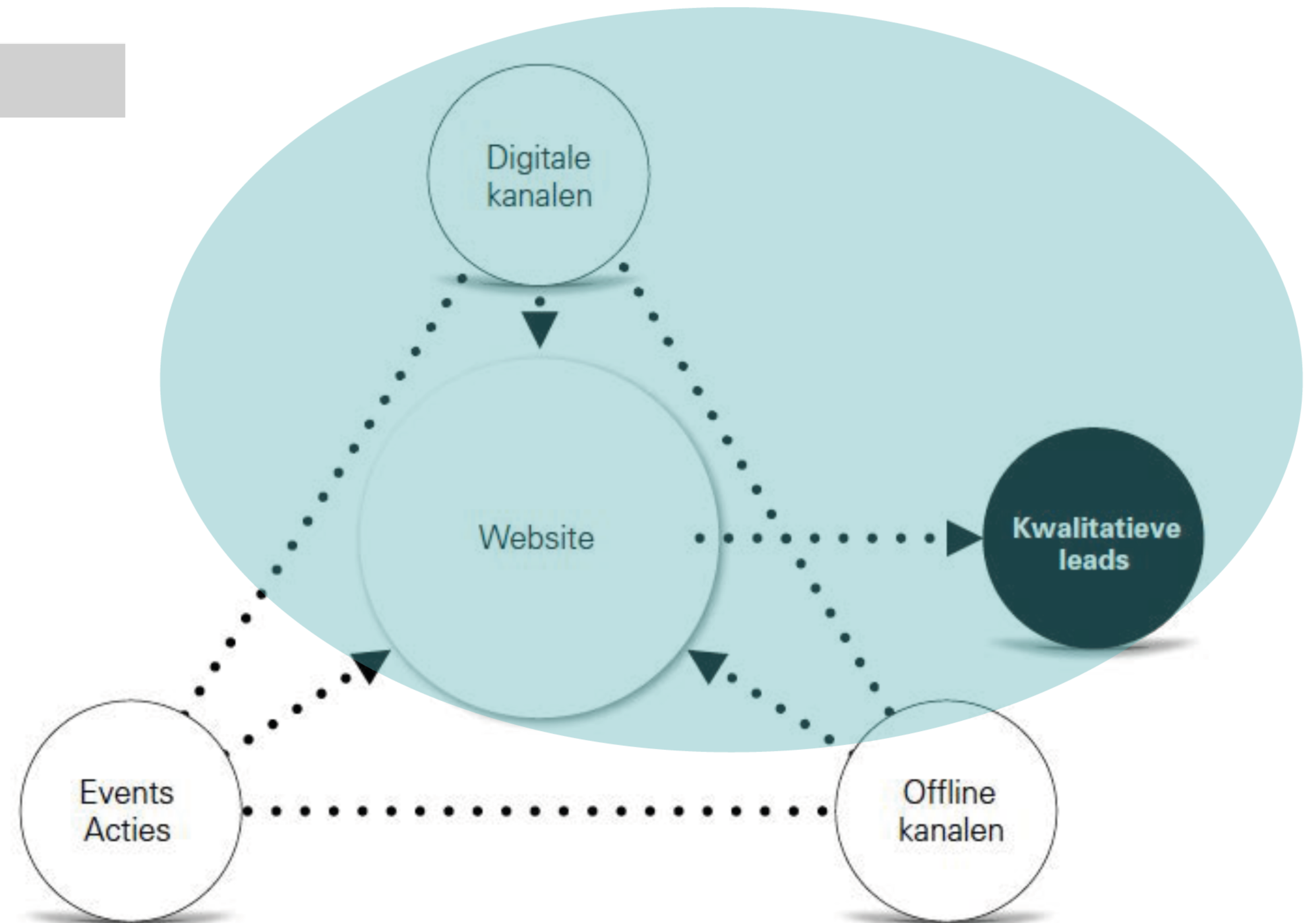
- Hygiene content
 - Why invest in TopDutch
 - Propositions thema's
- Hub content
 - Key stories
 - Informatie voor internationals
 - Informatie over talent & kennis
 - Informatie over lifestyle
- Hero content
 - Campagne-materiaal



INFRASTRUCTUUR » MARKETING-SALES FUNNEL

November - januari 2018: ^{10.2g} 

Februari - heden: [Nieuwsbrieven](#)



»» KEY CAMPAGNES

INHOUDELIJKE STURING »» CAMPAGNES

Sectoren	Proposities - basis	Proposities - online	Acquisitiestrategie		Verhaallijnen	Stories	Campagnes
Green Chemistry	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Klaar	Klaar	Klaar
Agrifood	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Aanscherpen	Aanscherpen	In ontwikkeling
Digital innovation	In ontwikkeling	In ontwikkeling	In ontwikkeling		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling
Logistics	Aanscherpen	In ontwikkeling	Aanscherpen		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling
Life Sciences & Health	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Aanscherpen	Aanscherpen	In ontwikkeling
Watertech	Klaar	Aanscherpen	Klaar		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling
Energy	In ontwikkeling	In ontwikkeling	In ontwikkeling		Aanscherpen	In ontwikkeling	In ontwikkeling



INHOUD THEMA'S » ONLINE PROPOSITIES

Wacht op **laatste input** sector-specialisten NOM.
Eind juli klaar (mogelijk excl. energie & logistiek)

INHOUD CAMPAGNES » KEY STORIES

10.2.G

INVEST IN TOPDUTCH CAMPAGNE



Campagne follow-up:
Doorlopend

AGRI / FOOD CAMPAGNE

10.2.G



10.2.G



Campagne follow-up:
Doorlopend

WATERTECH CAMPAGNE

10.2.G



Campagne follow-up:
Doorlopend

LIFE SCIENCE & HEALTH CAMPAGNE

10.2.G

10.2.G

Overall campagne-plan:

September

Campagne materiaal-ontwikkeling,

Campagne journey-ontwikkeling &

Campagne/media-inrichting:

Oktober/november

Campagne follow-up:

Doorlopend

»» OFFLINE ACTIVITEITEN

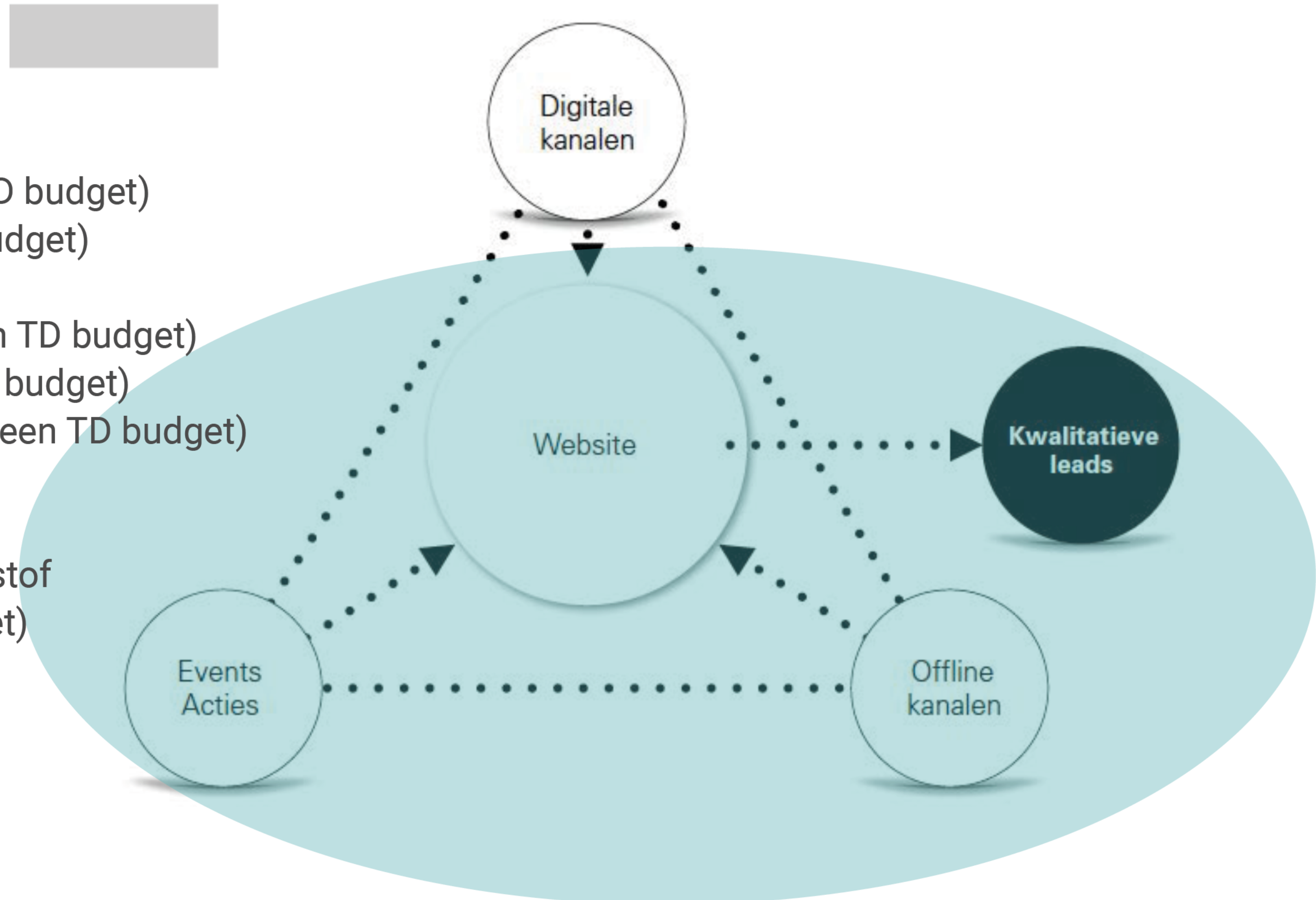
OFFLINE ACTIVITEITEN

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)

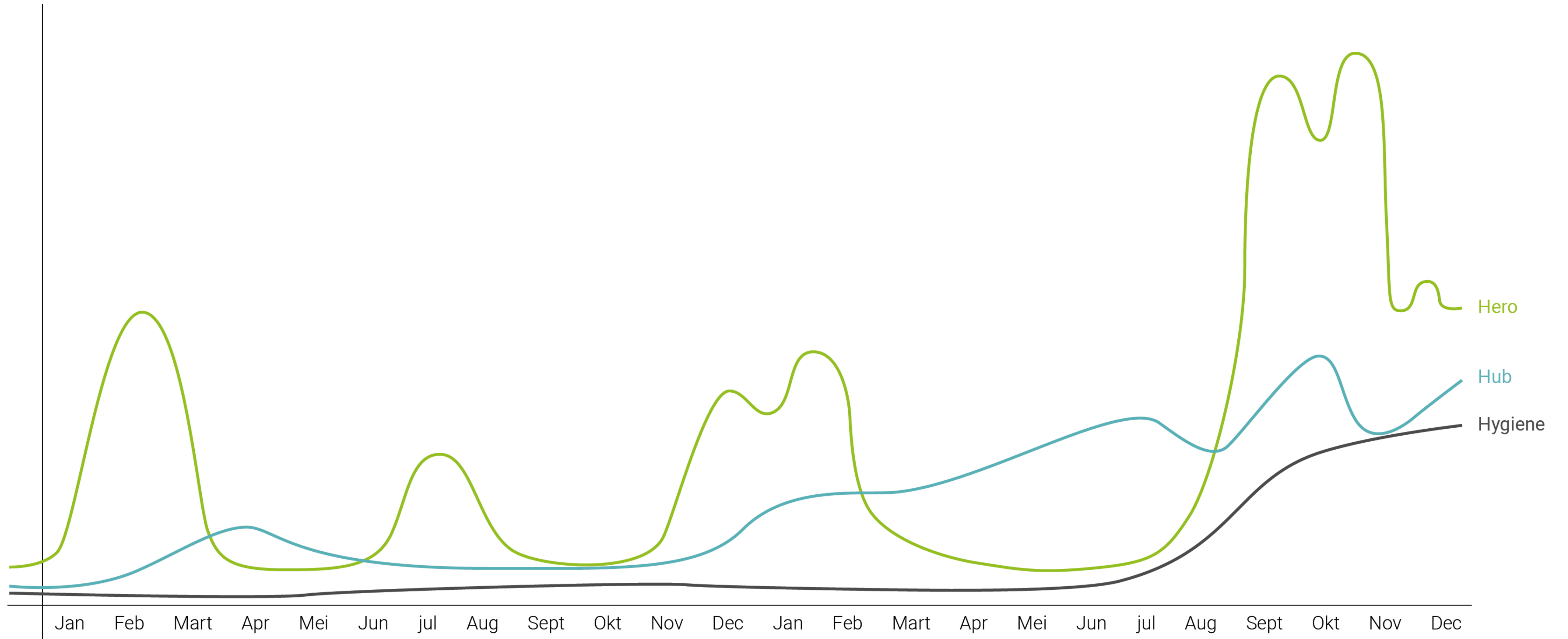
2. Offline

- Key stories groene waterstof
- Bidbooks (geen TD budget)



4. PLANNING

CAMPAGNE PLANNING



5. VRAGEN

TOPDUTCH

A good place to be great

provincie **D**renthe

IK BEN

OP DE WEG

OP DE WEG NAAR DE WEG

