

### 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** [redacted] Grip en aandacht vragen voor de aansluiting Drenthe op deze verhaallijnen, 'opeisen'
3. **Actie** [redacted] is op de hoogte van de verhaallijnen, Chemport Europe is aangehaakt, samen met [redacted] 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** [redacted] [redacted] [redacted] **NOM en werkgroep Topdutch: december nog een afspraak maken om voortgang en planning te bespreken**
6. **Actie** [redacted] **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 + [redacted] (NOM)


### Overige acties:

[redacted] 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.

## Agendapunt voor de vergadering van Gedeputeerde Staten van Drenthe

Voor beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde

<b>Algemene gegevens</b>		<b>Teammanager</b>
Opsteller	_____ tst. _____	Erik Bos
Team	Economie	
Datum	donderdag 10 januari 2019	<i>Paraaf</i>
Uiterste behandeldatum in GS: 29 januari 2019 Toelichting: Antwoord moet uiterlijk op vrijdag 1 februari 2019 worden verzonden.		<i>Bespreken:</i>
<b>Verwijzing naar speerpunt collegeakkoord/programma begroting</b>		<b>Akkoord portefeuillehouder</b>
2. Economisch Drenthe / 2. Regionale economie		Henk Brink
<b>Intern voorbereid met</b> 		<b>Akkoord provinciesecretaris</b>
1.	_____, BC	Wim Brenkman
2.	_____, S&I	
3.	_____, FIN	
<b>Archivering</b>		<b>Communicatie</b>
Datum:	Registratienummer:	<i>Openbaar:</i>
	nr.	Ja, later. Openbaar vanaf ontvangst brief door vragensteller.
	nr.	<i>Persbericht:</i> Nee
	nr.	<i>Bekendmaking:</i> 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 [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 ~~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 ██████████ 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 gegeneerde 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. Profileren 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, regio-marketing 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)
<b>Algemeen</b>			
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	
<b>Social targeting</b>			
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)

<b>Algemeen</b>	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
<b>Social targeting</b>	
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.

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 [REDACTED] 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 gegeneerde 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?

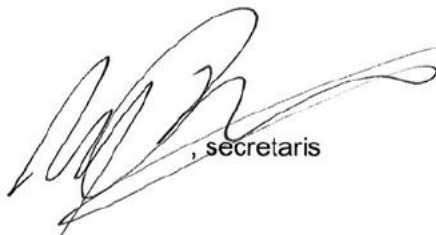
#### Antwoord 4

*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)
<b>Algemeen</b>			
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	
<b>Social targeting</b>			
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 voice-mails 34 ingevulde formulieren

**Beurs Philadelphia: social ondersteuning op twitter (in 3 dagen)**

<b>Algemeen</b>	
Eye-balls	268.139
Unieke website bezoekers	870
<b>Social targeting</b>	
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.

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] (NOM), [redacted] (Greenlinks) [redacted] (Avebe) [redacted] (LTO Noord)

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] [redacted]

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, input of wat dan ook, laat het mij vooral weten. Volgende week zit ik weer met de mensen van Topdutch, dan neem ik dit mee.

## Financieel overzicht

Datum:	18 februari 2019
Totaal TopDutch budget:	1.200.000,00
Gefactureerd:	595.039,58
Resterend budget:	604.000,00

	Gezamenlijke vastgestelde begroting	Gefactureerd t/m 18 februari 2019	Resterend budget
<b>Basismiddelen</b>			
Positionering	25.000,00	25.440,00	(440,00)
Branddesign, logo, kit	35.000,00	35.095,00	(95,00)
Concept-ontwikkeling	40.000,00	40.000,00	
Overall campagne-ontwikkeling	40.000,00	38.122,00	1.878,00
Website	110.000,00	56.090,00	53.910,00
Tech infra	35.000,00	34.959,50	404,50
<i>Subtotaal</i>	<i>285.000,00</i>	<i>229.342,50</i>	<i>55.657,50</i>
<b>Key Campagnes</b>			
6 - 8 thema campagnes	437.500,00	86.900,00	350.600,00
Social listening	50.000,00	7.560,00	42.440,00
<i>Subtotaal</i>	<i>487.500,00</i>	<i>94.460,00</i>	<i>393.040,00</i>
<b>Endorsements</b>			
<i>Subtotaal</i>	<i>80.000,00</i>	<i>30.620,79</i>	<i>49.379,21</i>
<b>We Are Top Dutch</b>			
<i>Subtotaal</i>	<i>55.000,00</i>	<i>32.517,52</i>	<i>22.482,48</i>
<b>Dedicated team</b>			
<i>Subtotaal</i>	<i>292.500,00</i>	<i>208.098,77</i>	<i>84.401,23</i>
<b>Totaal</b>	<b>1.200.000,00</b>	<b>595.039,58</b>	<b>604.960,42</b>

# Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie (FCBE) 27 februari 2019 14:00 uur

## Vraag 1:

In het Statenstuk 207-806 is vermeld onder het kopje Monitoring en Evaluatie dat tijdens de campagne effectmetingen uitgevoerd zullen worden en dat de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. U stelt in uw beantwoording op de vragen van GroenLinks dat dit verband met vertrouwelijkheid niet kan worden gecommuniceerd. Op welke wijze wilt u ons dan op de hoogte houden van de effecten?

## Antwoord:

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. Wat we wel kunnen doen is de geselecteerde targets per campagne transparanter maken. Meer inzicht bieden in het campagne proces, van online targets tot daadwerkelijke interesse in Topdutch. Zoals eerder afgesproken presenteren wij graag aan Provinciale Staten het online campagne proces om te komen tot leads.

## Vraag 2:

Hoeveel geld van het beschikbare budget is inmiddels besteed?

## Antwoord:

### Financieel overzicht

Datum:	18 februari 2019
Totaal TopDutch budget:	1.200.000,00
Gefactureerd:	595.039,58
Resterend budget:	604.000,00

	Gezamenlijke vastgestelde begroting	Gefactureerd t/m 18 februari 2019	Resterend budget
<b>Basismiddelen</b>			
Positionering	25.000,00	25.440,00	(440,00)
Branddesign, logo, kit	35.000,00	35.095,00	(95,00)
Concept-ontwikkeling	40.000,00	40.000,00	
Overall campagne-ontwikkeling	40.000,00	38.122,00	1.878,00
Website	110.000,00	56.090,00	53.910,00
Tech infra	35.000,00	34.959,50	404,50
<i>Subtotaal</i>	<i>285.000,00</i>	<i>229.342,50</i>	<i>55.657,50</i>
<b>Key Campaignes</b>			
6 - 8 thema campagnes	437.500,00	86.900,00	350.600,00
Social listening	50.000,00	7.560,00	42.440,00
<i>Subtotaal</i>	<i>487.500,00</i>	<i>94.460,00</i>	<i>393.040,00</i>
<b>Endorsements</b>			
<i>Subtotaal</i>	<i>80.000,00</i>	<i>30.620,79</i>	<i>49.379,21</i>
<b>We Are Top Dutch</b>			
<i>Subtotaal</i>	<i>55.000,00</i>	<i>32.517,52</i>	<i>22.482,48</i>
<b>Dedicated team</b>			
<i>Subtotaal</i>	<i>292.500,00</i>	<i>208.098,77</i>	<i>84.401,23</i>
<b>Totaal</b>	<b>1.200.000,00</b>	<b>595.039,58</b>	<b>604.960,42</b>

Financieel verschil tussen 'update Statencommissie Fryslân' december 2018 en update Statencommissie Drenthe februari 2019: € 13.700,--

<b>Memo POHO Economie</b>		<i>provincie Drenthe</i>
Gedeputeerde	Henk Brink	
Afschrift	Erik Bos, [REDACTED]	
Datum	7-3-2019	
Poho datum	11-3-2019	
Opsteller	[REDACTED]	
Afgestemd met	[REDACTED] provincies Groningen en Fryslan	
Onderwerp	Topdutch propositie logistiek	
Doel memo	<input type="checkbox"/> Ter discussie <input checked="" type="checkbox"/> Ter informatie	
Bijlage	Concept propositie logistiek Topdutch	
Naar GS	nee	

### Advies/Vraag

Middels deze memo informeer ik je over de voortgang van de propositie 'logistiek', onderdeel van de Topdutch campagne.

Opracht via inbesteding naar de NOM, VNO-NCW in de lead.

### Inleiding

Juni 2018 is er een uitvraag gedaan richting de NOM voor het ontwikkelen van een propositie Topdutch logistiek. Kort samengevat is het volgende gevraagd: kom met een voorstel om Noord-Nederland nationaal en internationaal nadrukkelijk op de kaart te zetten als logistieke regio met veel mogelijkheden en kansen voor bedrijven.

Naast de uitvraag voor het ontwikkelen van een propositie is er tevens in de uitvraag het volgende meegenomen: realiseer voor 2020 6 succesvolle logistieke projecten in Noord-Nederland.

In deze memo informeer ik je over de concept propositie die geschreven is door VNO-NCW, NOM en in samenwerking met relevante stakeholders in de logistieke sector.

### Propositie Topdutch logistiek

Op woensdag 6 maart is de concept propositie logistiek gepresenteerd. Deze propositie voorziet in grote lijnen in:

- Een breed gedragen onderbouwde én onderscheidende noordelijke Logistieke propositie die als input dient voor de logistieke campagne TopDutch
- Op de kaart zetten van logistieke hotspots in Noord-Nederland binnen Nederland, maar vooral ook buiten Nederland (Noord-Nederland logistiek is momenteel een blinde vlek in Nederland/ de wereld)
- Inspelen op verschuiving logistieke partijen steeds meer vanuit overvolle regio's naar het noorden via Zwolle naar het noorden.
- Specifieke aandacht voor logistiek gerelateerd aan sectoren zoals vergroening en digitalisering.
- De noordelijke logistieke ondernemers hebben een rol in de diverse projectgroepen, voor Drenthe bijvoorbeeld vanuit BADEC, Port of Zwolle, of vanuit GAE, Voor Fryslân bijvoorbeeld Fritom Logistic Solutions.
- Er is een stuurgroep samengesteld o.l.v. een onafhankelijke voorzitter uit ondernemerskringen. Een van de leden is bijvoorbeeld [REDACTED] ([REDACTED] Graaco Coevorden). De stuurgroep bewaakt en stuurt de doelstellingen en uitvoering van het gehele project en van de onderliggende individuele projecten.
- Vanuit Drenthe is er rekening gehouden met de Dutch Tech Zone logistieke topsector, Port of Zwolle, Dryport, Newways en GAE en de infrastructuur A-snelwegen A28 & A37.

**Vervolgstappen (aanpak/uitvoering)**

De concept propositie logistiek ligt er. Middels deze memo wil ik graag input van jou ontvangen over deze propositie. De noordelijke bestuurders worden gevraagd input te leveren om de concept propositie richting een definitief stuk te schrijven.

Nadat de propositie akkoord is, wordt er een acquisitiestrategie ontwikkeld. Hierbij worden de doelgroepen bepaald en diverse onderdelen van logistiek. Op basis van de propositie en de acquisitiestrategie worden de verhaallijnen ontwikkeld.

In samenwerking met VNO-NCW en NOM is in de opdrachtverstrekking logistieke propositie afgesproken dat er voor 2020 6 succesvolle logistieke projecten in Noord-Nederland worden gerealiseerd. De propositie en de acquisitiestrategie zijn onderdeel van de te ontwikkelen projecten in Noord-Nederland.

Voorbeelden van succesvolle projecten waaraan gewerkt wordt de aankomende tijd zijn bijvoorbeeld: verladingsplatformen, E-commerce bedrijven, stedelijke logistiek, spoorvervoer, waterwegen en arbeidsmarkt. Om tot succesvolle projecten te komen in Noord-Nederland zijn er voor elk te realiseren project werkgroepen samengesteld.

# 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.**

# 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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 better 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

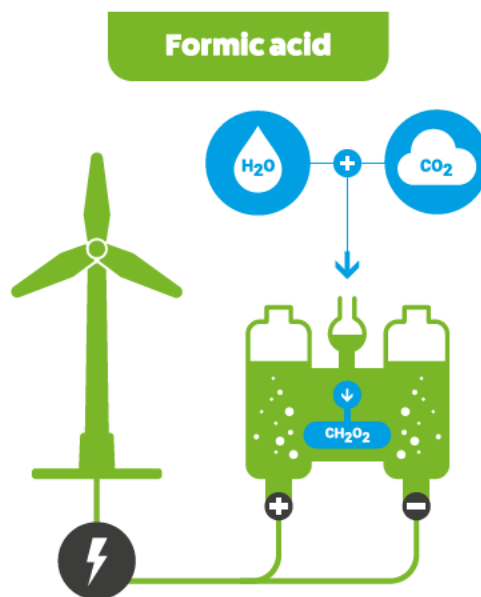
# From greenhouse gases to industrial resource

### **THE CHALLENGE: CO<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> reduction of 80 percent by 2050 compared to 1990.

## THE AMBITION: DEVELOP THE FIRST CO<sub>2</sub>-NEGATIVE CHEMICAL CLUSTER

That's why Chemport Europe aims to become the world's first CO<sub>2</sub> negative production location by 2050. But how? The technology to turn CO<sub>2</sub> 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<sub>2</sub>, says Gert-Jan Gruter, endowed professor of Industrial Sustainable Chemistry at the University of Amsterdam. 'The molecule CO<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub>: RAW MATERIAL FOR POLYMERS AND POLYESTERS

Avantium is currently researching the best and most efficient technology for transforming CO<sub>2</sub>. 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<sub>2</sub> into formic acid using a catalyst and electricity. This liquid is subsequently reconnected to CO<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub>. '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<sub>2</sub>: 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<sub>2</sub> 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.'

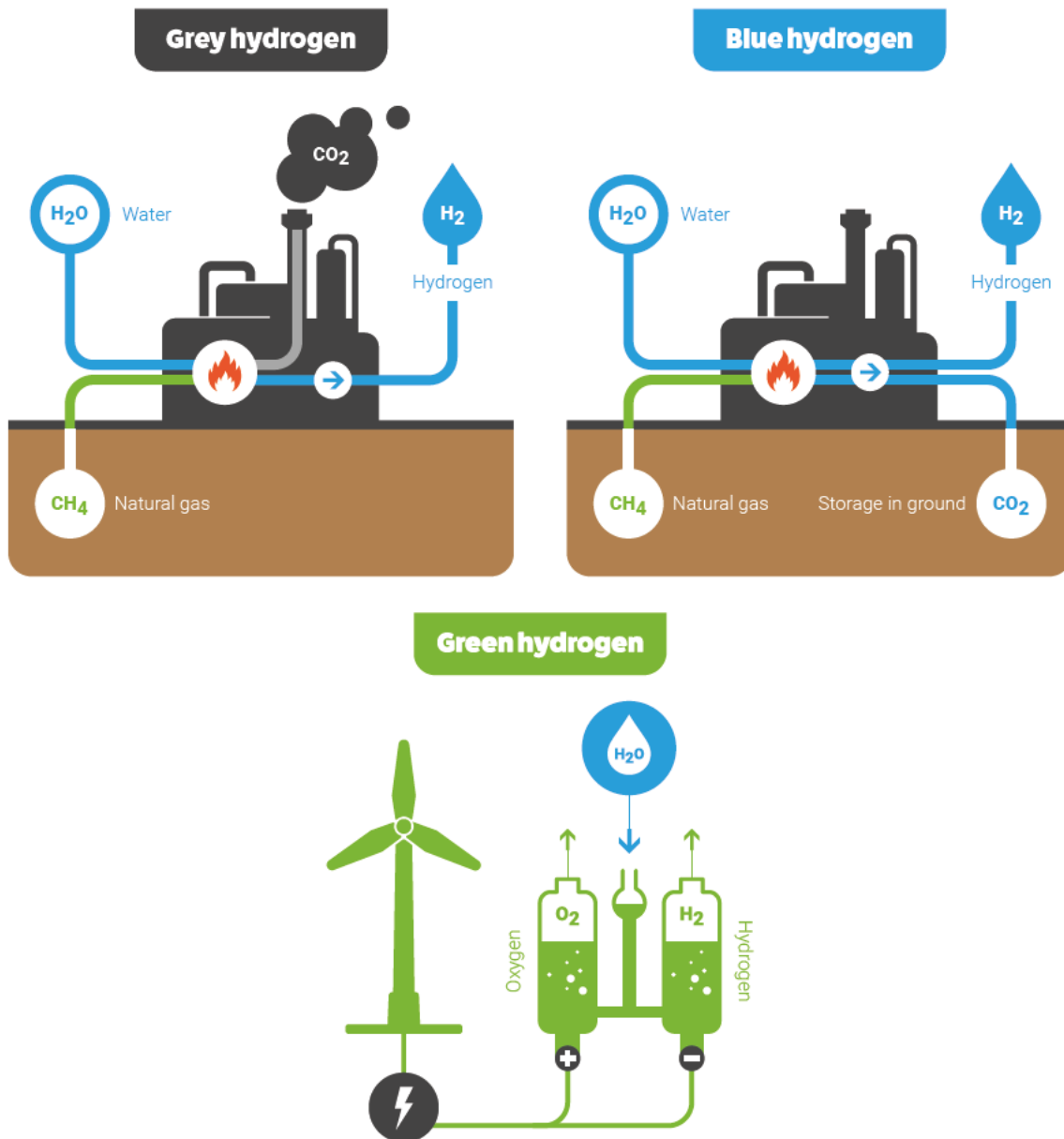
## **CO<sub>2</sub>: RAW MATERIAL FOR COSMETICS**

At Chemport Europe, the young scale-up Photanol is also innovating with CO<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub>. 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<sub>2</sub> 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<sub>2</sub> 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**

# 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.**

# 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

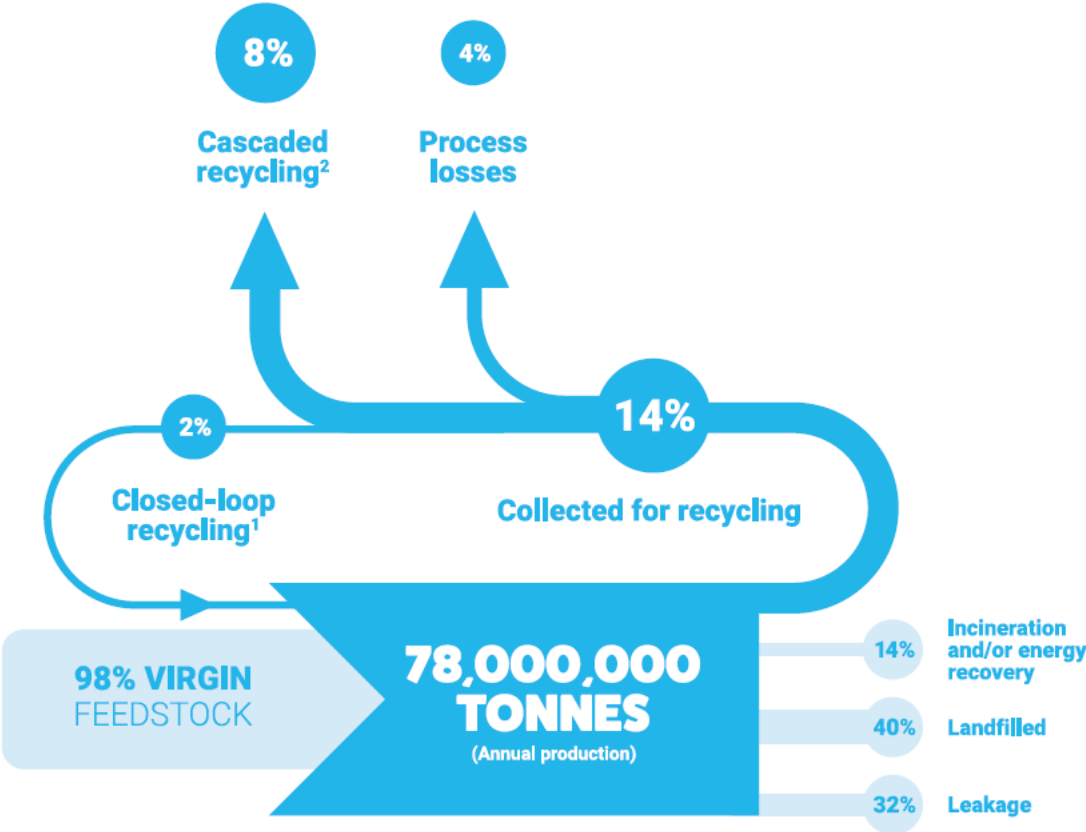
But what is plastic and why is it so harmful? To answer that question, we start with a chemistry lesson. Plastic consists of polymers. These are large molecules made up of a series of small molecules: the monomers. Polymers are produced by chemical - or non-natural - processes. Polymers are often complex 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<sub>2</sub>-emissions. Each year, the production and incineration of plastics emits around 400 million tonnes of CO<sub>2</sub> worldwide.

## Today's plastics economy



<sup>1</sup> Recycling of plastics into the same or similar-quality application  
<sup>2</sup> Recycling of plastics into other or lower-value applications

Source: Ellen MacArthur Foundation

## CLOSING THE PLASTICS LOOP

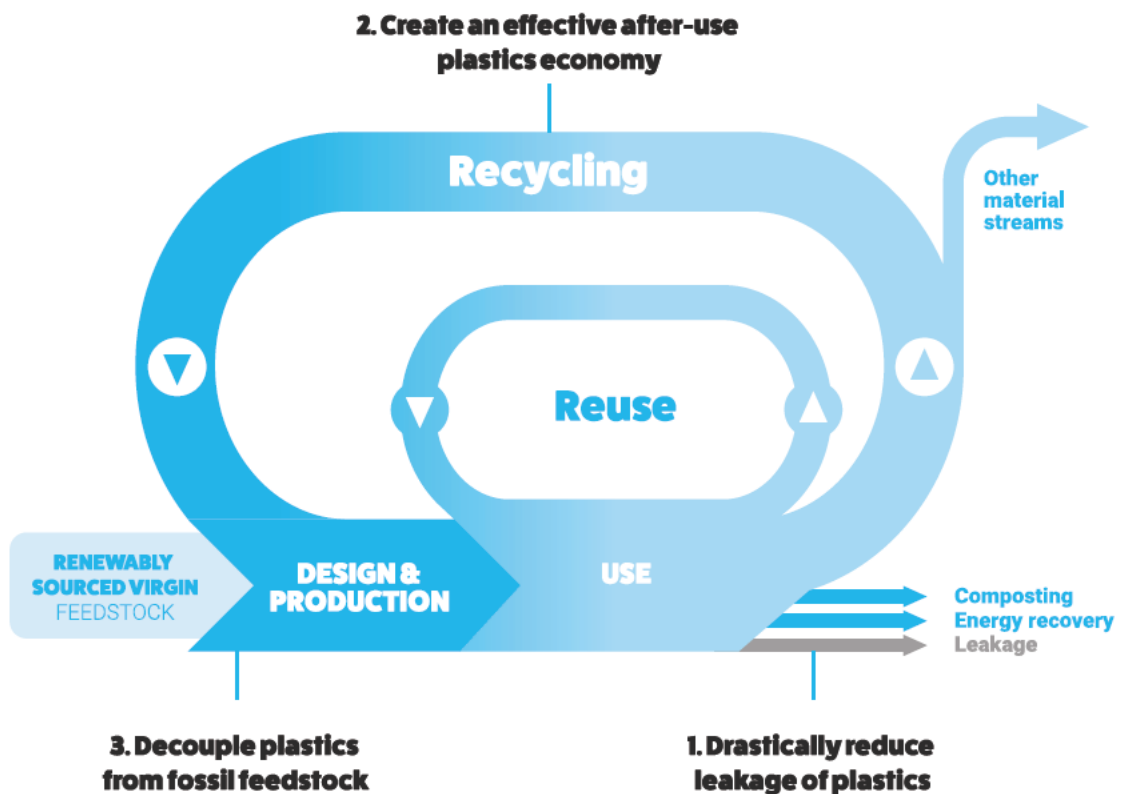
That has to stop. The huge impact of plastic pollution on our environment means that we have to change course. The good news is that we can create a future that will bring less 'plastic pain'. In 2017, the Ellen MacArthur Foundation presented the plan for a 'New Plastics Economy, Rethinking the future 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.

### The new plastics economy and its three ambitions



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.

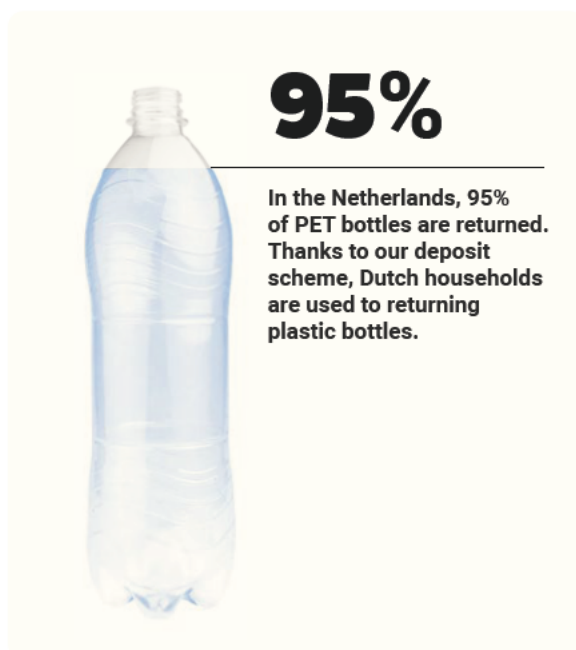
Time for an exploration. We outline the steps the TopDutch region has already taken towards a New Plastics Economy. Experts tell us about the innovations that have taken off, but also about the challenges that lie ahead.

# 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.



## 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<sub>2</sub>-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<sub>2</sub>-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 (polyvinyl 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, thermohardners 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<sub>2</sub> 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](mailto:bekkering@nom.nl)

**TOPDUTCH.COM**

**A good place to be great**

# TOPDUTCH

Twee-wekelijks kernteam voortgangsoverleg

Datum: Woensdag 3 juli 2019  
Tijd: 10.00 – 11.30  
Locatie: NOM

## NOTULEN

1. Agenda vaststellen
  - i. Sales-materiaal en planning in agenda ingevoegd bij punt 3 en 4
2. Voortgang key stories
  - i. Agrofood/Dairy: 3 stories klaar eind juli (tekst); 2 stories klaar in augustus
  - ii. Life Sciences & Health: 3 stories klaar eind juli (tekst); 2 stories klaar in augustus/september
  - iii. Digitale innovatie: 3 verhaallijnen bekend; concretiseren en interviewlijst opstellen
  - iv. WaterTech: kick-off donderdag 4 juli; verhaallijnen concretiseren en interviewlijst opstellen
  - v. Logistiek: batterijpropositie geen verhaallijn, voorkeur focus op TopDutch als distributielocatie voor Europa. Digital Mobility Center meenemen in verhaal (contact: ██████████)
  - vi. Energie: propositie wordt verder ontwikkeld; nader in te vullen
  - vii. Planning oplevering/publicatie key stories concreet maken en delen met kernteam/bestuurders
3. Voorstel campagne-plan ter besluitvorming
  - i. Zie keynote presentatie
  - ii. Begroting/planning doornemen met ██████████ op dinsdag 9 juli (ter voorbereiding presentatie/vragen gedeputeerden)
  - iii. Targeting in grote lijnen ok
    - Meenemen: East Coast USA (New York/Boston), Frankrijk, Spanje, Scandinavische landen
    - Mogelijk niet/minder meenemen: Oost-Europa
  - iv. Opmerkingen:
    - TopDutch branding campagne: ivm ontbrekende/niet-complete propositie en/of acquisitiestrategie op thema's digitaal, logistiek en energie, een bredere campagne, flexibeler over verschillende doelgroepen heen. Dit betekent niet dat de campagne algemeen wordt; wel anders insteek. Targeting en campagne-plan nader in te richten met online growth-partner Harvest Digital. Gerichte interesse opwekken, benadrukken kansen/mogelijkheden voor bedrijven.
    - NFIA activatie campagne: aanbieden proposities en sales-materiaal, gericht aansluiten van international offices. Ook mogelijk andere advieskantoren (contacten) hiermee te

activeren; lijst namen/contactgegevens aanleveren bij [REDACTED]

- Event campagnes: nader uit te werken met sectorspecialisten, hierna in concepting.
4. Voorstel webshop-plan ter besluitvorming
    - i. Focus op aanbieden sales-materiaal (ook in shop: inhoud) en simpele give-aways (doppers, shirts, pennen, zonnebrillen)
    - ii. Later uit te breiden met bijzonder 'luke' relatiegeschenken
  5. Voortgang website
    - i. Technisch gereed
    - ii. Content international/lifestyle/talent in ontwikkeling; vullen op website
    - iii. Proposities eind deze week binnen; te herschrijven en omzetten naar webcontent
  6. Gedeputeerdenoverleg 11 juli; presentatie
    - i. Gedeputeerden en bestuurders meenemen in voortgang project
    - ii. Planning publicatie verhaallijnen delen
    - iii. Campagne-plan omzetten in concrete planning en begroting
    - iv. Friesland aansluiten; nu weinig contact ivm afwezigheid [REDACTED] (en geen vervanger)
    - v. 28 augustus presentatie aan statenleden Drenthe. Resultaten laten zien; behoefte aan eenduidig verhaal redenen achter 'vertraging'.
  7. TopDutch Lounge
    - i. FC Groningen – Groningen Airport Eelde Lounge wordt TopDutch Lounge voor 2 jaar, sponsoring door Provincie Groningen. Optie tot gebruik lounge 8 x voorafgaand en tijdens wedstrijd voor bv. bijeenkomsten, logo's op sponsormuur, 1-2 minuten tekst op boarding, optie tot organiseren TOPX (© [REDACTED] → uitnodigen Haven van Rotterdam (Feyenoord), InnovationQuarter (ADO Den Haag), Invest in Amsterdam (Ajax), etc.
    - ii. [REDACTED] informeert naar optie tot rebranden skybox FC Emmen van Provincie Drenthe naar TopDutch
  8. TopDutch Actielijst
    - i. WaterTech werksessie ingepland (4 juli)
    - ii. EZ informerend overleg inplannen voor Provincie Groningen en Friesland
  9. WVTTK / Rondvraag
    - i. [REDACTED] heeft contact met maritieme partij op zoek naar vestigingslocatie, (power management voor maritieme sector/batterij toepassingen); 10 juli gesprek met [REDACTED] erbij
    - ii. [REDACTED] benoemt kans om 10.2g [REDACTED] te benaderen, mogelijk via US Embassy, contact [REDACTED] (vergelijkbaar met 10.2g [REDACTED])
    - iii. [REDACTED] behoefte aan meer/eerder betrokken in proces nieuwe leads
    - iv. [REDACTED] benoemt scherpte op gebruik codenamen in bespreken leads
    - v. TopDutch kernteam voortgangsoverleg loopt door in zomer; mogelijk overslaan bij te weinig aanwezigheid

# TOPDUTCH

## **KERNTEAM OVERLEG**

3 juli 2019

# AGENDA

1. Agenda vaststellen
2. Voortgang key stories
3. Voorstel campagne-plan (incl. planning)
4. Voorstel webshop-plan (incl. sales-materiaal)
5. Voortgang website
6. Gedeputeerdenoverleg 11 juli
7. TopDutch lounge
8. TopDutch actielijst
9. WVTTK / rondvraag

## **2. VOORTGANG KEYSTORIES**

# VOORTGANG PROPOSITIES, ACQUISITIESTRATEGIE

Sectoren	Proposities	Acquisitiestrategie	Verhaallijnen	Campagnes
Green Chemistry	Yellow	Yellow	Green	Green
AgroFood/Dairy	Yellow	Yellow	Yellow	Red
Digital innovation	Orange	Red	Yellow	Red
Logistics (?)	Orange	Red	Orange	Red
Life Sciences & Health	Yellow	Red	Orange	Red
Watertech (?)	Yellow	Yellow	Orange	Red
Energy	Orange	Orange	Red	Red



# VOORTGANG PROPOSITIES, ACQUISITIESTRATEGIE

Sectoren	Proposities	Acquisitiestrategie	Verhaallijnen	Campagnes
Green Chemistry	Klaar	Klaar	Klaar	Klaar
Agrifood	Klaar	Klaar	In ontwikkeling	To do
Digital innovation	In ontwikkeling	To do	In ontwikkeling	To do
Logistics	In ontwikkeling	To do	In ontwikkeling	To do
Life Sciences & Health	Klaar	Klaar	In ontwikkeling	To do
Watertech	Klaar	Klaar	In ontwikkeling	To do
Energy	To do	To do	In ontwikkeling	To do



# KEY STORIES AGRIFOOD

10.2.G



# KEY STORIES LS&H



# KEY STORIES WATERTECH

10.2.G



# KEY STORIES DIGITAL INNOVATION

10.2.G



# KEY STORIES LOGISTICS

10.2.G



# KEY STORIES ENERGY



# **3. VOORSTEL CAMPAGNE-PLAN**

# VOORSTEL CAMPAGNE-PLAN

## 1. TopDutch Branding Campagne

10.2.G



## 2. NFIA Activatie Campagne

10.2.G



## 3. Sales-ondersteunende / event Campagnes

10.2.G



# VOORSTEL CAMPAGNE-PLANNING

	Lancering	Key stories	Overig
Juli	Website + Styleguide	Agri/LSH	Campagne plan + concepting + infographics
Augustus	Webshop + Sales-materiaal	Agri/LSH/Water/Digitaal/Logistiek	Targeting plan + media-budgettering + infographics
September	TopDutch campagne + NFIA + Water	Agri/LSH/Water/Digitaal/Logistiek	Newsletters
Oktober	TopDutch campagne + Agrifood	Digitaal/Energie	Newsletters
November	Water + Agrifood	Energie	Newsletters
December	LSH	-	Newsletters
Januari	-	-	Newsletters
Februari	-	-	Newsletters
Maart	-	-	-

# 4. VOORSTEL WEBSHOP

# VOORSTEL WEBSHOP

## 1. Simpele producten

- Dopper
- Shirts
- Pennen

## 2. Sales-ondersteunend materiaal

- Why Invest + propositions
- Pakketjes key stories

## 3. Relatiegeschenken

- TBD

# 5. VOORTGANG WEBSITE

# **6. GEDEPUTEERDENOVERLEG**

## **11 JULI**

# 7. TOPDUTCH LOUNGE

# 8. TOPDUTCH ACTIELIJST

# 9. WVTTK/RONDVRAAG

**TOPDUTCH**

**A good place to be great**

# TOPDUTCH

## **KERNTEAM OVERLEG**

3 juli 2019

# AGENDA

1. Agenda vaststellen
2. Voortgang key stories
3. Voorstel campagne-plan (incl. planning)
4. Voorstel webshop-plan (incl. sales-materiaal)
5. Voortgang website
6. Gedeputeerdenoverleg 11 juli
7. TopDutch lounge
8. TopDutch actielijst
9. WVTTK / rondvraag

## **2. VOORTGANG KEYSTORIES**

# VOORTGANG PROPOSITIES, ACQUISITIESTRATEGIE

Sectoren	Proposities	Acquisitiestrategie	Verhaallijnen	Campagnes
Green Chemistry	Yellow	Yellow	Green	Green
AgroFood/Dairy	Yellow	Yellow	Yellow	Red
Digital innovation	Orange	Red	Yellow	Red
Logistics (?)	Orange	Red	Orange	Red
Life Sciences & Health	Yellow	Red	Orange	Red
Watertech (?)	Yellow	Yellow	Orange	Red
Energy	Orange	Orange	Red	Red



# VOORTGANG PROPOSITIES, ACQUISITIESTRATEGIE

Sectoren	Proposities	Acquisitiestrategie	Verhaallijnen	Campagnes
Green Chemistry	Klaar	Klaar	Klaar	Klaar
Agrifood	Klaar	Klaar	In ontwikkeling	To do
Digital innovation	In ontwikkeling	To do	In ontwikkeling	To do
Logistics	In ontwikkeling	To do	In ontwikkeling	To do
Life Sciences & Health	Klaar	Klaar	In ontwikkeling	To do
Watertech	Klaar	Klaar	In ontwikkeling	To do
Energy	To do	To do	In ontwikkeling	To do



# KEY STORIES AGRIFOOD

10.2.G



# KEY STORIES LS&H

10.2.G



# KEY STORIES WATERTECH

10.2.G



# KEY STORIES DIGITAL INNOVATION

10.2.G



# KEY STORIES LOGISTICS

10.2.G



# KEY STORIES ENERGY

10.2.G



# **3. VOORSTEL CAMPAGNE-PLAN**

# VOORSTEL CAMPAGNE-PLAN

## 1. TopDutch Branding Campagne

10.2.G



## 2. NFIA Activatie Campagne

10.2.G



## 3. Sales-ondersteunende / event Campagnes

10.2.G



# VOORSTEL CAMPAGNE-PLANNING

	Lancering	Key stories	Overig
Juli	Website + Styleguide	Agri/LSH	Campagne plan + concepting + infographics
Augustus	Webshop + Sales-materiaal	Agri/LSH/Water/Digitaal/Logistiek	Targeting plan + media-budgettering + infographics
September	TopDutch campagne + NFIA + Water	Agri/LSH/Water/Digitaal/Logistiek	Newsletters
Oktober	TopDutch campagne + Agrifood	Digitaal/Energie	Newsletters
November	Water + Agrifood	Energie	Newsletters
December	LSH	-	Newsletters
Januari	-	-	Newsletters
Februari	-	-	Newsletters
Maart	-	-	-

# 4. VOORSTEL WEBSHOP

# VOORSTEL WEBSHOP

## 1. Simpele producten

- Dopper
- Shirts
- Pennen

## 2. Sales-ondersteunend materiaal

- Why Invest + propositions
- Pakketjes key stories

## 3. Relatiegeschenken

- TBD

# 5. VOORTGANG WEBSITE

# **6. GEDEPUTEERDENOVERLEG**

## **11 JULI**

# 7. TOPDUTCH LOUNGE

# 8. TOPDUTCH ACTIELIJST

# 9. WVTTK/RONDVRAAG

**TOPDUTCH**

**A good place to be great**

Initio Hoofdkantoor  
t.a.v. [REDACTED]  
Helperpark 278  
9723 ZA GRONINGEN  
Nederland (NL)

Datum : **21 NOV. 2017**  
Documentnr. : 2017-100.449/47/A.21  
Dossiënummer : 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. We verwachten van u dat de campagnes minimaal 10 potentieel succesvolle leads oplevert.

Voor deze opdracht is een verplichtingnummer (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](mailto:crediteurenadministratie@provinciegroningen.nl). Onder vermelding van zaaknummer (K6914) en verplichtingnummer VPLnr.000035, afdeling Economie, Cultuur en Projectfinanciering, t.a.v. de heer [REDACTED]. 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](http://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 Fryslân veel succes met de uitvoering van de campagne en zien uit naar de resultaten.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Groningen:



, voorzitter.



, secretaris.

## AIV Provincies 2015 voor leveringen en diensten

### Deel A. Algemeen deel

De bepalingen van deel A zijn van toepassing zowel op leveringen als op diensten.

#### Artikel 1 Begripsbepalingen

De hierna volgende begrippen worden in deze algemene inkoopvoorwaarden in de hierna vermelde betekenis gebruikt:

- a. provincie: provincie Groningen;
- b. opdrachtnemer: iedere (rechts)persoon alsmede diens vertegenwoordiger(s), gemachtigde(n) en rechtsverkrijgende(n), die met de provincie een overeenkomst sluit tot het verrichten van leveringen en/of diensten, waarop deze algemene inkoopvoorwaarden toepasselijk zijn, alsmede zijn werknemers en door hem bij de uitvoering van de overeenkomst ingeschakelde derden;
- c. partij(en): de provincie en de opdrachtnemer;
- d. overeenkomst: de overeenkomst van opdracht tussen de provincie en de opdrachtnemer op basis waarvan de opdrachtnemer leveringen en/of diensten verricht voor de provincie en de provincie een tegenprestatie voldoet aan de opdrachtnemer;
- e. dag: kalenderdag;
- f. schriftelijk: door middel van geschreven documenten, fax- of e-mailcommunicatie, alsmede andere door de wet daarmee gelijk gestelde vormen van communicatie;
- g. prestatie: het door de opdrachtnemer op basis van een overeenkomst tot stand te brengen resultaat;
- h. zaak: roerende zaak, waaronder mede begrepen energie en water.

#### Artikel 2 Overeenkomst

1. Afwijkingen van deze algemene inkoopvoorwaarden zijn uitsluitend geldig voor zover ze uitdrukkelijk schriftelijk door de provincie zijn aanvaard en gelden slechts voor de overeenkomst waarop ze betrekking hebben.
2. Een wijziging van de overeenkomst komt uitsluitend tot stand nadat een partij een voorstel van de andere partij schriftelijk heeft aanvaard.
3. Indien enige bepaling van deze algemene inkoopvoorwaarden nietig is of vernietigd wordt, blijven de overige bepalingen onverkort en volledig van kracht.
4. In geval van toepassing van het derde lid treden partijen in overleg teneinde nieuwe rechtsgeldige bepalingen ter vervanging van de nietige dan wel vernietigde bepalingen overeen te komen, waarbij zoveel mogelijk het doel en de strekking van laatstbedoelde bepalingen in acht worden genomen.
5. In geval van strijdigheid tussen een bepaling in een overeenkomst en een bepaling in deze algemene inkoopvoorwaarden, prevaleert de bepaling uit de overeenkomst.
6. Indien de provincie tekeningen, modellen, specificaties, instructies, plannings, keuringsvoorschriften en dergelijke voorschrijft, maken deze deel uit van de overeenkomst.

#### Artikel 3 Meerwerk en minderwerk

1. Indien door aanvullende wensen of door gewijzigde inzichten van de provincie of door wijziging van wettelijke voorschriften, de prestatie die de opdrachtnemer op grond van de overeenkomst moet verrichten, aantoonbaar wordt verzaamd dan wel uitgebreid, is sprake van meerwerk.
2. Tot meerwerk als bedoeld in het eerste lid worden niet gerekend essentiële werkzaamheden die de opdrachtnemer bij het sluiten van de overeenkomst had behoren te voorzien.

3. Indien de prestatie die de opdrachtnemer op grond van de overeenkomst moet verrichten, aantoonbaar wordt verlicht dan wel verminderd, is sprake van minderwerk.
4. Indien een partij meent dat van meer- en/of minderwerk sprake is, doet zij daarvan tijdig en schriftelijk mededeling aan de andere partij onder opgave van de financiële en andere gevolgen daarvan voor de uitvoering van de overeenkomst.
5. De opdrachtnemer vangt niet aan met de uitvoering van meerwerk dan na een schriftelijke opdracht daartoe van de provincie.
6. Meerwerk dat niet vooraf schriftelijk is overeengekomen, wordt niet door de provincie vergoed.
7. De opdrachtnemer zendt een aparte en gespecificeerde nota voor het meer- en/of minderwerk.

#### **Artikel 4 Verplichtingen opdrachtnemer**

1. De opdrachtnemer besteedt de uitvoering van de overeenkomst niet in zijn geheel uit aan een derde.
2. De opdrachtnemer besteedt de uitvoering van de overeenkomst niet gedeeltelijk uit aan een derde, tenzij hiermee voorafgaand schriftelijk is ingestemd door de provincie.
3. De opdrachtnemer vervangt de personen die zijn belast met de uitvoering van de overeenkomst en die in de overeenkomst zijn benoemd, tijdelijk noch definitief, tenzij hiermee vooraf schriftelijk is ingestemd door de provincie.
4. De provincie onthoudt haar instemming als bedoeld in de vorige leden niet en verbindt daaraan geen voorwaarden, tenzij dit in het voorkomende geval redelijk kan worden geacht.
5. De opdrachtnemer levert zijn prestatie goed en zorgvuldig, naar beste weten en kunnen op een wijze die aan de overeenkomst beantwoordt en binnen de overeengekomen termijn. De opdrachtnemer maakt daarbij geen inbreuk op intellectuele of industriële eigendomsrechten van derden en leeft alle van toepassing zijnde wettelijke eisen en overige overheidsvoorschriften na.
6. De opdrachtnemer gebruikt de in het kader van de overeenkomst door de provincie aan de opdrachtnemer verstrekte informatie en documentatie, waaronder tekeningen en modellen, alleen indien en voor zover dat in het kader van de uitvoering van de overeenkomst noodzakelijk is.
7. De informatie en documentatie als bedoeld in het zesde lid, blijft te allen tijde eigendom van de provincie.
8. Verplichtingen die naar hun aard zijn bestemd om ook na uitvoering van de overeenkomst voort te duren, behouden hun werking ook nadat de overeenkomst is uitgevoerd.

#### **Artikel 5 Geheimhouding en bekendmaking**

1. Partijen zijn verplicht alle direct of indirect van de andere partij vertrouwelijk verkregen informatie en gegevens vertrouwelijk te behandelen, ook na afloop van de overeenkomst.
2. Partijen maken de informatie en gegevens als bedoeld in het eerste lid, niet aan derden openbaar, tenzij hiermee vooraf schriftelijk is ingestemd door de andere partij, of op grond van een wettelijke verplichting of een rechterlijk bevel. Artikel 4, vierde lid, is van overeenkomstige toepassing.
3. De opdrachtnemer maakt in publicaties of reclame-uitingen geen melding van de overeenkomst en de resultaten hiervan en gebruikt de naam en/of het logo van de provincie niet als referentie, tenzij de provincie hiermee vooraf schriftelijk heeft ingestemd. Artikel 4, vierde lid, is van overeenkomstige toepassing.
4. In geval van overtreding van de voorgaande leden door de opdrachtnemer, verbeurt de opdrachtnemer aan de provincie een onmiddellijk opeisbare boete van € 5.000, - per geval, zonder dat enige ingebrekestelling is vereist en onverminderd enig ander aan de provincie toekomend recht, waaronder het recht op volledige schadevergoeding en nakoming.
5. De provincie kan persberichten en andere openbare mededelingen coördineren.

#### Artikel 6 Toetsing

1. De provincie heeft het recht de prestatie te (laten) toetsen.
2. De provincie kan de toets bedoeld in het eerste lid, zowel voor, tijdens als binnen een redelijke termijn na de levering van de prestatie (laten) uitvoeren.

#### Artikel 7 Niet-tijdige nakoming

1. De opdrachtnemer meldt een dreigende termijnoverschrijding zo spoedig mogelijk schriftelijk aan de provincie, waarbij hij de aard van de dreigende termijnoverschrijding, de door hem te treffen maatregelen en de verwachte duur van de vertraging vermeldt.
2. De provincie bevestigt schriftelijk de ontvangst van de melding als bedoeld in het eerste lid en geeft daarbij aan of zij instemt met de voorgestelde handelwijze. Deze instemming houdt niet in dat provincie de oorzaak van de dreigende vertraging erkent en laat alle andere rechten of vorderingen die de provincie op grond van de overeenkomst toekomen, onverlet.

#### Artikel 8 Tekortkoming in de nakoming

1. Van een tekortkoming in de nakoming is sprake indien de prestatie niet binnen de overeengekomen termijn wordt geleverd of niet beantwoordt aan hetgeen partijen zijn overeengekomen, tenzij de tekortkoming de opdrachtnemer niet kan worden toegerekend.
2. De volgende omstandigheden zijn in ieder geval toerekenbaar aan de opdrachtnemer: gebrek aan personeel, ziekte of staking van personeel, verlate levering van zaken, files, liquiditeitsproblemen, toerekenbare tekortkoming in de nakoming van door de opdrachtnemer ingeschakelde derden en andere, voorzienbare omstandigheden waarop de opdrachtnemer had kunnen en moeten anticiperen.
3. De provincie stelt de opdrachtnemer zo spoedig mogelijk na constatering van de tekortkoming schriftelijk in gebreke, tenzij nakoming blijvend onmogelijk is.
4. De ingebrekestelling als bedoeld in het derde lid bevat een redelijke termijn voor nakoming. Deze termijn is fataal, zodat de opdrachtnemer bij niet-tijdige nakoming in verzuim is.
5. De provincie heeft het recht om voor rekening van en na overleg met de opdrachtnemer herstel of vervanging zelf uit te voeren of door derden te laten uitvoeren, onverminderd de mogelijkheden die de wet biedt en de overige rechten die haar toekomen, in de volgende gevallen:
  - a. nakoming is blijvend onmogelijk;
  - b. de in het vierde lid bedoelde termijn is ongebruikt verlopen;
  - c. er is sprake van zodanige spoedeisendheid dat onmiddellijke actie is geboden.

#### Artikel 9 Aansprakelijkheid

1. De partij die toerekenbaar tekortschiet in de nakoming van haar verplichtingen, is tegenover de andere partij aansprakelijk voor de door de andere partij geleden dan wel te lijden schade, met dien verstande dat de aansprakelijkheid, per gebeurtenis, beperkt is tot een bedrag van:
  - € 150.000,- voor opdrachten waarvan de totale waarde kleiner is dan of gelijk aan € 50.000,-;
  - € 300.000,- voor opdrachten waarvan de totale waarde meer is dan € 50.000,- maar kleiner dan of gelijk aan € 100.000,-;
  - € 500.000,- voor opdrachten waarvan de totale waarde meer is dan € 100.000,- maar kleiner dan of gelijk aan € 150.000,-;
  - € 1.500.000,- voor opdrachten waarvan de totale waarde meer is dan € 150.000,- maar kleiner dan of gelijk aan € 500.000,-;
  - € 3.000.000,- voor opdrachten waarvan de totale waarde meer is dan € 500.000,-.

2. Samenhangende gebeurtenissen als bedoeld in het eerste lid, worden aangemerkt als één gebeurtenis.
3. De beperking van de aansprakelijkheid als bedoeld in het eerste lid komt te vervallen:
  - a. in geval van aanspraken van derden op schadevergoeding;
  - b. indien sprake is van opzet of grove schuld aan de zijde van de tekortschietende partij;
  - c. in geval van schending van intellectuele eigendomsrechten als bedoeld in artikel 4, vijfde lid.
4. Onder derden als bedoeld in het derde lid, worden mede begrepen volksvertegenwoordigers, bestuurders, werknemers en andere voor de provincie werkzame personen.
5. Indien een derde de provincie aansprakelijk stelt voor handelen of nalaten waarvoor de opdrachtnemer aansprakelijk is op grond van het bepaalde in de wet, deze algemene voorwaarden, de overeenkomst en bijbehorende documenten, neemt de opdrachtnemer de behandeling van deze aanspraak op eerste verzoek van de provincie en voor eigen rekening en risico over.
6. Alle kosten, waaronder begrepen schadevergoeding, boetes en rente, die de provincie heeft gemaakt in verband met de behandeling van een aanspraak als bedoeld in het vijfde lid, komen voor rekening van de opdrachtnemer.
7. In het geval de belastingdienst of instanties aan wie de uitvoering van de sociale verzekeringswetgeving is opgedragen de rechtsverhouding tussen partijen aanmerken als een fictieve dienstbetrekking, neemt de opdrachtnemer de behandeling van alle aanspraken, waaronder begrepen boetes, rente en kosten, op eerste verzoek van de provincie en voor eigen rekening en risico over.
8. De opdrachtnemer verklaart dat hij genoegzaam is verzekerd en zich genoegzaam verzekerd zal houden tegen de aansprakelijkheid zoals bedoeld in deze algemene voorwaarden, de overeenkomst en bijbehorende documenten.

#### **Artikel 10 Ontbinding**

1. Partijen hebben het recht, onverminderd de mogelijkheden die de wet biedt en de overige rechten die hen toekomen, de overeenkomst tussen partijen buiten rechte te ontbinden, indien de andere partij enige verplichting uit de overeenkomst niet tijdig of niet behoorlijk nakomt en voor zover de tekortkoming vatbaar is voor herstel, nalaat zodanige tekortkoming te herstellen binnen de in het vierde lid van artikel 8 bedoelde termijn.
2. Onverminderd de mogelijkheden die de wet biedt en de overige rechten die haar toekomen, heeft de provincie het recht om de overeenkomst tussen partijen direct en zonder ingebrekestelling buiten rechte te ontbinden, indien:
  - a. de opdrachtnemer in staat van faillissement of in surséance van betaling verkeert, of op een aanmerkelijk deel van haar vermogen beslag wordt gelegd;
  - b. de opdrachtnemer overlijdt of anderszins in de (fysieke) onmogelijkheid komt te verkeren om de overeenkomst uit te voeren;
  - c. de bedrijfsvoering van de opdrachtnemer (deels) is stilgelegd, hij zijn activiteiten (deels) heeft gestaakt of overgedragen of hij in liquidatie verkeert;
  - d. de zeggenschap over of binnen de onderneming van de opdrachtnemer wijzigt bijvoorbeeld door wijziging van aandeelhouders of wisseling van bestuursleden;
  - e. personeelsleden van of personen die werkzaam zijn bij de provincie, een al dan niet betaalde nevenfunctie bij de opdrachtnemer vervullen of ten tijde van de onderhandelingen hebben vervuld of die belangen hebben bij de opdrachtnemer of bij diens bedrijfsvoering, zonder dat de provincie daarvan voor de totstandkoming van de overeenkomst in kennis is gesteld.
  - f. feiten of omstandigheden in relatie tot het bedrijf of de persoon van de opdrachtnemer bekend worden, die, waren deze bekend geweest vóór het tot stand komen van de

---

overeenkomst, aanleiding zouden zijn geweest om geen overeenkomst met deze opdrachtnemer aan te gaan.

- g. de opdrachtnemer ter verkrijging van de opdracht personeel van opdrachtgever enigerlei voordeel heeft geboden, gegeven, doen aanbieden of doen geven.
3. De opdrachtnemer is verplicht de provincie terstond te informeren over het optreden of redelijkerwijs voorzienbaar zijn van een van de omstandigheden als bedoeld in het tweede lid.
4. In geval van ontbinding van de overeenkomst heeft de opdrachtnemer geen recht op enige schadevergoeding.
5. In geval van ontbinding heeft de provincie het recht om de reeds door de opdrachtnemer geleverde en door de provincie betaalde prestatie te blijven gebruiken.
6. De provincie kan afgifte vorderen van hetgeen reeds op basis van de overeenkomst is ontwikkeld of gerealiseerd en van de gegevens die nodig zijn om een en ander te kunnen voltooien en gebruiken, tegen betaling van een corresponderend deel van de overeengekomen tegenprestatie.
7. Partijen kunnen overeenkomen dat de opdrachtnemer de prestatie zodanig afrondt, dat deze voldoet aan hetgeen is overeengekomen dan wel dat deze door een ander kan worden voltooid.

#### **Artikel 11 Prijzen en tarieven**

1. Prijzen en tarieven zijn vast voor de duur van de overeenkomst en in euro's en omvatten alle belastingen, maar exclusief BTW en betreffen de overeengekomen prestatie, alsmede alle overige kosten, zoals die van training of inwerking van personeel, reis- en verblijf- en voorrijkosten, administratiekosten en de kosten van de verpakking.
2. De in het eerste lid bedoelde prijzen gelden ook voor meer- en minderwerk als bedoeld in artikel 3.

#### **Artikel 12 Betaling**

1. Tenzij factureringmomenten zijn overeengekomen, zendt de opdrachtnemer niet eerder een factuur aan de provincie dan nadat de prestatie is verricht en geaccepteerd.
2. In een factuur is in ieder geval opgenomen:
  - a. opgave van het aantal werkelijk en noodzakelijk bestede uren, alsmede de data waarop een en ander is verricht, of
  - b. een korte omschrijving van de verrichte prestatie.
3. De provincie voldoet binnen dertig dagen na ontvangst en goedkeuring van de desbetreffende factuur de op grond van de overeenkomst verschuldigde bedragen, mits gefactureerd overeenkomstig de factureringsafspraken en na acceptatie van de prestatie en de bijbehorende documentatie.
4. In geval van te late betaling is de provincie de wettelijke rente verschuldigd.
5. In geval van vooruitbetaling door de provincie verstrekt de opdrachtnemer op eerste verzoek daartoe en voorafgaand aan de eerste vooruitbetaling, op zijn kosten voldoende zekerheid voor (terug)betaling, voor het geval de opdrachtnemer op enigerlei wijze tekort schiet in de nakoming van zijn verplichtingen waarop de vooruitbetaling ziet.
6. De zekerheid wordt verstrekt door middel van een originele verklaring (bankgarantie "op afroep") van een erkende kredietinstelling ter hoogte van het door de provincie vooruit te betalen of vooruitbetaalde bedrag, vermeerderd met eventuele rente en kosten, een en ander goed te keuren door de provincie.
7. Indien is overeengekomen dat betaling volgens nacalculatie plaatsvindt, specificeert de opdrachtnemer de factuur zoals overeengekomen.
8. Betaling door de provincie houdt op geen enkele wijze afstand van enig recht in.
9. Het is de opdrachtnemer niet toegestaan zijn prestatie te verrekenen met een vordering op de provincie, uit welken hoofde dan ook verschuldigd.

10. De provincie heeft het recht de voldoening van een factuur op te schorten in het geval van een dreigende vertraging als bedoeld in artikel 7, eerste lid, of een toerekenbare tekortkoming als bedoeld in artikel 8, eerste lid.
11. Overschrijding van een betalingstermijn door de provincie of niet-betaling van een factuur op grond van vermoedelijke inhoudelijke onjuistheid daarvan of in geval van ondeugdelijkheid van de prestatie, geeft de opdrachtnemer niet het recht zijn werkzaamheden op te schorten dan wel te beëindigen.
12. De provincie kan de factuur door een door haar aan te wijzen accountant als bedoeld in artikel 393, eerste lid, van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek op inhoudelijke juistheid laten controleren. De opdrachtnemer verleent de betrokken accountant inzage in boeken en bescheiden en verstrekt hem alle gegevens en informatie die deze verlangt.
13. De controle als bedoeld in het twaalfde lid, is vertrouwelijk en strekt zich niet verder uit dan voor het verifiëren van de facturen is vereist.
14. De accountant brengt zijn rapportage zo spoedig mogelijk aan partijen uit.
15. De kosten van het accountantsonderzoek als bedoeld in de vorige leden, komen voor rekening van de provincie, tenzij uit het onderzoek van de accountant blijkt dat de factuur niet juist dan wel onvolledig is, in welk geval bedoelde kosten voor rekening van de opdrachtnemer komen.

#### **Artikel 13 Zaken van de provincie**

1. In het geval de provincie aan de opdrachtnemer zaken, zoals grondstoffen, hulpstoffen, gereedschappen, tekeningen, specificaties en software, ter beschikking heeft gesteld ten behoeve van de uitvoering van de overeenkomst, blijven deze zaken eigendom van de provincie. Aan de terbeschikkingstelling kunnen voorwaarden worden verbonden.
2. De opdrachtnemer bewaart de ter beschikking gestelde zaken afgescheiden van soortgelijke zaken welke behoren aan hemzelf of aan derden.
3. De opdrachtnemer zal de ter beschikking gestelde zaken merken als eigendom van de provincie.
4. De opdrachtnemer retourneert al hetgeen hij in het kader van de uitvoering van de overeenkomst van de provincie onder zich heeft, binnen veertien dagen nadat de overeenkomst is uitgevoerd zonder kosten aan de provincie.
5. Het is de opdrachtnemer niet toegestaan een kopie van de in het eerste lid bedoelde zaken te bewaren of te gebruiken, anders dan in het kader van zijn archiveringsverplichtingen.

#### **Artikel 14 Overdracht van rechten en/of verplichtingen**

1. Het is partijen niet toegestaan hun rechten en verplichtingen op basis van de overeenkomst zonder voorafgaande schriftelijke instemming van de andere partij geheel of gedeeltelijk over te dragen aan een derde. Aan dit verbod komt goederenrechtelijke werking toe in de zin van artikel 3:83, tweede lid, van het Burgerlijk Wetboek. Artikel 4, vierde lid, is van overeenkomstige toepassing.
2. Het eerste lid geldt niet ten aanzien van het vestigen van een pandrecht.

#### **Artikel 15 Toepasselijk recht en geschillen**

1. Op de overeenkomst en alle overeenkomsten die daaruit voortvloeien is uitsluitend Nederlands recht van toepassing.
2. Partijen lossen waar mogelijk hun geschillen op door middel van goed overleg.
3. Indien partijen niet tot een oplossing komen of in spoedeisende gevallen, zullen de geschillen worden voorgelegd aan de bevoegde rechter in het arrondissement van de hoofdstad van de provincie.

## Deel B. Leveringen

De bepalingen van deel B zijn van toepassing op leveringen, naast de bepalingen van deel A.

### Artikel 16 Specifieke garanties voor leveringen

1. Een geleverde zaak bezit tenminste de eigenschappen die zijn overeengekomen en welke de provincie op grond van de overeenkomst mag verwachten.
2. Voor een geleverde zaak geldt een garantietermijn van 24 maanden, tenzij uit wet of jurisprudentie een langere termijn volgt dan wel de opdrachtnemer of de branche van de opdrachtnemer een langere termijn hanteert, in welk geval de langste termijn geldt.
3. De opdrachtnemer herstelt voor eigen rekening alle fouten en gebreken die zich binnen de garantietermijn openbaren en die niet te wijten zijn aan normale slijtage of onoordeelkundig gebruik,
4. De opdrachtnemer garandeert dat gedurende de gebruikelijke levensduur van de geleverde zaak nieuwe onderdelen voorhanden zijn om fouten en gebreken aan deze zaak te kunnen herstellen.

### Artikel 17 Aflevering van een zaak

1. Aflevering vindt plaats op de overeengekomen locatie en het overeengekomen tijdstip en geschiedt voor rekening en risico, waaronder transport en verzekeringen, van de opdrachtnemer.
2. De opdrachtnemer overhandigt alle documenten die betrekking hebben op of verband houden met een te leveren zaak, zoals certificaten, paklijsten, gebruiksaanwijzingen (in Nederlandse taal gesteld), uiterlijk ten tijde van de aflevering aan de provincie of zendt deze, zo mogelijk, op voorhand aan de provincie.
3. De opdrachtnemer voert alle gebruikte verpakkingsmaterialen voor zijn rekening en risico af en draagt zorg voor een milieuvriendelijke verwerking.

### Artikel 18 Risico- en eigendomsovergang

De eigendom en het risico van een zaak gaat pas over op de provincie zodra de zaak is gemonteerd en/of geïnstalleerd, zich in de feitelijke macht van de provincie bevindt en na acceptatie van de levering.

### Artikel 19 Toepasselijk recht

De toepasselijkheid van het Weens koopverdrag, en van eventuele andere, internationale regelingen inzake koop van roerende zaken, voor zover de werking hiervan door partijen kan worden uitgesloten, is uitgesloten.

## Deel C. Diensten

De bepalingen van deel C zijn van toepassing op diensten, naast de bepalingen van deel A.

### Artikel 20 Verplichtingen van de opdrachtnemer

1. De opdrachtnemer verricht de dienst met de zorgvuldigheid, deskundigheid en professionaliteit die gebruikelijk is binnen de branche of beroepsgroep van de opdrachtnemer.
2. De opdrachtnemer zet uitsluitend gekwalificeerde personen in voor het uitvoeren van de overeenkomst.
3. Indien nodig, zorgt de opdrachtnemer voor adequate vervanging van de in het tweede lid bedoelde personen.

4. De aan vervanging als bedoeld in het derde lid, verbonden meerkosten zijn voor rekening van de opdrachtnemer.
5. De opdrachtnemer zet uitsluitend personen in die in Nederland arbeid mogen verrichten.

#### **Artikel 21 Intellectuele en industriële eigendomsrechten**

1. Alle intellectuele en industriële eigendomsrechten en databankrechten die zullen ontstaan of kunnen worden uitgeoefend ten aanzien van de resultaten van de overeenkomst berusten te allen tijde en uitsluitend bij de provincie, met uitzondering van rechten op eventueel ten behoeve van de opdracht door de opdrachtnemer ontwikkelde software modellering(en) en de daarvoor gebruikte softwareprogrammatuur, alsmede op andere door de opdrachtnemer in het kader van de overeenkomst ontwikkelde kennis en knowhow die ten grondslag ligt aan het aan de provincie geleverde resultaat.
2. De opdrachtnemer draagt alle intellectuele en industriële rechten die mochten ontstaan ten aanzien van de prestatie – voor zover mogelijk – op het moment van het ontstaan daarvan bij voorbaat en om niet over aan de provincie, welke overdracht door de provincie reeds nu voor alsdan wordt aanvaard. Voor zover voor de overdracht van de genoemde rechten op enig moment een nadere akte zou zijn vereist, machtigt de opdrachtnemer de provincie reeds nu voor alsdan onherroepelijk om zodanige akte op te maken en mede namens de opdrachtnemer te ondertekenen, onverminderd de verplichting van de opdrachtnemer om op eerste verzoek van de provincie aan de overdracht van deze rechten medewerking te verlenen, zonder daarbij voorwaarden te kunnen stellen.
3. De opdrachtnemer doet met de totstandkoming van de overeenkomst afstand jegens de provincie van alle eventueel aan hem, opdrachtnemer, toekomstige zogenoemde persoonlijkheidsrechten, in de mate als de toepasselijke regelgeving zodanige afstand toelaat. De opdrachtnemer doet, hiertoe gevolmachtigd, ook namens het aan zijn zijde betrokken personeel, afstand jegens de provincie van alle eventueel aan deze personeelsleden toekomstige persoonlijkheidsrechten, in de mate waarin de toepasselijke regelgeving zodanige afstand toelaat.
4. De opdrachtnemer heeft het onvoorwaardelijke en eeuwigdurende recht de resultaten van de overeenkomst waarop krachtens het eerste lid een eigendomsrecht ten behoeve van de provincie rust, te gebruiken voor zichzelf of ten behoeve van derden, zonder kosten of andere beperkingen, mits daardoor de belangen van de provincie niet worden geschaad
5. De opdrachtnemer verleent op eerste verzoek van de provincie medewerking aan het realiseren van een gebruiksrecht als bedoeld in het vierde lid ten aanzien van de in het eerste lid bedoelde, uitgezonderde rechten.
6. De provincie geldt als ontwerper in de zin van artikel 6, tweede lid, van de Eenvormige Beneluxwet inzake tekeningen en modellen en heeft bij uitsluiting het recht om een eindproduct dat daarvoor in aanmerking komt te deponeren bij het in artikel 8 van die wet bedoelde bureau, al dan niet door tussenkomst van een nationale dienst.
7. Indien een derde de provincie aansprakelijk stelt ter zake van (gestelde) inbreuk op intellectuele of industriële eigendomsrechten van die derde, vergelijkbare aanspraken met betrekking tot kennis, ongeoorloofde mededinging en dergelijke daaronder begrepen, waarvoor de opdrachtnemer aansprakelijk is op grond van het bepaalde in deze algemene voorwaarden, de overeenkomst en bijbehorende documenten, neemt de opdrachtnemer de behandeling van deze aanspraak op eerste verzoek van de provincie en voor eigen rekening en risico over. De opdrachtnemer verplicht zich tot het op zijn kosten treffen van alle maatregelen die kunnen bijdragen tot voorkoming van stagnatie en tot beperking van de te maken extra kosten en/of te lijden schade als gevolg van bedoelde inbreuken.

## Verklaring Combinatie / Onderaanneming

Inschrijver moet dit formulier invullen en ondertekend bijsluiten als er sprake is van het aanmelden door een combinatie van bedrijven of als inschrijver van plan is delen van de gevraagde leveringen in onderaanneming te geven.

<input type="checkbox"/> <b>Er is GEEN sprake van een aanmelding door een combinatie van bedrijven</b>
<input type="checkbox"/> <b>Er is sprake van een aanmelding door een combinatie van bedrijven</b>
Wat is de naam van de combinatie?
Wat is de voorgenomen rechtsvorm van de combinatie?
Wie participeren (firmanamen) in de combinatie en waar zijn die participanten gevestigd?
Bij welke participant is de penvoerder in dienst?
Welk deel van de opdracht wordt door de verschillende participanten uitgevoerd?
<input type="checkbox"/> <b>De verklaring</b> , waarin alle tot de combinatie behorende ondernemingen zich bij een eventuele gunning <b>gezamenlijk en hoofdelijk aansprakelijk</b> stellen voor de volledige en juiste uitvoering van de overeenkomst in al zijn onderdelen <b>is bijgevoegd</b> .

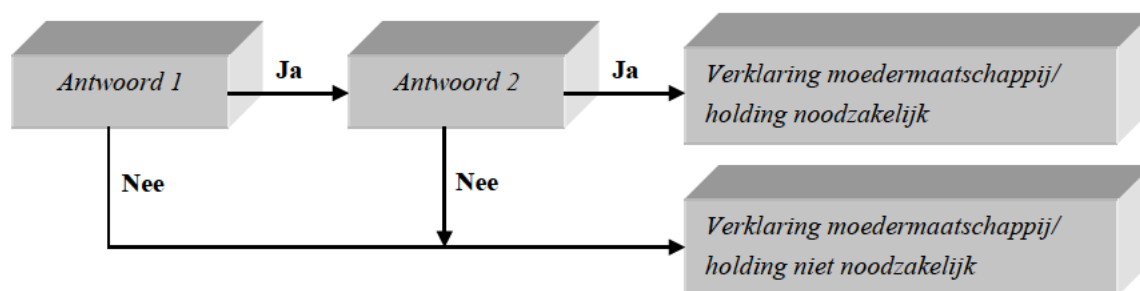
<input type="checkbox"/> <b>Er is GEEN sprake van onderaanneming</b>
<input type="checkbox"/> <b>Er is sprake van onderaanneming</b>
Wat is de naam en de vestigingsplaats van de onderaannemer(s)?
Welk deel van de opdracht geeft Gegadigde in onderaanneming en - indien er sprake is van meer onderaannemers – hoe wordt dat deel van de opdracht over de onderaannemers verdeeld?
<input type="checkbox"/> <b>De verklaring</b> , waarin de hoofdaannemer zich <b>volledig aansprakelijk</b> stelt voor de volledige en juiste uitvoering van de Overeenkomst in al zijn onderdelen <b>is bijgevoegd in de Aanmelding</b> .

Naam organisatie: .....

Handtekening : .....-...-2017

# Verklaring financiële en technische aansprakelijkheid

1. Maakt inschrijver deel uit van een holding- of moedermaatschappij? **Ja/nee**
2. Maakt inschrijver bij deze aanbesteding gebruik van de financiële (jaar)cijfers van de holding-/moedermaatschappij? **Ja/nee**



## Indien de moedermaatschappij/holdingverklaring van toepassing is:

Hierbij verklaart ondergetekende dat hij zich, als moeder-/holdingmaatschappij, namens de inschrijver bij gunning volledig en onvoorwaardelijk financieel en technisch garantstelt voor de juiste en volledige nakoming van de verplichtingen die uit de af te sluiten overeenkomst(en) voortvloeien. Eveneens verklaart ondergetekende dat hij, indien en voor zover daarvan sprake is, namens de inschrijver aansprakelijk gesteld kan worden voor eventuele schade voortvloeiende uit het niet/niet deugdelijk/niet tijdig nakomen van de overeenkomst, in overeenstemming met artikel 2:403 sub f BW.

### Namens holding

Naam Holding:	
Naam ondertekenaar:	
Functie:	
Handtekening:	
Datum:	

### Namens inschrijver

Naam inschrijver:	
Naam ondertekenaar:	
Functie:	
Handtekening:	
Datum:	

**Indien de moedermaatschappij/holdingverklaring niet van toepassing is:**

Hierbij verklaart inschrijver dat de holdingverklaring niet van toepassing is.

**Namens inschrijver**

Naam inschrijver:	
Naam ondertekenaar:	
Functie:	
Handtekening:	
Datum:	

65608 Branding campagne Noord Nederland

**Concept**  
**Overeenkomst inzake**  
**Branding campagne Noord Nederland**

tussen

**Provincie Groningen**

en

**<XX>**

Documentnaam: Branding campagne Noord-Nederland  
Referentienummer: 65608  
Datum: 27-06-2017

De ondergetekenden:

Opdrachtgever :  
Vertegenwoordigd door :  
Functie :  
Kantooradres :  
Plaats :

En

Opdrachtnemer :  
Vertegenwoordigd door :  
Statutair gevestigd te :  
Kantooradres :  
Plaats :

Overwegende dat:

#### **Organisatie en doelstelling van Opdrachtgever**

- a) Opdrachtgever in het kader van de uitoefening van zijn taak behoefte heeft aan een overeenkomst waarbij een tweejarige internationale branding campagne wordt ontwikkeld ter ondersteuning van het Noord-Nederlands acquisitiebeleid voor bedrijven ;
- b) Opdrachtgever in verband met hetgeen hiervoor onder a) is overwogen, tot een Europese openbare aanbesteding is overgegaan;
- c) Op <datum> door provincie Groningen namens opdrachtgever een aankondiging naar het Supplement op het Publicatieblad van de Europese Unie (hierna: Publicatieblad) is verzonden en dat deze aankondiging is gepubliceerd onder nummer <S-nummer>;
- d) Provincie Groningen de opdracht op <datum> heeft gegund aan opdrachtnemer;
- e) Opdrachtgever op basis van deze overeenkomst opdrachtnemer kan oproepen met het oog op het sluiten van een nadere opdracht.

Komen overeen:

#### **Artikel 1. Voorwerp van de overeenkomst**

De navolgende stukken vormen gezamenlijk de overeenkomst. Voor zover deze stukken met elkaar in tegenspraak zijn, prevaleert het eerder genoemde stuk boven het later genoemde:

- 1) Dit document;
- 2) Nota van Inlichtingen d.d. <datum>;
- 3) Inschrijvingsprocedure, beschrijving van de opdracht en programma van eisen, opgenomen in Negometrix onder tendernummer 65608;
- 4) Algemene Inkoopvoorwaarden van de provincie Groningen;
- 5) Overige bijlagen opgenomen in Negometrix onder tendernummer 65608;
- 6) De door opdrachtnemer aan opdrachtgever uitgebrachte offerte van <datum>, met kenmerk <kenmerk>.

#### **Artikel 2. Inwerkingtreding en duur van de overeenkomst**

2.1. De overeenkomst treedt in werking op 30-09-2017;

2.2. De overeenkomst heeft een initiële looptijd van 2 jaar en eindigt op 30-09-2019;

2.3. De overeenkomst kan worden verlengd tot 30-09-2022. Opdrachtgever zal opdrachtnemer uiterlijk 3 maanden voor het verstrijken van de lopende jaar berichten of zij wenst te verlengen.

### **Artikel 3. Nadere offerteaanvraag**

3.1 Opdrachtgever zal opdrachtnemer verzoeken een offerte uit te brengen voor de specifieke behoefte, waarna binnen de scope van de aanbesteding nadere wordt uitgewerkt.

### **Artikel 4. Prijzen en tarieven**

4.1. Het totaalbedrag dat opdrachtnemer aan opdrachtgever in rekening mag brengen naar aanleiding van de uitvraag, is begrensd tot het document Opdracht genoemde bedrag.

### **Artikel 5. Algemene en bijzondere voorwaarden**

5.1. De Algemene inkoopvoorwaarden van de provincie Groningen zijn van toepassing op de overeenkomst en nadere opdrachten en zijn gepubliceerd onder Negometrix tendernummer 65608.

5.2. De toepasselijkheid van algemene en bijzondere voorwaarden van opdrachtnemer dan wel van door opdrachtnemer bij het verrichten van de prestatie te betrekken derden, is uitgesloten, tenzij daarvan in de nadere opdracht expliciet wordt afgeweken.

### **Artikel 6. Overige bepalingen**

6.1. De voorbehouden, uitsluitingen en beperkingen als opgenomen in Negometrix onder tendernummer 65608 zijn onverkort van toepassing.

Aldus in tweevoud opgemaakt en getekend te Groningen, op xx-xx-2017

<Opdrachtgever>:

<Opdrachtnemer>:

## Gunnings- en beoordelingssystematiek

In onderstaande tabel zijn de te behalen punten voor de onderscheiden criteria voor gunning van de opdracht opgenomen.

Er wordt gegund op het BPKV (beste prijs- kwaliteitverhouding).

Nr.	Gunningscriteria	Te behalen punten (100)
P1	Prijs	20
G1	Kwaliteit	100
	<b>Totaal</b>	<b>120</b>

### P1 Prijs

U dient een totaalprijs te calculeren voor het door u ingediende plan. Dit is een zogenaamde all-in prijs, voor ontwikkeling en uitvoering van uw plan. De prijsstelling bedraagt minimaal € 1.000.000. Dit wil zeggen dat inschrijvingen met een ingediende totaalprijs lager dan €1.000.000 geen punten scoren op het onderdeel P1 prijs

### G1 Kwaliteit

De Sub-Gunningscriteria Kwaliteit zijn:

SG 1	strategie en plan van aanpak	30
SG 2	Inzet middelen en verwachte resultaten (SMART)	20
SG 3	Organisatie financiën en afstemming	20
SG 4	Pitch	30
	<b>Totaal</b>	<b>100</b>

### SG1 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: <ul style="list-style-type: none"><li>Mate van originaliteit idee strategie en aanpak campagne</li><li>Merkstrategie</li><li>Doelgroepenbenadering</li></ul>	max. 30
	30

Uitwerking: per bullet zijn maximaal 10 punten te verdienen. Er dienen in totaal minimaal 18 punten behaald te worden om uit te worden genodigd voor de pitch.

### SG2 Inzet middelen en resultaten

Vraag	Punten verdeling
Welke middelen gaat u inzetten voor de campagne en met welke verwachte resultaten. Puntentoekenning op: <ul style="list-style-type: none"><li>Inzet middelen en mensen, verdeling en wijze van inzet en borging continuïteit (tevens aandacht voor vervanging)</li><li>Verwachte resultaten inzet middelen (SMART)</li></ul>	max. 20
	20

Uitwerking: per bullet zijn maximaal 10 punten te verdienen. Er dienen in totaal minimaal 12 punten behaald te worden om uit te worden genodigd voor de pitch.

### SG3 Organisatie, financiën en afstemming (maximaal 20 punten)

Aanbesteder hecht grote waarde aan een efficiënte organisatie van de campagne, aan 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: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesvoorstel communicatie opdrachtgevers, overheid, bedrijven en kennisinstellingen</li> <li>• Nadere uitwerking van de inzet van het maximaal beschikbare budget waarbij minimaal wordt aangegeven welk percentage wordt ingezet op de onderdelen projectleiding, organisatie, kantoorkosten en inzet media</li> </ul>	max. 20
	20

Uitwerking: per bullet zijn maximaal 10 punten te verdienen. Er dienen in totaal minimaal 12 punten behaald te worden om uit te worden genodigd voor de pitch.

### SG4 Pitch

De (maximaal) vijf hoogst scorende inschrijvers op het totaal van de sub-gunningscriteria P1, SG1 t/m SG3 zullen worden uitgenodigd om zich in een pitch te presenteren. Bij de pitch is de voertaal Nederlands. Hierbij geldt dat de (maximaal) vijf hoogst scorende inschrijvers op de sub-gunningscriteria SG1 t/m SG3 een minimale score van 42 punten moeten scoren om uitgenodigd te worden. Dit om de kwaliteit van de uiteindelijke dienstverlening te garanderen. Tevens geldt dat inschrijvers die bij de (maximaal) vijf hoogst scorende inschrijvers op de sub-gunningscriteria P1, SG1 t/m SG3 behoren alleen uitgenodigd worden voor een pitch wanneer zij feitelijk gezien nog kans maken om de EMVI te zijn. Bij een gelijke score tussen de nummer 5 en 6 is de score op het onderdeel SG1 doorslaggevend om te bepalen welke Inschrijver 5<sup>e</sup> wordt. Zijn deze scores ook gelijk, dan volgt loting.

Pitch:	Punten verdeling
De opdrachtgever streeft er naar minimaal 2.000 nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren binnen vijf jaar na de start van de campagne. De opdrachtgever wenst een Inschrijver te contracteren die keuzes in het plan van aanpak kan beargumenteren, blijkt geeft kennis van zaken te hebben, weet waar het om gaat en inlevingsvermogen heeft die er toe bijdragen kan de ambities van Opdrachtgever te realiseren. U wordt verzocht dit kort te pitchen. De beoordeling zal geschieden op basis van de kwaliteit van de pitch. Iedere beoordelaar kan een score van 0-30 punten geven voor uw pitch. De eindscore wordt bepaald door de totaalscore te delen door het aantal beoordelaars.  Wijze van scoren:  10 punten: Inschrijver laat zien over de gewenste kennis en ervaring te	max. 30

<p>beschikken, licht pva toe maar is niet aanvullend t.o.v. pva of blijft op de vlakke, overtuigt niet, laat niet blijken zich goed ingelezen te hebben in de opdracht, biedt geen meerwaarde.</p> <p>20 punten: Zoals hiervoor, en weet hoofd- en bijzaken goed van elkaar te scheiden, is helder en volledig in beantwoording, heeft overtuigingskracht.</p> <p>30 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 scheidt duidelijke meerwaarde</p>	
--	--

## Punten toekenning en beoordelingsprocedure

De antwoorden op de sub-gunningscriteria SG1 t/m SG3 worden door een beoordelingsteam beoordeeld volgens onderstaande beoordelingscriteria. De uiteindelijke beoordeling van SG1 t/m SG3 betreft een gemiddelde score. De beantwoording per sub-gunningscriterium SG1 t/m SG3 wordt beoordeeld op kwaliteit, concreetheid, uitvoerbaarheid en relevantie voor de Opdrachtgever. Per gunningscriterium bestaat de score uit getallen waarbij de laagste score een 0 en de hoogste score en 10 is. Deze worden door de leden van het beoordelingsteam beoordeeld naar gelang het antwoord aansluit bij de wens, volgens onderstaande verdeling:

	Score	Basisbeoordelingscriteria
Uitstekend	10	Uit de beschrijving blijkt dat Inschrijver de opdracht op een uitstekende wijze ten behoeve van de Opdrachtgever zal uitvoeren. Er is duidelijk sprake van toegevoegde waarde. Beschrijving is helder. Het antwoord van Inschrijver geeft extra elementen aan naast de reeds gevraagde elementen.
Goed	8	Uit de beschrijving blijkt dat Inschrijver de opdracht op een goede wijze ten behoeve van de Opdrachtgever zal uitvoeren. Er is sprake van toegevoegde waarde.
Voldoende	6	Uit de beschrijving blijkt dat Inschrijver de opdracht op een voldoende wijze ten behoeve van de Opdrachtgever zal uitvoeren. Beschrijving is voldoende helder.
Matig	4	Uit de beschrijving blijkt niet dat Inschrijver de opdracht op een voldoende wijze ten behoeve van de Opdrachtgever zal uitvoeren. Er is duidelijk geen sprake van toegevoegde waarde. Beschrijving is matig.
Slecht	0	Beschrijving ontbreekt of is dermate onbruikbaar dat het volledig dient te worden aangepast.

**Punten toekenning P1 Prijs:**

Formule  $(1 - ((\text{Prijs aanbieder B} - \text{Prijs aanbieder A}) / \text{Prijs aanbieder A})) \times 20$

Waarvan Prijsaanbieder A de laagste is.

Fictief voorbeeld:

Prijsaanbieder B = € 1,2 miljoen euro

Prijsaanbieder A = € 1 miljoen euro

Antwoord =  $(1 - ((1.200.000 - 1.000.000) / 1.000.000)) \times 20 = 16$  punten voor leverancier B.  
Prijsaanbieder A krijgt 20 punten.

NB: Aanbiedingen lager dan 1 miljoen Euro scoren 0 punten.

### **Eindscore**

Voor de eindscore (van de maximaal 5 deelnemers aan de pitch) wordt het totaal aantal punten op kwaliteit (onderdelen SG1 t/m SG4) vermenigvuldigd met factor 0,8333. Dit wordt opgeteld bij de score voor de prijs. Deze wordt vermenigvuldigd met 0,1666. Dit is de eindscore. De eindscore wordt op twee decimalen afgerond naar beneden.

### **Houden en beoordelen van de pitch**

De pitch dient gegeven te worden door minimaal 2 personen (maximaal 3) die eindverantwoordelijk en ook daadwerkelijk betrokken zijn bij de uitvoering van de opdracht. De pitch duurt maximaal 20 minuten, inclusief stellen en beantwoorden van vragen. Trekt een partij zich terug voor de pitch dan wordt in beginsel geen vervangende partij uitgenodigd. De pitch zal separaat worden beoordeeld door een uitgebreider beoordelingsteam dan het team dat de sub-gunningscriteria SG1 t/m SG3 heeft beoordeeld. Hierin nemen tevens drie gedeputeerden van de provincies zitting. De score van de pitch wordt bepaald door de totaalscore te delen door het aantal beoordelaars.

### **Bepalen eindscore en ranking**

De score van de beoordeling van de pitch zal worden opgeteld bij de scores van de beoordeling op de sub-gunningscriteria SG1 t/m SG3 en P1. Aan de inschrijver met de hoogste totale score (de EMVI) zal vervolgens de opdracht voorlopig worden gegund. Als meer dan 1 Inschrijver met eenzelfde puntenaantal op de eerste plaats eindigt, komt de Inschrijver die het hoogst scoort op het criterium 'SG 4 Pitch' in aanmerking voor voorlopige gunning. Is de score ook op dit onderdeel niet onderscheidend, dan volgt de vergelijking op prijs

### **Gunning**

Met de inschrijver aan wie wordt gegund gaat opdrachtgever nader in overleg over het nader specificeren van de gewenste uitvoering en het kwaliteitsniveau op basis van het uitgebrachte aanbod. Een en ander binnen de scope van de uitvraag.

Definitieve gunning en opdrachtverstrekking vindt plaats op basis van bestuurlijke goedkeuring van de drie provinciebesturen.

Op deze aanbesteding is de gewijzigde Aanbestedingswet 2012 (Staatsblad 2016, 243) van 30 juni 2016 van toepassing.

### **1 GELDIGHEIDSDUUR INSCHRIJVING**

De inschrijving dient tot minimaal 90 dagen na de openingsdatum van de inschrijvingen gestand te worden gedaan, ook in de situatie dat tot definitieve gunning is overgegaan. Vorenstaande houdt ook in dat de inschrijvers aan wie de opdracht niet wordt gegund, zijn inschrijving toch deze 90 dagen gestand doet.

In het geval dat er onverhoopt een kort geding wordt gestart naar aanleiding van de gunningsbeslissing, dienen de inschrijvers hun inschrijving in de situatie dat de hierboven genoemde termijn van 90 dagen onverhoopt wordt overschreden verlengd gestand te doen tot 4 weken (termijn om hoger beroep aan te tekenen) na de datum waarop het in eerder bedoeld kort gedingvonnis is gewezen alsmede voor de periode welke nodig is voor opdrachtgever om redelijkerwijs te voldoen aan de uitspraak.

### **2 PERCELENREGELING**

Opdrachtgever behoudt het recht om 20 % van de opdrachtwaarde met een maximum van € 80.000,- buiten de aanbesteding te houden en dit bedrag conform haar aanbestedingsbeleid onderhands in de markt te zetten.

### **3 KOSTENVERGOEDING**

Inschrijvers hebben geen recht op vergoeding van enigerlei schade en/of kosten in verband met deze aanbesteding.

De door inschrijvers gemaakte kosten met betrekking tot deze aanbestedingsprocedure komen geheel voor eigen rekening van inschrijver.

### **4 VOORBEHOUDEN**

Opdrachtgever behoudt zich het recht voor om op elk moment het gehele aanbestedingstraject tijdelijk of definitief te stoppen en/of niet tot opdrachtverlening over te gaan. Hieronder valt ook de situatie dat er naar het oordeel van opdrachtgever te weinig inschrijvingen zijn ontvangen.

De mededeling van de gunningsbeslissing vindt plaats onder nadrukkelijk voorbehoud van bestuurlijke goedkeuring. Een voornemen tot gunning houdt geen aanvaarding in zoals bedoeld in het voorgaande lid of in de zin van artikel 6:217 lid 1 Burgerlijk Wetboek.

Opdrachtgever behoudt zich het recht voor om de inhoud van deze aanbesteding - waaronder de daarin opgenomen planning - tot 10 dagen voor de uiterlijke datum van indienen van de inschrijving (sluitdatum) aan te vullen en/of te amenderen.

### **5 MOGELIJK ONTBREKENDE INFORMATIE EN CONTROLE**

Opdrachtgever behoudt zich het recht voor alle verstrekte gegevens op juistheid te controleren. Mocht blijken dat informatie ontbreekt, dan kan opdrachtgever besluiten om die ontbrekende informatie alsnog op te vragen. Opdrachtgever is daartoe op geen enkele wijze verplicht.

Opdrachtgever behoudt zich tevens het recht voor om aanvulling, verduidelijking of bewijsstukken van een inschrijving te vragen. Dit is ter uitsluitende beoordeling door opdrachtgever. Opdrachtgever

is daartoe op geen enkele wijze verplicht. De beantwoording dient binnen gestelde termijn, zoals het verzoek zal worden opgenomen, te worden ingediend door inschrijver. Indien de beantwoording te laat of indien de inhoud niet overeenstemt met wat door inschrijver in de inschrijving is gesteld, kan inschrijver worden uitgesloten van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

Inschrijver die in zijn inschrijving onjuiste informatie verstrekt kan door opdrachtgever worden uitgesloten van (verdere) deelname aan de aanbestedingsprocedure c.q. van gunning.

## **6 NIET EENS MET GUNNINGSBESLISSING**

Iedere inschrijver zal geïnformeerd worden over de redenen/motivering van de afwijzing. In de correspondentie aan alle inschrijvers wordt ook de winnende inschrijver bekend gemaakt.

Iedere inschrijver die het niet eens is met de gunningbeslissing van opdrachtgever, kan binnen een termijn van 20 kalenderdagen (fatale termijn) na verzending van de gunningbeslissing een civiel kort geding of spoedvoorziening aanspannen.

Inschrijver verliest zijn recht om geschillen over de gunningsbeslissing voor te leggen aan de bevoegde rechter (de rechtbank in Assen) wanneer een geschil later dan 20 dagen na verzending van de mededeling met de gunningsbeslissing aan de inschrijvers aanhangig wordt gemaakt door betekening van een dagvaarding op het adres van opdrachtgever.

Wanneer niet binnen deze termijn van 20 dagen een kort geding aanhangig is gemaakt (door betekening van een dagvaarding op het adres van opdrachtgever), verliest de inschrijver zijn recht om geschillen over de gunningsbeslissing voor te leggen aan de bevoegde rechter (de rechtbank in Assen).

Opdrachtgever zal naar verwachting overgaan tot definitieve gunning (i.e. het sluiten van de overeenkomst), indien niet binnen voornoemde termijn een kort geding dagvaarding correct is betekend. Wanneer een inschrijver niet, niet tijdig en/of niet correct een kort geding dagvaarding aan opdrachtgever is betekend, dan is hij niet-ontvankelijk in zijn vorderingen. In die situatie gaat opdrachtgever ervan uit dat de desbetreffende inschrijver uitdrukkelijk afstand heeft gedaan van zijn recht om de gunningsbeslissing en/of het verloop en de uitkomst van deze aanbestedingsprocedure door de rechter te laten toetsen.

De gepasseerde inschrijvers hebben in genoemd geval evenzeer hun rechten verwerkt om in een (bodem)procedure een vordering tot schadevergoeding in te stellen. Indien een kort geding aanhangig is gemaakt, zal niet worden overgegaan tot gunning, tenzij onverwijlde spoed dit noodzakelijk maakt.

## **7 KLACHTEN PROCEDURE**

Een potentiële gegadigde die een klacht heeft met betrekking tot deze aanbestedingsprocedure of een onderdeel daarvan kan deze schriftelijk, bij voorkeur per e-mail, bij het klachtenmeldpunt indienen of laten indienen door de door hem ingeschakelde brancheorganisatie via [aanbestedingsklachten@drenthe.nl](mailto:aanbestedingsklachten@drenthe.nl). Hierbij dienen de volgende zaken te worden vermeld:

- dagtekening;
- naam en adresgegevens ondernemer/brancheorganisatie;
- aanduiding van de aanbesteding;
- beschrijving en nadere onderbouwing van de klacht;

- beschrijving van de wijze waarop de klacht volgens de ondernemer verholpen zou kunnen worden.

Het klachtenmeldpunt neemt de klacht zo spoedig mogelijk in behandeling. Wanneer de potentiële gegadigde het niet eens is met de afdoening van de klacht, dan kan de klacht worden voorgelegd aan de landelijke Commissie van Aanbestedingsexperts.

## **8 EÉNMAAL INSCHRIJVEN**

Iedere onderneming mag maximaal één keer meedoen in de aanbestedingsprocedure, hetzij zelfstandig, hetzij als onderdeel van een samenwerkingsverband. Onder onderneming wordt niet alleen verstaan de inschrijvende rechtspersoon, maar tevens alle (rechts-)personen waarmee een juridisch, economisch en/of fiscaal verband bestaat dan wel een eenheid wordt gevormd of tot hetzelfde concern behoren. Er is sprake van een concern wanneer een aantal ondernemingen onder een gemeenschappelijke leiding staat en als eenheid optreedt.

Dit lijkt enkel uitzondering in gevallen waarin de juridische verbondenheid de eerlijke mededinging op geen enkele wijze kan schaden. Indien een onderneming van oordeel is dat daarvan sprake is, dient hij die situatie tijdig, minimaal 14 dagen voor de sluitdatum, en onderbouwd aan opdrachtgever voor te leggen. Indien het gevraagde bewijs niet geleverd wordt, zullen alle betreffende inschrijvende ondernemingen worden uitgesloten van deelname aan de aanbestedingsprocedure.

## **9 SAMENWERKINGSVERBANDEN**

De Aanbestedingswet 2012 geeft de ruimte om een samenwerkingsverband te vormen. Dit betekent dat een inschrijving kan worden gedaan door een 'zelfstandige onderneming' of door een 'combinatie van ondernemingen' (= samenwerkingsverband).

### **Beroep op een Derde**

Een inschrijver kan zich zo nodig beroepen op (een) derde(n), ongeacht de juridische aard van de banden met die derde(n) om aan de minimumeisen op het gebied van de technische en/of beroepsbekwaamheid te voldoen. Deze derde kan een onderaannemer zijn of een lid van de combinatie. In het Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA) dient dit opgegeven te worden. Als een inschrijving wordt gedaan door een combinatie of door een hoofd-/onderaannemer, dan zijn er 'extra' voorwaarden van toepassing. Bij bepaalde vragen in deze aanbesteding is aangegeven of er 1 of meerdere 'extra' voorwaarden zijn en staat er een instructie over de documenten die ingediend moeten worden.

### **Een combinatie:**

Een combinatie houdt in dat meerdere bedrijven gezamenlijk de inschrijving doen (hier wordt dus niet bedoeld een hoofdaannemer met 1 of meerdere onderaannemers). Alle leden van de combinatie zijn (van rechtswege) hoofdelijk aansprakelijk voor de nakoming van de eventueel te gunnen opdracht.

Wijziging in de samenstelling van de combinatie na het indienen van de inschrijving is niet mogelijk, omdat sprake is van een onherroepelijk aanbod van de combinatie. Mocht er inmiddels gegund zijn aan een combinatie die nadien van samenstelling wijzigt kan dat dus aanleiding zijn voor beëindiging van de overeenkomst.

Eventuele wijzigingen van de combinatie hebben telkens de voorafgaande goedkeuring nodig van opdrachtgever. Opdrachtgever kan voorwaarden stellen, welke normaal gesproken in lijn zullen liggen met de gestelde eisen in deze aanbestedingsprocedure, om goedkeuring te verstrekken.

### **Hoofd-/onderaannemer:**

Een hoofdaannemer kan ervoor kiezen om beroep te doen op andere natuurlijke of rechtspersonen en zelf als hoofdaannemer inschrijven. Het is dus de hoofdaannemer die inschrijft en bij gunning de opdracht aanvaard. De hoofdaannemer is en blijft hoofdelijk aansprakelijk voor de volledige en correcte nakoming van alle verbintenissen ten opzichte van opdrachtgever.

Indien de hoofdaannemer een beroep doet op een derde dient deze derde ook daadwerkelijk ingezet te worden. Wijziging van deze derde(n) na het indienen van de Inschrijving is niet mogelijk, omdat de derde noodzakelijk is om aan de geschiktheidseisen te voldoen. Mocht er inmiddels gegund zijn en wil de hoofdaannemer nadien de derde wijzigen kan dat dus aanleiding zijn voor beëindiging van de overeenkomst.

Voor de andere onderaannemers die door hoofdaannemer worden ingezet gaat opdrachtgever er van uit dat de hoofdaannemer alleen integere onderaannemers inschakelt en dat de hoofdaannemer in staat is voor de integriteit van zijn onderaannemers. Op verzoek van opdrachtgever dient de hoofdaannemer de integriteit aan te tonen. Opdrachtgever kan van deze mogelijkheid gebruik maken als zij aanwijzingen of twijfel heeft aan de integriteit van een onderaannemer. Mocht de integriteit niet in orde zijn, dan dient opdrachtnemer de betreffende onderaannemer onverwijld te vervangen, zonder dat opdrachtnemer hiervoor (extra) kosten in rekening kan brengen en/of de planning kan aanpassen.

Eventuele wijzigingen van de onderaannemer(s) hebben telkens de voorafgaande goedkeuring nodig van opdrachtgever. Opdrachtgever kan hieraan voorwaarden stellen, welke normaal gesproken in lijn zullen liggen met de gestelde eisen in deze aanbestedingsprocedure, om de goedkeuring te verstrekken.

## **10 WET BIBOB**

Opdrachtgever behoudt zich het recht voor een inschrijver en/of zijn in te schakelen derden/onderaannemers te onderwerpen aan de BIBOB-toets bij het Bureau BIBOB van het ministerie van Justitie.

Om een integriteitbeoordeling te kunnen maken wordt bij de inschrijving gevraagd om het indienen van een Uniform Europees Aanbestedingsdocument. Aan de inschrijver aan wie opdrachtgever voornemens is de opdracht te verstrekken kan om bewijsstukken gevraagd worden die voor de gunning overlegd dienen te worden. Bij het niet aanleveren van de gevraagde gegevens kan de inschrijver uitgesloten worden van gunning.

Opdrachtgever kan het Bureau BIBOB inzake deze overheidsopdracht (die ziet op een bij Besluit BIBOB aangewezen sector) om advies vragen:

1. voordat een beslissing wordt genomen inzake de gunning van een dergelijke overheidsopdracht;
2. in het geval opdrachtgever bij overeenkomst heeft bedongen dat de overeenkomst ontbonden wordt, indien -kort gezegd- een BIBOB-advies daartoe aanleiding geeft en het advies dat Bureau BIBOB op basis van de uitkomst van haar onderzoek zal uitbrengen geeft opdrachtgever bij zijn eigen inhoudelijke afweging om de opdracht wel of niet aan een betrokkene te gunnen dan wel een overeenkomst te ontbinden.

Indien toepassing van de wet BIBOB opdrachtgever aanleiding geeft advies in te winnen bij het bureau BIBOB, kan de gestanddoeningstermijn worden verlengd met een periode van maximaal twaalf weken.

Opdrachtgever behoudt zich het recht voor ontbinding van de overeenkomst te vorderen indien haar na gunning feiten of omstandigheden, die in relatie staan tot de onderneming of persoon van de

wederpartij, bekend worden die, waren deze bekend geweest voor het tijdstip van opdrachtverlening, aanleiding hadden gegeven de opdracht niet te gunnen.

## **11 RECHTSGELDIGHEID EN VOLMACHT**

Alle bijlagen en verklaringen zijn door inschrijver volledig ingevuld en ieder afzonderlijk ondertekend door de rechtsgeldige vertegenwoordiger of een door de rechtsgeldige vertegenwoordiger gevolmachtigde en zijn aan de desbetreffende vraag toegevoegd/geüpload.

## **12 INSCHRIJVEN CONFORM PLATFORM, BIJLAGEN EN STANDAARDFORMULIEREN**

Het aanbrengen van wijzigingen, dan wel aanvullingen in de in uw account opgenomen en in te leveren formats, tabellen en vragenlijsten, behalve beantwoording van de vragen en formalisering van documenten, is niet toegestaan en kan leiden tot uitsluiting van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

Inschrijvingen waaraan één of meer voorwaarden zijn verbonden, worden als ongeldig ter zijde gelegd.

## **13. ONDUIDELIJKHEDEN EN ONVOLKOMENHEDEN**

De aanbestedingsstukken met alle bijbehorende bijlagen zijn met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. Desondanks kunnen er toch onduidelijkheden of onvolkomenheden in deze aanbestedingsstukken voorkomen. De aanbestedende dienst verwacht een proactieve houding van inschrijver zelf, hetgeen betekent dat inschrijver eventuele onduidelijkheden of onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken zo spoedig mogelijk zelf schriftelijk aan de aanbestedende dienst moet melden en wel op een zodanig moment dat deze onduidelijkheden of onvolkomenheden nog ongedaan kunnen worden gemaakt. Dat wil zeggen uiterlijk 1 kalenderdag voordat de laatste Nota van Inlichtingen wordt verzonden. Inschrijver is dus zelf verplicht te onderzoeken of, en de opdrachtgever onverwijld schriftelijk te waarschuwen indien de aan hem verschaft informatie zodanige onduidelijkheden of onvolkomenheden bevat, dat hij in strijd met de eisen van redelijkheid en billijkheid zou handelen als hij zonder waarschuwing bij het verlenen van de opdracht op deze informatie zou voortbouwen.

Indien en voor zover inschrijver gebruikmaakt van de aan hem verstrekte informatie:

- Wordt hij geacht die inhoud volledig te hebben gecontroleerd. En
  - Maakt hij die inhoud tot de zijne en accepteert hij de uitsluitende verantwoordelijkheid daarvoor.
- Na het verstrijken van de uiterste termijn waarbinnen de inschrijvingen moeten zijn ingediend kan inschrijver geen bezwaar meer maken tegen eventuele onduidelijkheden of onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken. Derhalve verwerkt inschrijver haar recht om na de aanbesteding alsnog bezwaar te maken tegen (de gevolgen van) eventuele schendingen van het (aanbestedings-)recht, voor zover daarvan sprake zou zijn in de aanbestedingsstukken en wordt de inschrijver geacht onverkort en onvoorwaardelijk met de inhoud van de documenten te hebben ingestemd. De aanbestedende dienst is op geen enkele wijze aansprakelijk voor de gevolgen van de eventuele onduidelijkheden of onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken; deze zijn dan voor risico van inschrijver.

Op deze aanbesteding is de gewijzigde Aanbestedingswet 2012 (Staatsblad 2016, 243) van 30 juni 2016 van toepassing.

## **1 GELDIGHEIDSDUUR INSCHRIJVING**

De inschrijving dient tot minimaal 90 dagen na de openingsdatum van de inschrijvingen gestand te worden gedaan, ook in de situatie dat tot definitieve gunning is overgegaan. Vorenstaande houdt ook in dat de inschrijvers aan wie de opdracht niet wordt gegund, zijn inschrijving toch deze 90 dagen gestand doet.

In het geval dat er onverhoopt een kort geding wordt gestart naar aanleiding van de gunningsbeslissing, dienen de inschrijvers hun inschrijving in de situatie dat de hierboven genoemde termijn van 90 dagen onverhoopt wordt overschreden verlengd gestand te doen tot 4 weken (termijn om hoger beroep aan te tekenen) na de datum waarop het in eerder bedoeld kort gedingvonnis is gewezen alsmede voor de periode welke nodig is voor opdrachtgever om redelijkerwijs te voldoen aan de uitspraak.

## **2 PERCELENREGELING**

Oprachtgever behoudt het recht om 20 % van de opdrachtwaarde met een maximum van € 80.000,- buiten de aanbesteding te houden en dit bedrag conform haar aanbestedingsbeleid onderhands in de markt te zetten.

## **3 KOSTENVERGOEDING**

Inschrijvers hebben geen recht op vergoeding van enigerlei schade en/of kosten in verband met deze aanbesteding.

De door inschrijvers gemaakte kosten met betrekking tot deze aanbestedingsprocedure komen geheel voor eigen rekening van inschrijver.

## **4 VOORBEHOUDEN**

Oprachtgever behoudt zich het recht voor om op elk moment het gehele aanbestedingstraject tijdelijk of definitief te stoppen en/of niet tot opdrachtverlening over te gaan. Hieronder valt ook de situatie dat er naar het oordeel van opdrachtgever te weinig inschrijvingen zijn ontvangen.

De mededeling van de gunningsbeslissing vindt plaats onder nadrukkelijk voorbehoud van bestuurlijke goedkeuring. Een voornemen tot gunning houdt geen aanvaarding in zoals bedoeld in het voorgaande lid of in de zin van artikel 6:217 lid 1 Burgerlijk Wetboek.

Oprachtgever behoudt zich het recht voor om de inhoud van deze aanbesteding - waaronder de daarin opgenomen planning - tot 10 dagen voor de uiterlijke datum van indienen van de inschrijving (sluitdatum) aan te vullen en/of te amenderen.

## **5 MOGELIJK ONTBREKENDE INFORMATIE EN CONTROLE**

Oprachtgever behoudt zich het recht voor alle verstrekte gegevens op juistheid te controleren. Mocht blijken dat informatie ontbreekt, dan kan opdrachtgever besluiten om die ontbrekende informatie alsnog op te vragen. Opdrachtgever is daartoe op geen enkele wijze verplicht.

Oprachtgever behoudt zich tevens het recht voor om aanvulling, verduidelijking of bewijsstukken

van een inschrijving te vragen. Dit is ter uitsluitende beoordeling door opdrachtgever. Opdrachtgever is daartoe op geen enkele wijze verplicht. De beantwoording dient binnen gestelde termijn, zoals het verzoek zal worden opgenomen, te worden ingediend door inschrijver. Indien de beantwoording te laat of indien de inhoud niet overeenstemt met wat door inschrijver in de inschrijving is gesteld, kan inschrijver worden uitgesloten van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

Inschrijver die in zijn inschrijving onjuiste informatie verstrekt kan door opdrachtgever worden uitgesloten van (verdere) deelname aan de aanbestedingsprocedure c.q. van gunning.

## 6 NIET EENS MET GUNNINGSBESLISSING

Iedere inschrijver zal geïnformeerd worden over de redenen/motivering van de afwijzing. In de correspondentie aan alle inschrijvers wordt ook de winnende inschrijver bekend gemaakt.

Iedere inschrijver die het niet eens is met de gunningbeslissing van opdrachtgever, kan binnen een termijn van 20 kalenderdagen (fatale termijn) na verzending van de gunningbeslissing een civiel kort geding of spoedvoorziening aanspannen.

Inschrijver verliest zijn recht om geschillen over de gunningsbeslissing voor te leggen aan de bevoegde rechter (Nb. De bevoegde rechter in het arrondissement Groningen) wanneer een geschil later dan 20 dagen na verzending van de mededeling met de gunningsbeslissing aan de inschrijvers aanhangig wordt gemaakt door betekening van een dagvaarding op het adres van opdrachtgever.

Indien niet binnen voornoemde termijn een kort gedingdagvaarding correct is betekend zal opdrachtgever naar verwachting overgaan tot definitieve gunning (i.e. het sluiten van de overeenkomst). Wanneer een inschrijver niet, niet tijdig en/of niet correct een kort gedingdagvaarding aan opdrachtgever is betekend, dan is hij niet-ontvankelijk in zijn vorderingen. In die situatie gaat opdrachtgever ervan uit dat de desbetreffende inschrijver uitdrukkelijk afstand heeft gedaan van zijn recht om de gunningsbeslissing en/of het verloop en de uitkomst van deze aanbestedingsprocedure door de rechter te laten toetsen.

De gepasseerde inschrijvers hebben in genoemd geval evenzeer hun rechten verwerkt in een (bodem)procedure een vordering tot schadevergoeding in te stellen. Indien een kort geding aanhangig is gemaakt, zal niet worden overgegaan tot gunning, tenzij onverwijld spoed dit noodzakelijk maakt.

De dagvaarding dient in ieder geval ook op de kortst mogelijke termijn per e-mail te worden verzonden naar [concerninkoop@provinciegroningen.nl](mailto:concerninkoop@provinciegroningen.nl)

## 7 KLACHTEN PROCEDURE

De (potentiele) inschrijver die een klacht heeft met betrekking tot deze aanbestedingsprocedure of een onderdeel daarvan kan een klacht schriftelijk, per e-mail, indienen of laten indienen door de door hem ingeschakelde brancheorganisatie via [aanbestedingsklachten@provinciegroningen.nl](mailto:aanbestedingsklachten@provinciegroningen.nl). Hierbij dienen de volgende zaken te worden vermeld:

- naam en adresgegevens inschrijver / brancheorganisatie;
- aanduiding van de aanbesteding;
- beschrijving en nadere onderbouwing van de klacht;

- beschrijving van de wijze waarop het knelpunt volgens de inschrijver verholpen zou kunnen worden.

Het klachtenmeldpunt neemt de klacht zo spoedig mogelijk in behandeling. Wanneer de ondernemer het niet eens is met de afdoening van de klacht, dan kan de klacht worden voorgelegd aan de landelijke Commissie van Aanbestedingsexperts.

## 8 EÉNMAAL INSCHRIJVEN

Iedere onderneming mag maximaal één keer meedoen in de aanbestedingsprocedure, hetzij zelfstandig, hetzij als onderdeel van een samenwerkingsverband. Onder onderneming wordt niet alleen verstaan de inschrijvende rechtspersoon, maar tevens alle (rechts-)personen waarmee een juridisch, economisch en/of fiscaal verband bestaat dan wel een eenheid wordt gevormd of tot hetzelfde concern behoren. Er is sprake van een concern wanneer een aantal ondernemingen onder een gemeenschappelijke leiding staat en als eenheid optreedt.

## 9 SAMENWERKINGSVERBANDEN

De Aanbestedingswet 2012 geeft de ruimte om een samenwerkingsverband te vormen. Dit betekent dat een inschrijving kan worden gedaan door een 'zelfstandige onderneming' of door een 'combinatie van ondernemingen' (= samenwerkingsverband).

### Beroep op een Derde

Een inschrijver kan zich zo nodig beroepen op (een) derde(n), ongeacht de juridische aard van de banden met die derde(n) om aan de minimumeisen op het gebied van de technische en/of beroepsbekwaamheid te voldoen. Deze derde kan een onderaannemer zijn of een lid van de combinatie. In de UEV dient dit opgegeven te worden.

Als een inschrijving wordt gedaan door een combinatie of door een hoofd-/onderaannemer, dan zijn er 'extra' voorwaarden van toepassing. Bij bepaalde vragen in deze aanbesteding is aangegeven of er 1 of meerdere 'extra' voorwaarden zijn en staat er een instructie over de documenten die ingediend moeten worden.

### Een combinatie:

Een combinatie houdt in dat meerdere bedrijven gezamenlijk de inschrijving doen (hier wordt dus niet bedoeld een hoofdaannemer met 1 of meerdere onderaannemers). Alle leden van de combinatie zijn (van rechtswege) hoofdelijk aansprakelijk voor de nakoming van de eventueel te gunnen opdracht.

Wijziging in de samenstelling van de combinatie na het indienen van de inschrijving is niet mogelijk, omdat sprake is van een onherroepelijk aanbod van de combinatie. Mocht er inmiddels gegund zijn aan een combinatie die nadien van samenstelling wijzigt kan dat dus aanleiding zijn voor beëindiging van de overeenkomst.

Eventuele wijzigingen van de combinatie hebben telkens de voorafgaande goedkeuring nodig van opdrachtgever. Opdrachtgever kan voorwaarden stellen, welke normaal gesproken in lijn zullen liggen met de gestelde eisen in deze aanbestedingsprocedure, om goedkeuring te verstrekken.

### Hoofd-/onderaannemer:

Een hoofdaannemer kan ervoor kiezen om beroep te doen op andere natuurlijke of rechtspersonen

en zelf als hoofdaannemer inschrijven. Het is dus de hoofdaannemer die inschrijft en bij gunning de opdracht aanvaard. De hoofdaannemer is en blijft hoofdelijk aansprakelijk voor de volledige en correcte nakoming van alle verbintenissen ten opzichte van opdrachtgever.

Indien de hoofdaannemer een beroep doet op een derde dient deze derde ook daadwerkelijk ingezet te worden. Wijziging van deze derde(n) na het indienen van de Inschrijving is niet mogelijk, omdat de derde noodzakelijk is om aan de geschiktheidseisen te voldoen. Mocht er inmiddels gegund zijn en wil de hoofdaannemer nadien de derde wijzigen kan dat dus aanleiding zijn voor beëindiging van de overeenkomst.

Voor de andere onderaannemers die door hoofdaannemer worden ingezet gaat opdrachtgever er van uit dat de hoofdaannemer alleen integere onderaannemers inschakelt en dat de hoofdaannemer in staat voor de integriteit van zijn onderaannemers. Op verzoek van opdrachtgever dient de hoofdaannemer de integriteit aan te tonen. Opdrachtgever kan van deze mogelijkheid gebruik maken als zij aanwijzingen of twijfel heeft aan de integriteit van een onderaannemer. Mocht de integriteit niet in orde zijn, dan dient opdrachtnemer de betreffende onderaannemer onverwijld te vervangen, zonder dat opdrachtnemer hiervoor (extra) kosten in rekening kan brengen en/of de planning kan aanpassen.

Eventuele wijzigingen van de onderaannemer(s) hebben telkens de voorafgaande goedkeuring nodig van opdrachtgever. Opdrachtgever kan hieraan voorwaarden stellen, welke normaal gesproken in lijn zullen liggen met de gestelde eisen in deze aanbestedingsprocedure, om de goedkeuring te verstrekken.

## 10 WET BIBOB

Opdrachtgever behoudt zich het recht voor een inschrijver en/of zijn in te schakelen derden/onderaannemers te onderwerpen aan de BIBOB-toets bij het Bureau BIBOB van het ministerie van Justitie.

Om een integriteitbeoordeling te kunnen maken wordt bij de inschrijving gevraagd om het indienen van een Uniform Europees Aanbestedingsdocument. Aan de inschrijver aan wie opdrachtgever voornemens is de opdracht te verstrekken kan om bewijsstukken gevraagd worden die voor de gunning overlegd dienen te worden. Bij het niet aanleveren van de gevraagde gegevens kan de inschrijver uitgesloten worden van gunning.

Opdrachtgever kan het Bureau BIBOB inzake deze overheidsopdracht (die ziet op een bij Besluit BIBOB aangewezen sector) om advies vragen:

1. voordat een beslissing wordt genomen inzake de gunning van een dergelijke overheidsopdracht;
2. in het geval opdrachtgever bij overeenkomst heeft bedongen dat de overeenkomst ontbonden wordt, indien -kort gezegd- een BIBOB-advies daartoe aanleiding geeft en het advies dat Bureau BIBOB op basis van de uitkomst van haar onderzoek zal uitbrengen geeft opdrachtgever bij zijn eigen inhoudelijke afweging om de opdracht wel of niet aan een betrokkene te gunnen danwel een overeenkomst te ontbinden.

Indien toepassing van de wet BIBOB opdrachtgever aanleiding geeft advies in te winnen bij het bureau BIBOB, kan de gestanddoeningstermijn worden verlengd met een periode van maximaal twaalf weken.

Opdrachtgever behoudt zich het recht voor ontbinding van de overeenkomst te vorderen indien haar na gunning feiten of omstandigheden, die in relatie staan tot de onderneming of persoon van de

wederpartij, bekend worden die, waren deze bekend geweest voor het tijdstip van opdrachtverlening, aanleiding hadden gegeven de opdracht niet te gunnen.

## **11 RECHTSGELDIGHEID EN VOLMACHT**

Alle bijlagen en verklaringen zijn door inschrijver volledig ingevuld en ieder afzonderlijk ondertekend door de rechtsgeldige vertegenwoordiger of een door de rechtsgeldige vertegenwoordiger gevolmachtigde en zijn aan de desbetreffende vraag toegevoegd/geüpload.

## **12 INSCHRIJVEN CONFORM PLATFORM, BIJLAGEN EN STANDAARDFORMULIEREN**

Het aanbrengen van wijzigingen, dan wel aanvullingen in de in uw account opgenomen en in te leveren formats, tabellen en vragenlijsten, behalve beantwoording van de vragen en formalisering van documenten, is niet toegestaan en kan leiden tot uitsluiting van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

Inschrijvingen waaraan één of meer voorwaarden zijn verbonden, worden als ongeldig ter zijde gelegd.

## **13 ONDUIDELIJKHEDEN EN ONVOLKOMENHEDEN**

De aanbestedingsstukken met alle bijbehorende bijlagen zijn met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. Desondanks kunnen er toch onduidelijkheden of onvolkomenheden in deze aanbestedingsstukken voorkomen. De aanbestedende dienst verwacht een proactieve houding van inschrijver zelf, hetgeen betekent dat inschrijver eventuele onduidelijkheden of onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken zo spoedig mogelijk schriftelijk aan de aanbestedende dienst moet melden en wel op een zodanig moment dat deze onduidelijkheden of onvolkomenheden nog ongedaan kunnen worden gemaakt. Dat wil zeggen uiterlijk 1 kalenderdag voordat de laatste Nota van Inlichtingen wordt verzonden. Inschrijver is dus zelf verplicht te onderzoeken of, en de aanbestedende dienst onverwijld schriftelijk te waarschuwen indien de aan hem verschaft informatie zodanige onduidelijkheden of onvolkomenheden bevat, dat hij in strijd met de eisen van redelijkheid en billijkheid zou handelen als hij zonder waarschuwing bij het verlenen van de opdracht op deze informatie zou voortbouwen.

Indien en voor zover inschrijver gebruik maakt van de aan hem verstrekte informatie:

- Wordt hij geacht die inhoud volledig te hebben gecontroleerd; en
- Maakt hij die inhoud tot de zijne en accepteert hij de uitsluitende verantwoordelijkheid daarvoor.

Na het verstrijken van de uiterste termijn waarbinnen de inschrijvingen moeten zijn ingediend kan inschrijver geen bezwaar meer maken tegen eventuele onduidelijkheden of onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken.

Aanbestedende dienst is op geen enkele wijze aansprakelijk voor de gevolgen van de eventuele onduidelijkheden of onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken. Deze zijn dan voor risico van inschrijver.

## 65608 Top Dutch

Naam van vragenlijst	Periode van beantwoorden door aanbidders	Gekoppeld aan prijslijst	Gewogen	Toe te passen gunningsformule	Gewicht/Waarde	Aantal vragen
1. Inschrijvingsprocedure	Offertefase	Niet gekoppeld aan prijslijst	Nee	—	—	12

---

Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
1.1. Algemeen	2 (2 KO's)	—


---

Op deze aanbesteding is de Aanbestedingswet 2012 (Staatsblad 2012, 542) van 1 november 2012 van toepassing.

### Inschrijvingsprocedure

1.1.1. Wanneer u het document Inschrijvingsprocedure heeft gelezen dient u deze vraag met "JA" te beantwoorden. Met deze beantwoording gaat u tevens akkoord met het in het document gestelde. Indien een bepaling uit de Inschrijvingsprocedure niet van toepassing is op deze aanbesteding, dan is dit bij de betreffende bepaling aangegeven.

Tender documenten:

 Inschrijvingsprocedure.pdf 124 Kb [Download](#) | [Bekijk](#)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

---

### Duur van de overeenkomst

1.1.2. De overeenkomst zal aangegaan worden voor een periode van twee jaar: van september 2017 tot en met september 2019. De opdracht kan worden verlengd tot september 2022.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

---



Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
1.2. De opdracht	2 (2 KO's)	—

### Opdracht beschrijving

1.2.1. Inschrijver gaat akkoord met de voorgestelde opdracht.

Bijgevoegd een beschrijving van de gevraagde dienstverlening en de gehanteerde gunnings- en beoordelingsmethodiek.

Tender documenten:

 Gunning- en beoordelingssystematiek.docx 29 Kb	<a href="#">Download</a>   <a href="#">Bekijk</a>
 Opdracht.docx 39 Kb	<a href="#">Download</a>   <a href="#">Bekijk</a>

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

### Motivering samenvoeging opdracht en percelen.

1.2.2. De 3 noordelijke provincies wensen een gezamenlijke identiteit naar buiten uit te stralen. Derhalve is het wenselijk om opdrachten tot een opdracht samen te voegen.

Deze opdracht wordt aanbesteed in één perceel. Het opdelen in percelen is gezien de complexiteit en samenhang in de gevraagde dienstverlening niet wenselijk. Opsplitsing leidt tot inefficiency en draagt niet bij aan de projectdoelstelling.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
1.3. Inschrijvingsvereisten	8 (5 KO's)	—

### Algemeen

In de volgende paragrafen wordt aangegeven welke informatie een inschrijver dient in te leveren ten behoeve van de beoordeling op grond van de geschiktheidseisen, waaronder uitsluitingsgronden. Aanbesteder behoudt zich het recht voor om naast de informatie als gevraagd in de vragen nadere bewijsstukken te verlangen. Indien de inhoud van deze bewijsstukken niet overeenkomt met hetgeen in de inschrijving is gesteld kan de inschrijver worden uitgesloten van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

### Uniform Europees Aanbestedingsdocument

1.3.1. Inschrijver wordt gevraagd het gekoppelde Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA) volledig en zonder voorbehoud in te vullen. In het UEA is door opdrachtgever duidelijk aangegeven welke onderdelen inschrijver dient in te vullen.

Inschrijver dient het volledig ingevulde en ondertekende UEA als antwoord aan deze vraag te koppelen. De beoordeling en het eventueel toekennen van een knock-out geschiedt door opdrachtgever.

Indien in combinatie wordt ingeschreven dient elk lid van de combinatie afzonderlijk het UEA in te vullen en als antwoord aan deze vraag te koppelen.

Ook indien een ondernemer zich beroept op de financiële en economische draagkracht van andere natuurlijke personen of rechtspersonen, dienen de betreffende natuurlijke of rechtspersonen het UEA in te vullen en als antwoord aan deze vraag te koppelen.

Onwaarheden, onjuistheden of onvolledigheden ten aanzien van de opgegeven informatie op het ingevulde UEA kan leiden tot uitsluiting van de procedure. Opdrachtgever behoudt zich het recht voor de opgegeven informatie op juistheid te controleren.

Binnen 5 werkdagen na een daartoe gericht verzoek van opdrachtgever dient de betreffende inschrijver/combinant/onderaannemer de bewijsmiddelen, waaruit blijkt dat inschrijver voldoet aan de gestelde eisen zoals vermeld op het UEA, aan te leveren. Indien inschrijver de gevraagde informatie niet na een eerste verzoek, uiterlijk binnen 5 werkdagen verstrekt, kan dit een reden zijn om de inschrijving af te wijzen en dus de inschrijver uit te sluiten voor de rest van de aanbestedingsprocedure. E.e.a. alleen ter beoordeling van opdrachtgever.

*U wordt er uitdrukkelijk op gewezen dat voor bepaalde van de genoemde bewijsmiddelen een lange(re) termijn voor aanvraag bestaat. U dient er derhalve zorg voor te dragen dat u deze tijdig in uw bezit heeft.*

Tender documenten:

 Uniform Europees Aanbestedingsdocument 65608 Top Dutch .pdf 985 Kb [Download](#) | [Bekijk](#)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

## Geschiktheidseis technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid

- 1.3.2. Door opdrachtgever zijn de volgende kerncompetenties vastgesteld, benodigd voor het toetsen van de technische bekwaamheid en/of beroepsbekwaamheid, overeenstemmend met essentiële punten van de opdracht:

### Kerncompetentie 1 betreft:

De inschrijver heeft minimaal 3 jaar aantoonbare ervaring met meerjarige internationale acquisitiecampagnes met een contractwaarde van minimaal € 350.000. De inschrijver toont dit aan middels het indienen van een referentie van een opdracht. Dit mag ook een lopende opdracht zijn. De uitgevoerde werkzaamheden/dienstverlening bij de referent mogen niet langer dan twee jaar vóór 1 januari 2017 zijn beëindigd.

### Kerncompetentie 2 betreft:

De inschrijver heeft minimaal 3 jaar aantoonbare kennis van en ervaring met internationale branding, re-branding en off- en online marketing in de business to business sector en heeft hier aantoonbare successen in behaald. De inschrijver toont dit aan middels het indienen van een referentie. De uitgevoerde werkzaamheden/dienstverlening bij de referent mogen niet langer dan twee jaar vóór 1 januari 2017 zijn beëindigd.

NB Indien meerdere van de gevraagde kerncompetenties betrekking hebben op hetzelfde project, dan kan voor het meerdere volstaan worden met het verwijzen naar de betreffende referentieproject.

Inschrijver mag voor de op te geven referenties een eigen format gebruiken. De referenties dienen niet ouder te zijn dan 3 jaar. De Inschrijver verklaart hiermee tevens dat deze dienstverlening goed en vakkundig is uitgevoerd en geeft aanbesteder toestemming eventueel contact op te nemen met de betreffende contactpersoon van referent. Uit die contacten moet blijken dat Inschrijver in staat is opdrachtgever goed te bedienen. De ingediende referenties dienen alle contactinformatie te bevatten die opdrachtgever benodigd teneinde de referentie te kunnen toetsen. Daarnaast dient in de referentie minimaal te worden beschreven:

- beschrijving van de uitgevoerde opdracht;
- opdrachtgever;
- de omvang (of het relevante deel) van de opdracht;
- eventueel betrokken combinanten/onderaannemers;
- periode van uitvoering.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

## Geschiktheidseis beroepsbevoegheid

- 1.3.3. Inschrijver is volgens de eisen van de wetgeving van de lidstaat waar zij is gevestigd, in het beroeps- of handelsregister ingeschreven. Voor Nederland geldt hiervoor een uittreksel uit het register van de Kamer van Koophandel. In antwoord op deze vraag dient de inschrijver een uittreksel uit het register van de Kamer van Koophandel te uploaden. Dit document mag niet ouder zijn dan zes maanden voor de inschrijfdatum.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

## Algemene Voorwaarden

- 1.3.4. De algemene leverings- en betalingsvoorwaarden van inschrijver dan wel andere algemene of bijzondere voorwaarden worden op voorhand afgewezen. De algemene inkoopvoorwaarden (aiv) van Opdrachtgever (Provincie Groningen) zullen van toepassing zijn. Eventuele tekstvoorstellen tot wijziging van deze voorwaarden zullen met de nota van inlichtingen worden beantwoord. Opdrachtgever behoudt zich hierbij het recht voor gedane tekstvoorstellen te verwerpen.

Inschrijver accepteert de AIV, inclusief eventuele, door opdrachtgever geaccepteerde wijzigingen zonder voorbehoud (antwoord JA)

Antwoord Nee kan leiden tot uitsluiting.

Tender documenten:

 AIV provincie Groningen 2015.pdf 344 Kb	<a href="#">Download</a>	<a href="#">Bekijk</a>
---	--------------------------	------------------------

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

## Gedragsverklaring aanbesteden

- 1.3.5. Inschrijver dient binnen een termijn van vijf (5) kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de aanbestedende dienst (een kopie van) de Gedragsverklaring Aanbesteden dan wel een vergelijkbare verklaring uit het land van herkomst te overleggen. De Gedragsverklaring mag niet ouder zijn dan 2 jaar, gerekend vanaf het moment van inschrijving en dient betrekking te hebben op de actuele situatie van de inschrijver.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	—	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

- 1.3.6. **Aansprakelijkheid combinaties, economisch/financiële draagkracht en inzetten van bekwaamheden van derden (onderaanneming)**

Indien inschrijver zich als combinatie aanmeldt dan JA invullen, anders NEE. Bij een JA dient ieder lid van de combinatie bij inschrijving een rechtsgeldig ondertekende verklaring over te leggen waarin is verklaard dat alle tot de combinatie behorende ondernemingen zich gezamenlijk en hoofdelijk aansprakelijk stellen voor de uitvoering van de te gunnen opdracht.

Een combinatie mag uit maximaal 3 combinanten bestaan.

Teneinde aan te tonen dat een inschrijver voldoet aan de geschiktheidseisen kan hij zich naast de eigen bekwaamheid uitsluitend beroepen op de bekwaamheden van een derde indien en voor zover hij aantoont dat deze derde zich onvoorwaardelijk jegens hem heeft verbonden om de voor de uitvoering van de opdracht benodigde middelen (in de ruimste zin van het woord, daaronder mede te verstaan: kennis, menskracht en materieel) in te zetten.

De betreffende derde dient bij de uitvoering van de opdracht ook daadwerkelijk en overeenkomstig te worden ingezet.

Geef in onderstaande tekstveld aan JA, NEE en indien JA upload hier de verklaring. Tender documenten:

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	—	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

- 1.3.7. **Contractvorming** Als onderdeel van deze aanbestedingsprocedure is als bijlage bij deze vraag een conceptovereenkomst gevoegd. Eventuele tekstvoorstellen tot wijziging van deze overeenkomst zullen met de nota van inlichtingen worden beantwoord. Opdrachtgever behoudt zich hierbij het recht voor gedane tekstvoorstellen te verwerpen.

Inschrijver accepteert de overeenkomst, inclusief eventuele, door opdrachtgever geaccepteerde wijzigingen zonder voorbehoud (antwoord JA).

Antwoord Nee kan leiden tot uitsluiting.

Tender documenten:

 Concept overeenkomst TopDutch.docx 203 Kb [Download](#) | [Bekijk](#)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

### 1.3.8. Holding verklaring

Inschrijvers dienen binnen een termijn van zeven kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de Aanbestedende Dienst het volgende bewijsmiddel te overleggen:

Verklaring Financiële en Technische aansprakelijkheid

indien inschrijver deel uit maakt van een holding- of moedermaatschappij en inschrijver bij deze aanbesteding gebruik maakt van de financiële (jaar)cijfers van de holding-/moedermaatschappij.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	—	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

Naam van vragenlijst	Periode van beantwoorden door aanbieders	Gekoppeld aan prijslijst	Gewogen	Toe te passen gunningsformule	Gewicht/Waarde	Aantal vragen
2. Te beantwoorden vragen van Plan van Aanpak	Offertefase	Niet gekoppeld aan prijslijst	Nee	—	—	3
Naam van vragengroep		Aantal vragen		Gebruikers die vragengroep beheren		
2.1.	Gunningscriteria	3 (3 KO's)		—		

#### 2.1.1. SG1. Strategie en plan van aanpak

Upload hier uw antwoord met betrekking tot **Strategie en plan van aanpak**; Uw beschrijving beslaat maximaal 4 pagina's A4 (lettergrootte minimaal 10pt)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

#### Plan van Aanpak

##### 2.1.2. SG2. Inzet middelen en resultaten

Upload hier uw antwoord met betrekking tot **Inzet middelen en resultaten**. Uw beschrijving beslaat maximaal 3 pagina's A4(lettergrootte minimaal 10pt),

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

##### 2.1.3. SG3. Organisatie financiën en afstemming

Upload hier uw antwoord met betrekking tot **Organisatie en Afstemming**; Uw beschrijving beslaat maximaal 3 pagina's A4 (lettergrootte minimaal 10pt)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

Naam van vragenlijst	Periode van beantwoorden door aanbieders	Gekoppeld aan prijslijst	Gewogen	Toe te passen gunningsformule	Gewicht/Waarde	Aantal vragen
3. Inschrijvingsprocedure - Verificatie suffix	Offerte verificatiefase	Niet gekoppeld aan prijslijst	Nee	—	—	2

Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
3.1. Inschrijvingsvereisten	2 (2 KO's)	—

### 3.1.1. Gedragsverklaring aanbesteden (GVA)

Inschrijver en elke combinant, dienen binnen een termijn van vijf (5) kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de aanbestedende dienst (een kopie van) de Gedragsverklaring Aanbesteden dan wel een vergelijkbare verklaring uit het land van herkomst te overleggen. De Gedragsverklaring mag niet ouder zijn dan 2 jaar, gerekend vanaf het moment van inschrijving en dient betrekking te hebben op de actuele situatie van de Gegadigde.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offerte verificatiefase

### 3.1.2. Beroep op derden

Inschrijvers, waaronder elke Combinant, dienen binnen een termijn van vijf kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de Aanbestedende Dienst hiervoor het volgende bewijsmiddel te overleggen:

Bijlage Verklaring Combinatie Onderaanneming

Bij een beroep op de technische bekwaamheid van derden: een bewijs van samenwerking waarmee Inschrijver aantoont daadwerkelijk en onherroepelijk een beroep te (kunnen) doen op de technische bekwaamheid van de betreffende derde(n).

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offerte verificatiefase



# OPDRACHTBESCHRIJVING

## Algemeen

De drie noordelijke provincies Fryslân, Drenthe en Groningen hebben zich tot doel gesteld om zich sterker te profileren voor internationale 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.

De provincie Groningen treedt in dezen als aanbestedende dienst op en verzoekt u mede ten behoeve van de provincies Fryslân en Drenthe een inschrijving te doen voor:

*De ontwikkeling van een tweejarige internationale campagne ter ondersteuning van het Noord-Nederlands acquisitiebeleid voor bedrijven.*

De provincie Groningen volgt, gelet op de aard en de omvang van de opdracht, een openbare Europese aanbestedingsprocedure.

Als budget voor de ontwikkeling en uitvoering van de campagne is maximaal € 1,2 miljoen excl. BTW, beschikbaar (dit bedrag is inclusief de benodigde media-inkoop).. Overschrijding van dit bedrag leidt tot terzijde legging van uw inschrijving.

## Beschrijving van de opdracht:

De provincies hebben besloten om vanaf september 2017 twee jaar lang een internationale campagne te gaan voeren om zich sterker te profileren voor internationale 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, die de bekendheid van het Noordelijke vestigingsklimaat bij buitenlandse ondernemingen wereldwijd sterk moet vergroten. De provincies willen een contract afsluiten met een partij voor de ontwikkeling en uitvoering van deze campagne.

Opdrachtgever wenst met deze aanbesteding te bereiken dat:

- De 3 noordelijke provincies een gezamenlijke identiteit naar buiten uitstralen.
- Noord-Nederland als vestigingsplaats voor nieuwe bedrijven wordt gepromoot.
- Er binnen twee jaar een aantal grote internationale ondernemingen naar Noord-Nederland worden gehaald.
- Er binnen vijf jaar na de campagnestart 2000 nieuwe arbeidsplaatsen worden gecreëerd.
- Opdrachtnemer laat zien dat inwoners van Noord Nederland trots zijn op hun regio.
- Opdrachtnemer laat zien dat er in het noorden veel gebeurt maar dat er nog veel meer kan!
- Opdrachtnemer Noord-Nederland op de kaart zet! Er gebeurt wat in Noord-Nederland (reuring).

Voor de uitvoering van de opdracht wordt aan twee of drie campagneonderwerpen per jaar gedacht.

De campagne dient plaats te vinden tussen september 2017 en september 2019 met – binnen de scope van de werkzaamheden en indien passend binnen het budget – een verlenging tot september 2022.

## Plan van aanpak:

We vragen u om een voorstel te bedenken en uit te werken voor een tweejarige internationale 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 wereldwijde campagne;

- Procesvoorstel op welke wijze Opdrachtgevers (noordelijke provincies), noordelijke bedrijven, Overheden, kennis- en onderwijsinstellingen worden betrokken bij de uitvoering van de campagne met als doel een zo breed mogelijk draagvlak te creëren;
- Omschrijving en wijze van de aanpak van de campagne (houdt hierbij ook rekening met de bestaande nationale en internationale acquisitiestrategie vanuit de NOM en NFIA – Invest in Holland. Meer informatie hierover vindt u op de websites van de NOM en NFIA);
- De middelen die gedurende twee jaar en met welke intensiteit worden ingezet;
- Welke concrete resultaten (SMART: specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden) van de inzet van de benoemde middelen worden verwacht in relatie tot eerder genoemde doelstellingen.
- Een nadere uitwerking van de inzet van het maximaal beschikbare budget waarbij minimaal wordt aangegeven welk percentage wordt ingezet op de onderdelen projectleiding, organisatie, kantoorkosten en inzet media. Hierbij dient er een duidelijk splitsing te worden aangebracht tussen idee-ontwikkeling en uitvoering van de campagne.

Voorafgaand aan deze uitvraag is er in opdracht van het Samenwerkingsverband Noord Nederland (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 wij als bijlage mee. De uitkomsten van dit onderzoek kunt u meenemen in uw voorstel.

# Prijsopgaveformulier

## 65608 Branding Campagne Noord-Nederland

Naam Inschrijver: .....

Inschrijfprijs: € ..... (excl. btw)

(als bijlage max 1A4 toevoegen met de onderbouwing/specificatie van de prijs)

Naam: .....

Handtekening: .....

Datum: ...-...-2017

(handtekening alleen door rechtsgeldig bevoegd persoon)

## 65608 Branding campagne Noord Nederland

Naam van vragenlijst	Periode van beantwoorden door aanbieders	Gekoppeld aan prijslijst	Gewogen	Toe te passen gunningsformule	Gewicht/Waarde	Aantal vragen
1. Inschrijvingsprocedure	Offertefase	Niet gekoppeld aan prijslijst	Nee	—	—	13

---


Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
1.1. Algemeen	2 (2 KO's)	—

Op deze aanbesteding is de Aanbestedingswet 2012 (Staatsblad 2012, 542) van 1 november 2012 van toepassing.

### Inschrijvingsprocedure

1.1.1. Wanneer u het document Inschrijvingsprocedure heeft gelezen dient u deze vraag met "JA" te beantwoorden. Met deze beantwoording gaat u tevens akkoord met het in het document gestelde. Indien een bepaling uit de Inschrijvingsprocedure niet van toepassing is op deze aanbesteding, dan is dit bij de betreffende bepaling aangegeven.

Tender documenten:

 Inschrijvingsprocedure.pdf 124 Kb [Download](#) | [Bekijk](#)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

### Duur van de overeenkomst

1.1.2. De overeenkomst zal aangegaan worden voor een periode van twee jaar: van 30 september 2017 tot en met 30 september 2019. Het contract kan onder gelijkblijvende voorwaarden 3 maal jaarlijks worden verlengd door de opdrachtgever, tot uiterlijk 30 september 2022.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
1.2. De opdracht	2 (2 KO's)	—

### Opdracht beschrijving

1.2.1. Inschrijver gaat akkoord met de voorgestelde opdracht.

Bijgevoegd een beschrijving van de gevraagde dienstverlening en de gehanteerde gunnings- en beoordelingsmethodiek.

Tender documenten:

 Opdracht.docx 31 Kb [Download](#) | [Bekijk](#)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

### Motivering samenvoeging opdracht en percelen.

1.2.2. De 3 noordelijke provincies wensen een gezamenlijke identiteit naar buiten uit te stralen. Derhalve is het wenselijk om opdrachten tot een opdracht samen te voegen.

Deze opdracht wordt aanbesteed in één perceel. Het opdelen in percelen is gezien de complexiteit en samenhang in de gevraagde dienstverlening niet wenselijk. Opsplitsing leidt tot inefficiency en draagt niet bij aan de projectdoelstelling.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
1.3. Inschrijvingsvereisten	9 (6 KO's)	—

### Algemeen

In de volgende paragrafen wordt aangegeven welke informatie een inschrijver dient in te leveren ten behoeve van de beoordeling op grond van de geschiktheidseisen, waaronder uitsluitingsgronden. Aanbesteder behoudt zich het recht voor om naast de informatie als gevraagd in de vragen nadere bewijsstukken te verlangen. Indien de inhoud van deze bewijsstukken niet overeenkomt met hetgeen in de inschrijving is gesteld kan de inschrijver worden uitgesloten van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

### Uniform Europees Aanbestedingsdocument

1.3.1. Inschrijver wordt gevraagd het gekoppelde Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA) volledig en zonder voorbehoud in te vullen. In het UEA is door opdrachtgever duidelijk aangegeven welke onderdelen inschrijver dient in te vullen.

Inschrijver dient het volledig ingevulde en ondertekende UEA als antwoord aan deze vraag te koppelen. De beoordeling en het eventueel toekennen van een knock-out geschiedt door opdrachtgever.

Indien in combinatie wordt ingeschreven dient elk lid van de combinatie afzonderlijk het UEA in te vullen en als antwoord aan deze vraag te koppelen.

Ook indien een ondernemer zich beroept op de financiële en economische draagkracht van andere natuurlijke personen of rechtspersonen, dienen de betreffende natuurlijke of rechtspersonen het UEA in te vullen en als antwoord aan deze vraag te koppelen.

Onwaarheden, onjuistheden of onvolledigheden ten aanzien van de opgegeven informatie op het ingevulde UEA kan leiden tot uitsluiting van de procedure. Opdrachtgever behoudt zich het recht voor de opgegeven informatie op juistheid te controleren.

Binnen 5 werkdagen na een daartoe gericht verzoek van opdrachtgever dient de betreffende inschrijver/combinant/onderaannemer de bewijsmiddelen, waaruit blijkt dat inschrijver voldoet aan de gestelde eisen zoals vermeld op het UEA, aan te leveren. Indien inschrijver de gevraagde informatie niet na een eerste verzoek, uiterlijk binnen 5 werkdagen verstrekt, kan dit een reden zijn om de inschrijving af te wijzen en dus de inschrijver uit te sluiten voor de rest van de aanbestedingsprocedure. E.e.a. alleen ter beoordeling van opdrachtgever.

*U wordt er uitdrukkelijk op gewezen dat voor bepaalde van de genoemde bewijsmiddelen een lange(re) termijn voor aanvraag bestaat. U dient er derhalve zorg voor te dragen dat u deze tijdig in uw bezit heeft.*

Tender documenten:

 Uniform Europees Aanbestedingsdocument 65608 Branding Campagne .pdf 985 Kb [Download](#) | [Bekijk](#)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

## Geschiktheidseis technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid

- 1.3.2. Door opdrachtgever zijn de volgende kerncompetenties vastgesteld, benodigd voor het toetsen van de technische bekwaamheid en/of beroepsbekwaamheid, overeenstemmend met essentiële punten van de opdracht:

### Kerncompetentie 1 betreft:

De inschrijver heeft minimaal 3 jaar aantoonbare ervaring met meerjarige internationale acquisitiecampagnes met een contractwaarde van minimaal € 350.000. De inschrijver toont dit aan middels het indienen van een referentie van een opdracht. Dit mag ook een lopende opdracht zijn. De uitgevoerde werkzaamheden/dienstverlening bij de referent mogen niet langer dan twee jaar vóór 1 januari 2017 zijn beëindigd.

### Kerncompetentie 2 betreft:

De inschrijver heeft minimaal 3 jaar aantoonbare kennis van en ervaring met internationale branding, re-branding en off- en online marketing in de business to business sector en heeft hier aantoonbare successen in behaald. De inschrijver toont dit aan middels het indienen van een referentie. De uitgevoerde werkzaamheden/dienstverlening bij de referent mogen niet langer dan twee jaar vóór 1 januari 2017 zijn beëindigd.

NB Indien meerdere van de gevraagde kerncompetenties betrekking hebben op hetzelfde project, dan kan voor het meerdere volstaan worden met het verwijzen naar de betreffende referentieproject.

Inschrijver mag voor de op te geven referenties een eigen format gebruiken. De referenties dienen niet ouder te zijn dan 3 jaar. De Inschrijver verklaart hiermee tevens dat deze dienstverlening goed en vakkundig is uitgevoerd en geeft aanbesteder toestemming eventueel contact op te nemen met de betreffende contactpersoon van referent. Uit die contacten moet blijken dat Inschrijver in staat is opdrachtgever goed te bedienen. De ingediende referenties dienen alle contactinformatie te bevatten die opdrachtgever benodigd teneinde de referentie te kunnen toetsen. Daarnaast dient in de referentie minimaal te worden beschreven:

- beschrijving van de uitgevoerde opdracht;
- opdrachtgever;
- de omvang (of het relevante deel) van de opdracht;
- eventueel betrokken combinanten/onderaannemers;
- periode van uitvoering.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

## Geschiktheidseis beroepsbevoegheid

- 1.3.3. Inschrijver is volgens de eisen van de wetgeving van de lidstaat waar zij is gevestigd, in het beroeps- of handelsregister ingeschreven. Voor Nederland geldt hiervoor een uittreksel uit het register van de Kamer van Koophandel. In antwoord op deze vraag dient de inschrijver een uittreksel uit het register van de Kamer van Koophandel te uploaden. Dit document mag niet ouder zijn dan zes maanden voor de inschrijfdatum.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

## Algemene Voorwaarden

- 1.3.4. De algemene leverings- en betalingsvoorwaarden van inschrijver dan wel andere algemene of bijzondere voorwaarden worden op voorhand afgewezen. De algemene inkoopvoorwaarden (aiv) van Opdrachtgever (Provincie Groningen) zullen van toepassing zijn. Eventuele tekstvoorstellen tot wijziging van deze voorwaarden zullen met de nota van inlichtingen worden beantwoord. Opdrachtgever behoudt zich hierbij het recht voor gedane tekstvoorstellen te verwerpen.

Inschrijver accepteert de AIV, inclusief eventuele, door opdrachtgever geaccepteerde wijzigingen zonder voorbehoud (antwoord JA)

Antwoord Nee kan leiden tot uitsluiting.

Tender documenten:

 AIV provincie Groningen 2015.pdf 344 Kb	<a href="#">Download</a>	<a href="#">Bekijk</a>
---	--------------------------	------------------------

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

## Gedragsverklaring aanbesteden

- 1.3.5. Inschrijver dient binnen een termijn van vijf (5) kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de aanbestedende dienst (een kopie van) de Gedragsverklaring Aanbesteden dan wel een vergelijkbare verklaring uit het land van herkomst te overleggen. De Gedragsverklaring mag niet ouder zijn dan 2 jaar, gerekend vanaf het moment van inschrijving en dient betrekking te hebben op de actuele situatie van de inschrijver.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	—	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

- 1.3.6. **Aansprakelijkheid combinaties, economisch/financiële draagkracht en inzetten van bekwaamheden van derden (onderaanneming)**

Indien inschrijver zich als combinatie aanmeldt dan JA invullen, anders NEE. Bij een JA dient ieder lid van de combinatie bij inschrijving een rechtsgeldig ondertekende verklaring over te leggen waarin is verklaard dat alle tot de combinatie behorende ondernemingen zich gezamenlijk en hoofdelijk aansprakelijk stellen voor de uitvoering van de te gunnen opdracht.

Een combinatie mag uit maximaal 3 combinanten bestaan.

Teneinde aan te tonen dat een inschrijver voldoet aan de geschiktheidseisen kan hij zich naast de eigen bekwaamheid uitsluitend beroepen op de bekwaamheden van een derde indien en voor zover hij aantoont dat deze derde zich onvoorwaardelijk jegens hem heeft verbonden om de voor de uitvoering van de opdracht benodigde middelen (in de ruimste zin van het woord, daaronder mede te verstaan: kennis, menskracht en materieel) in te zetten.

De betreffende derde dient bij de uitvoering van de opdracht ook daadwerkelijk en overeenkomstig te worden ingezet.

Geef in onderstaande tekstveld aan JA, NEE en indien JA upload hier de verklaring. Tender documenten:


Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	—	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

- 1.3.7. **Contractvorming** Als onderdeel van deze aanbestedingsprocedure is als bijlage bij deze vraag een conceptovereenkomst gevoegd. Eventuele tekstvoorstellen tot wijziging van deze overeenkomst zullen met de nota van inlichtingen worden beantwoord. Opdrachtgever behoudt zich hierbij het recht voor gedane tekstvoorstellen te verwerpen.

Inschrijver accepteert de overeenkomst, inclusief eventuele, door opdrachtgever geaccepteerde wijzigingen zonder voorbehoud (antwoord JA).

Antwoord Nee kan leiden tot uitsluiting.

Tender documenten:

 Concept overeenkomst branding campagne.docx 204 Kb	<a href="#">Download</a>	<a href="#">Bekijk</a>
--	--------------------------	------------------------

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

### 1.3.8. Holding verklaring

Inschrijvers dienen binnen een termijn van zeven kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de Aanbestedende Dienst het volgende bewijsmiddel te overleggen:

Verklaring Financiële en Technische aansprakelijkheid

indien inschrijver deel uit maakt van een holding- of moedermaatschappij en inschrijver bij deze aanbesteding gebruik maakt van de financiële (jaar)cijfers van de holding-/moedermaatschappij.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	—	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

### Personeel

- 1.3.9. Inschrijver beschikt over tenminste 5 ter zake (ten behoeve van voorliggende opdracht) gekwalificeerde personeelsleden.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	—	—	Offertefase

Naam van vragenlijst	Periode van beantwoorden door aanbieders	Gekoppeld aan prijslijst	Gewogen	Toe te passen gunningsformule	Gewicht/Waarde	Aantal vragen
2. Te beantwoorden vragen van Plan van Aanpak	Offertefase	Niet gekoppeld aan prijslijst	Nee	—	—	4
Naam van vragengroep		Aantal vragen		Gebruikers die vragengroep beheren		
2.1.	Gunningscriteria	4 (4 KO's)		—		

### 2.1.1. SG1. Strategie en plan van aanpak

Upload hier uw antwoord met betrekking tot **Strategie en plan van aanpak**; Uw beschrijving beslaat maximaal 4 pagina's A4 (lettergrootte minimaal 10pt)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

### Plan van Aanpak

#### 2.1.2. SG2. Inzet middelen en resultaten

Upload hier uw antwoord met betrekking tot **Inzet middelen en resultaten**. Uw beschrijving beslaat maximaal 3 pagina's A4(lettergrootte minimaal 10pt),

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

#### 2.1.3. SG3. Organisatie financiën en afstemming

Upload hier uw antwoord met betrekking tot **Organisatie en Afstemming**; Uw beschrijving beslaat maximaal 3 pagina's A4 (lettergrootte minimaal 10pt)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

#### 2.1.4. P1 Prijsopgave + onderbouwing

Upload hier uw prijsopgave + onderbouwing (max 1 A4). De onderbouwing dient een duidelijke opsomming te bevatten van de diverse kostencomponenten en bedragen.  
Tender documenten:

 Prijsopgaveformulier.docx 17 Kb [Download](#) | [Bekijk](#)

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Ja / Nee	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar(Niet beschikbaar)	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Offertefase

Naam van vragenlijst	Periode van beantwoorden door aanbieders	Gekoppeld aan prijslijst	Gewogen	Toe te passen gunningsformule	Gewicht/Waarde	Aantal vragen
3. Inschrijvingsprocedure - Verificatie suffix	Offerte verificatiefase	Niet gekoppeld aan prijslijst	Nee	—	—	2

Naam van vragengroep	Aantal vragen	Gebruikers die vragengroep beheren
3.1. Inschrijvingsvereisten	2 (2 KO's)	—

### 3.1.1. Gedragsverklaring aanbesteden (GVA)

Inschrijver en elke combinant, dienen binnen een termijn van vijf (5) kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de aanbestedende dienst (een kopie van) de Gedragsverklaring Aanbesteden dan wel een vergelijkbare verklaring uit het land van herkomst te overleggen. De Gedragsverklaring mag niet ouder zijn dan 2 jaar, gerekend vanaf het moment van inschrijving en dient betrekking te hebben op de actuele situatie van de Gegadigde.

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offerte verificatiefase

### 3.1.2. Beroep op derden

Inschrijvers, waaronder elke Combinant, dienen binnen een termijn van vijf kalenderdagen na een daartoe strekkend verzoek van de Aanbestedende Dienst hiervoor het volgende bewijsmiddel te overleggen:

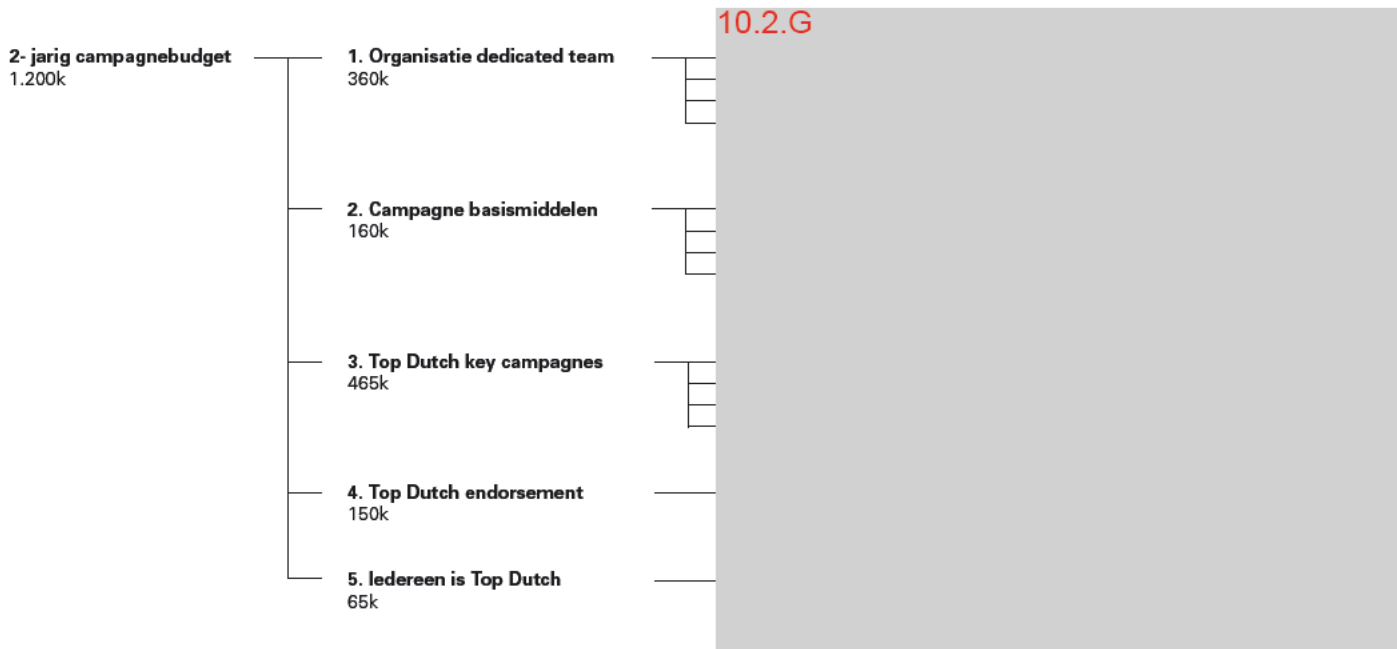
Bijlage Verklaring Combinatie Onderaanneming

Bij een beroep op de technische bekwaamheid van derden: een bewijs van samenwerking waarmee Inschrijver aantoont daadwerkelijk en onherroepelijk een beroep te (kunnen) doen op de technische bekwaamheid van de betreffende derde(n).

Type	KO	Min	Max	Eenheid	Gewicht (Kwaliteitspercentage)	Evaluatie	Aanbieder toestaan bijlage(n) toe te voegen	Alleen gesteld in
Document evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/>	Nee	Ja	—	Niet beschikbaar (Niet beschikbaar)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Offerte verificatiefase



## P1. Prijsopgave + onderbouwing



Er is in de prijsopgave gekozen voor een budgetteringsvoorstel op basis van het totale beschikbare campagnebudget van 1,2 miljoen Euro. Het budgetteringsvoorstel is ontwikkeld op basis van onze voorgestelde strategie en beoogt een zo hoog mogelijke externe communicatie-impact met inachtneming van de nodige interne communicatie voor de regio. De acquisitie-kracht van de Top Dutch regio bestaat niet zonder het commitment van de ondernemers, politiek en andere inwoners. Vandaar dat de allocatie van financiële middelen ruimte laat voor *internal branding* en communicatie.

Maar het einddoel is ook in de financiële strategie leidend: acquisitie van internationale bedrijven. Wij adviseren de productie van sterke en impactvolle content in de acquisitie-campagnes. Daarin is de mate van kwaliteit van film, fotografie, infographics, cijfermatige onderbouwing leidend. We begeven ons op een wereldmarkt en dat is precies de hoogte waarop wij de lat willen leggen. De geproduceerde content is 'recyclebaar' voor meerdere doeleinden en is vrijelijk beschikbaar voor bijvoorbeeld marketing-organisaties en provincies.

Wij kiezen voor een mediabudget waarmee we permanent zichtbaar kunnen zijn ('druppelen') met de bestaande content en bij de grotere campagnes kunnen 'vlammen'. In het mediabudget is een monitoringtool opgenomen om op ieder gewenst moment het campagnedashboard voor iedere stakeholder zichtbaar te hebben. Naast de interne behoefte om op de hoogte te zijn, biedt dit ook de oplossing voor de situatie 'wanneer de krant belt' om alle data à la minute te kunnen leveren. Tijdens de mogelijkheid om ons voorstel te pitchen zullen wij één deelcampagne in detail presenteren. In strategie, creatie en begroting.

# Prijsopgaveformulier

## 65608 Branding Campagne Noord-Nederland

Naam Inschrijver: Initio

Inschrijfprijs: € 1.200.000 (excl. btw)

(als bijlage max 1A4 toevoegen met de onderbouwing/specificatie van de prijs)

Naam:

Handtekening:

Datum: 17-08-20

(handtekening alleen door rechtsgeldig bevoegd persoon)

## **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.

10.2g



### **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 campaigns**

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 die 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 bijvoorbeeld 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 infrastructuur 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 stijlguide. 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 stijlguide 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

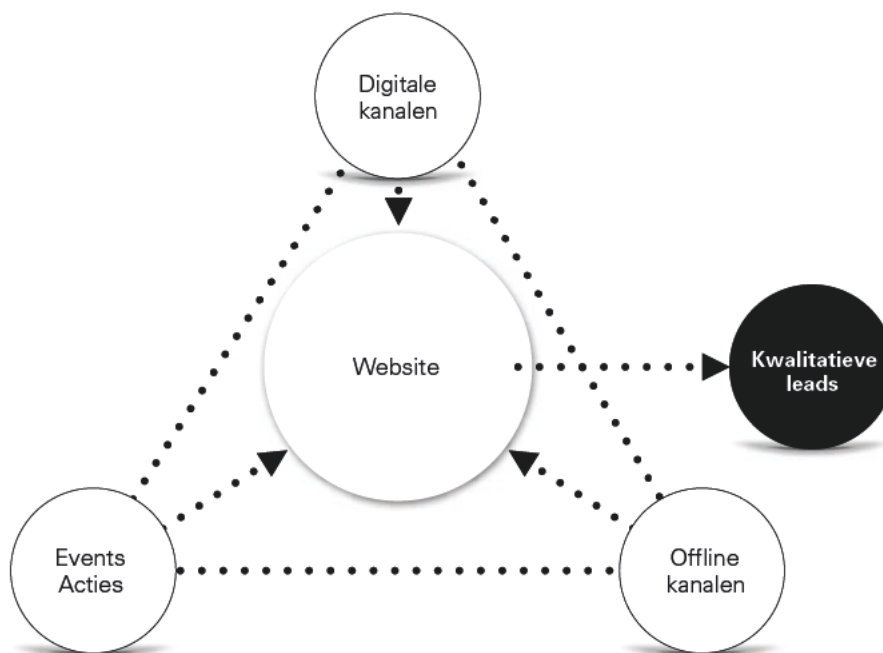
Top Dutch richt zich primair op het acquireren van internationale bedrijven. Maar, we gaan breder dan dat: ook landelijke bedrijven reageren positief en zijn interessant. Onderschat bovendien niet de kans om met een enthousiaste campagne talent dat in de regio wordt opgeleid, over te halen hier te blijven 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*)

## SG2. Inzet middelen en resultaten

### Middelen- en mediastrategie

In de middelen- en mediastrategie kiezen wij voor een primair 'digitale' campagne waarbij gelaagde *content*, *vindbaarheid* en *social media* de sleutel tot succes zijn. De kracht van intensieve online campagnes ligt in het exact kunnen benaderen van specifieke doelgroepen en het meetbaar maken van de inzet van media en middelen. Tevens kunnen we met een primair online strategie gebieden en bedrijven tot op straatniveau targeten. Het vinden van de aansluiting bij actuele lopende acquisities van bijvoorbeeld de NOM, provincies of gemeenten vindt in een periodiek overleg plaats met de stuurgroep (*zie SG3. Organisatie, financiën en afstemming*). We gaan via social media, AdWords campagnes, de eigen kanalen, maar ook events en PR in algemene en special interest media leads naar de website leiden. De website is meer een verkeersplein waar alle kanalen samenkomen en diepere content kan worden gevonden en het belangrijkste: de *call-to-action* plaatsvindt. De leads worden in het team (*zie SG3.*) besproken waarop de opvolging door de aangewezen partijen kan plaatsvinden. Vindbaarheid van de relevante content op zowel de sociale kanalen als op de website is uiterst belangrijk. De online kanalen en de website zijn niet alleen het uithangbord maar ook de *salesfunnel*. Een grotere naamsbekendheid met daarbij de primaire proposities van de regio als hoge breinpositie bij de doelgroepen, kwalitatieve leads en veel clicks op de knop '*neem contact met ons op*' zijn de ultieme doelen. Een uitwerking van het bovenstaande:



### Gelaagde content

Er zijn in principe 4 vier manieren om Top Dutch in de digitale omgeving tegen te komen:

- Door te zoeken naar relevante content over een onderwerp (search-content)
- Door geconfronteerd te worden met uitgeserveerde online advertenties zoals AdWords of paid via socials (push-content)
- Door volger te zijn op een of meerdere van de sociale kanalen (earned)
- Door geabonneerd te zijn op bijvoorbeeld nieuwsbrieven (member)

## Vindbaarheid

Leads ontstaan vanuit behoefte en behoeftes worden gegoogled. Het hebben van de juiste content en de vindbaarheid van deze content is daarom zeer belangrijk. Daar hoeft niet voor te worden geadverteerd, maar wél geïnvesteerd. Investeren in juist die content die relevant is voor ondernemingen die zich willen vestigen in de Top Dutch regio en investeren in de vindbaarheid ervan. Veel organisaties in de drie provincies hebben uiterst relevante content, vaak echter niet in de stijl, vorm of taal waarin deze beschikbaar moet zijn voor acquisitie. Wij willen deze content delen met al deze organisaties. Dus gebruikmaken van aanwezige content, maar ook Top Dutch content ter beschikking stellen voor andere organisaties. Dit spread-the-word principe verhoogt vindbaarheid. Wij willen zwaar inzetten op zoekmachine-optimalisatie (SEO), specifiek om de grote campagnes te ondersteunen met allways-on content.

## Social media

In de sociale kanalen kunnen we ons sterk onderscheiden in de stijl. De Tesla-campagnes werden ook door communicatieprofessionals geroemd om haar vrijgeestigheid, benaderbaarheid en positiviteit. De Tesla campagne van Top Dutch heeft juist daarom veel vrije publiciteit genoten. Op de sociale kanalen was de engagement zeer hoog en het sentiment enkel positief. Die stijl willen wij vasthouden ondanks dat de diepere content inhoudelijk moet passen in de specifieke sectoren: serieuze content met een glimlach, dat is volgens ons de stijl op de sociale kanalen.

## De Google 'Hero, Hub, Hygiene' strategie voor Top Dutch

In onze contentstrategie maken wij gebruik van de HHH methode van Google, het online branding en conversiemodel van Google. Google richt zich naast leadconversie de laatste jaren op de uitdagingen van online branding, dus: *hoe bouw je een merk op het internet*. Wij gaan intensief met Google samenwerken om de methode voor Top Dutch toe te passen, verder te ontwikkelen en met de laatste stand van de techniek leads te realiseren. Ook in onze *acquisitietechniek* willen wij grensverleggend zijn. Opvallen door de content, de strategie én de toegepaste techniek. Een korte uitleg van het Google model:

### Hero

*Doel: Awareness, branding en conversie verhogen*

Campagne intensief, doelgerichte en conversiegerichte acquisitie van bedrijven (à la Tesla) Geotagged, Ecosysteem breed (zoals bv. energie, chemie of water). Cruciaal in timing (momentum).

*Middelen:* paid campagne via socials, YouTube en AdWords. Content intensief, PR, film. Budgetverdeling over de kanalen is deelcampagne-afhankelijk. In de ene sector werkt LinkedIn beter, in de andere Twitter.

### Hub

*Doel: Consideration, advocates creëren*

Endorsement programma, meewerken aan grotere events, congressen en campapagnes die bij de Top Dutch profilering aansluiten. Salesondersteunde activiteiten.

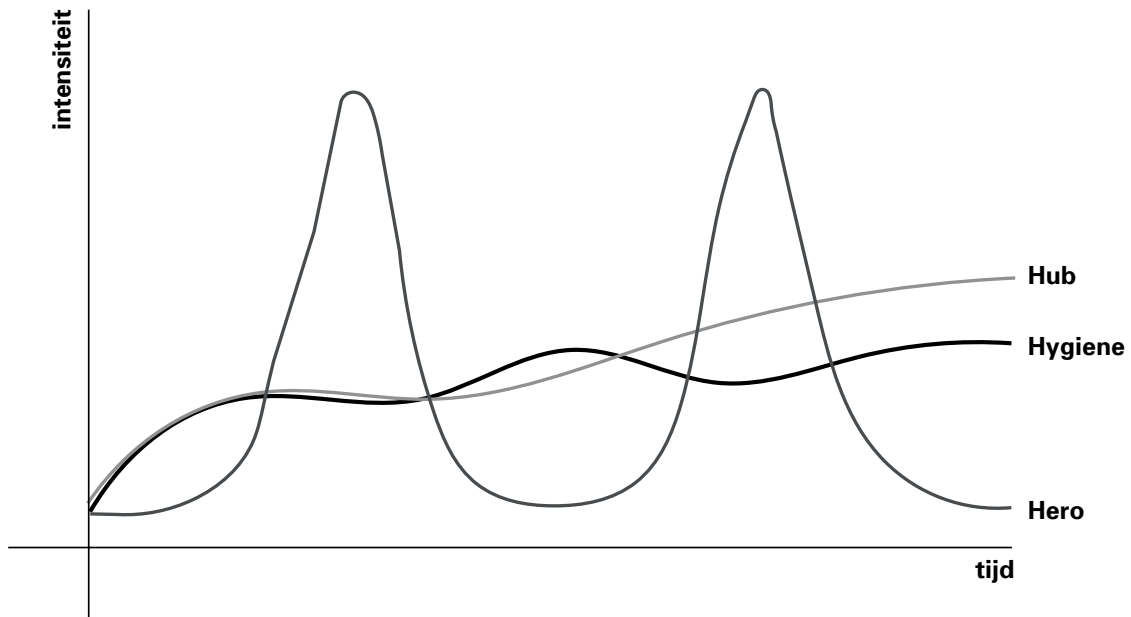
*Middelen:* salesondersteunende middelen waarin de de suspectcampagne wordt vertaald naar sales-argumenten, sponsoring, speeches, campagnefundament bieden

### Hygiene

*Doel: Consideration, advocates creëren, branding, reputatie bouwen*

Allways-on content: altijd gevonden kunnen worden - ook Elon Musk gebruikt Google - bij een zoekvraag. SEO, deep content op relevante *long tail zoekbegrippen* zoals: 'best location for green chemistry'

*Middelen:* diepere content over de Top Dutch ecosystemen en bedrijven, onderwijs, arbeidsmarkt. Sterk op online presence gericht. Gebruik maken van gezamenlijke kracht van Google en YouTube.



## Resultaten

Uit ervaring met de Tesla campagnes weten we dat er met een beperkt online budget en zeer doelgerichte en intelligente targetting op basis van locatie en personen (we verzamelden profielen van Tesla-medewerkers in Silicon Valley) een zeer groot effect kan worden bereikt. De combinatie van de communicatiestijl (tone-of-voice) en de toegepaste techniek is hierin cruciaal geweest voor het succes. Met 25k online-mediabudget en de juiste snaar wisten we bij bijna alle landelijke media de tongen los te maken. Zelfs in de internationale media werd de campagne veelvuldig genoemd. Alleen al aan free publicity schatten wij de mediawaarde op tussen de 750k en 1,5 miljoen. En op het hoogste politieke niveau wordt Top Dutch gezien als hét positieve geluid uit Noord Nederland. Het heeft de relatie met de NFIA en EZ versterkt en we werden eindelijk zichtbaar op de manier hoe we dat voor ons zagen. Dat is waarde en dat willen we natuurlijk graag weer, waarbij we ons realiseren dat in het geval van Tesla alle omstandigheden klopten. Toch denken wij dat we deze omstandigheden kunnen blijven creëren.

Een virtueel voorbeeld: stel, de NOM spreekt met een bedrijf als Apple. Wat doet Top Dutch daarmee? We zouden bijvoorbeeld de story van Google kunnen optekenen en uitschrijven, filmen en pushen op de digitale kanalen doelgericht rondom de vestigingsplaatsen van Apple. Immers, de redenen voor Google om destijds te kiezen voor de Top Dutch regio zullen dezelfde zijn als die voor Apple. Tegelijkertijd zoeken we de media op, bijvoorbeeld fd voor een exclusief achtergrondartikel rondom de regio. Hiermee hebben we invloed op Den Haag, EZ en de NFIA. We helpen daarmee de acquirende partij in het positief bevestigen van de proposities buiten de vergaderzaal. We maken permanent onze sterke punten wereldkundig, afgestemd op de actuele agenda's van de aquirende partijen. En ... op de bekende Top Dutch manier.

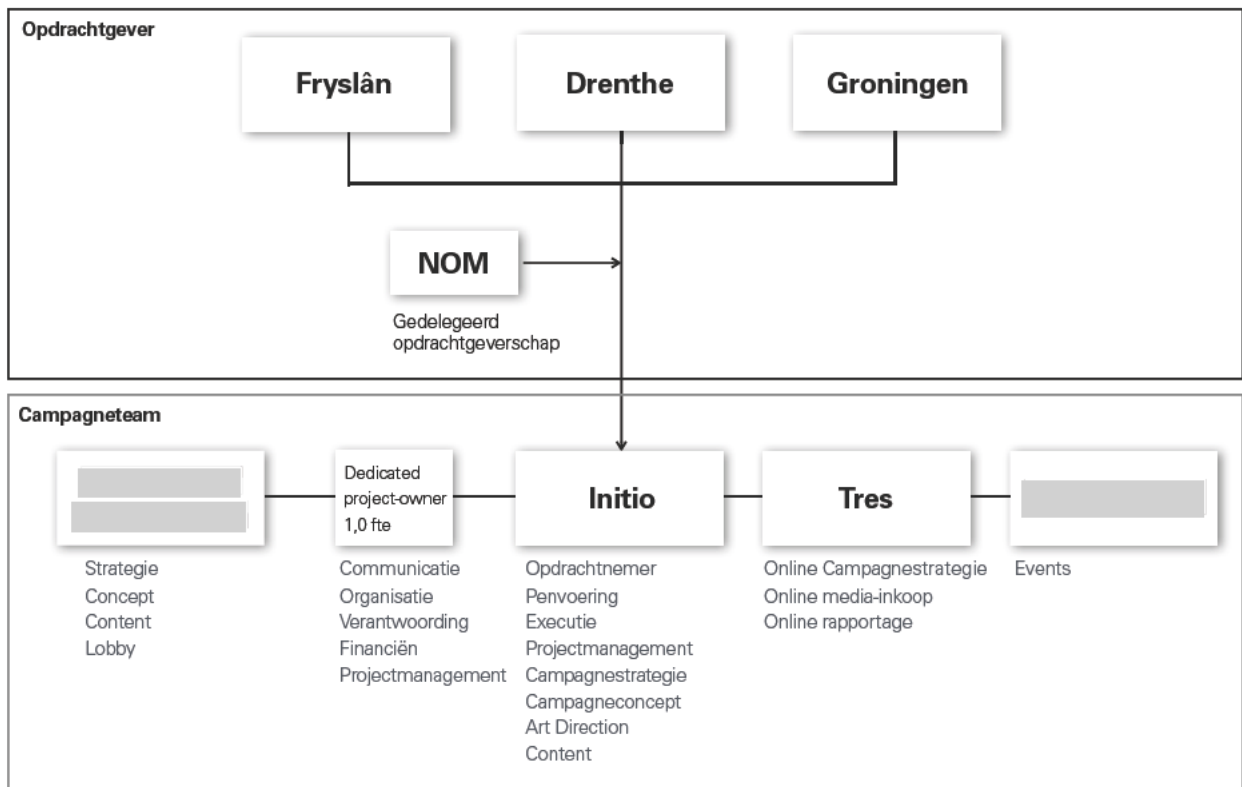
### SG3. Organisatie, financiën en afstemming

#### Opdrachtgeverschap

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 competentie 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 acquisitiestrategie 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.

**TOPDUTCH**

**THEMACAMPAGNE CHEMIE**

Update: 19 februari 2019

# CAMPAGNE-UPDATE

1. Campagnestrategie
2. Campagnefocus
3. Campagneresultaten
4. Campagne-opbouw
5. Campagne in beeld
6. Campagne next steps

# CAMPAGNESTRATEGIE

AWARENESS

HOE KUNNEN WE ONZE DOELGROEPEN VINDEN EN BENADEREN?

10.2.G

CONSIDERATION

HOE KRIJGEN WE **BREINPOSITIE** EN **CONTACT** MET ONZE DOELGROEPEN?

10.2.G

LOYALTY

HOE BOUWEN WE **LANGDURIGE RELATIES** MET ONZE DOELGROEPEN?

10.2.G

CONVERSION

HOE CONVERTEREN WE **LEADS** NAAR **SALES**?

10.2.G

# CAMPAGNE-OPBOUW

## PROPOSITIE

### Step 0

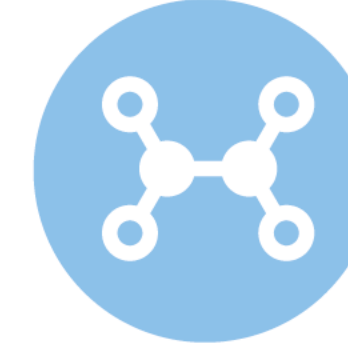
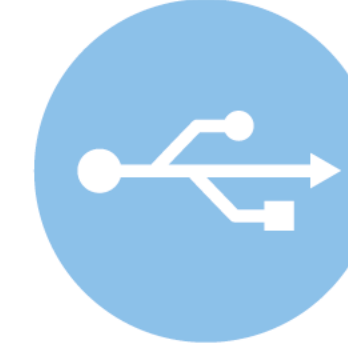
Basispropositie thema (aangeleverd door NOM)

## CONTENTSTRATEGIE

10.2.G



## ONLINE STRATEGIE



# CAMPAGNEFOCUS

# WAAR DE FOCUS LIGT (1)

10.2.G



# WAAR DE FOCUS LIGT (2)

Zo snel mogelijk opt-in\* om relatie te kunnen opbouwen

\* opt-in: het achterlaten van een mailadres en/of andere persoonsgegevens met toestemming om communicatie te ontvangen

# WAAR DE FOCUS LIGT (3)

Social engagement en websitebezoek stimuleren

10.2.G



# CAMPAGNERESULTATEN

# CAMPAGNERESULTATEN

Chemie

## Resultaten betaalde campagne

> 263.000 vertoningen

> 1.300 kliks

61 opt-in (waarvan 35 uit industrie)

Totaal ingezet mediabudget: € 9.000,-

*o.b.v. 24 campagnedagen*

# CAMPAGNE-OPBOUW

# KEY STORY 1

## Green Building Blocks

**FASE 1:** <sup>10.2.G</sup> 

### Materiaal

<sup>10.2.G</sup> 

### Timing en mediabudget

16 - 22 december (7 dagen): € 2.500,-

### Totaal mediabudget

€ 2.500,-

# KEY STORY 1

## Green Building Blocks

### FASE 2: BETAALDE CAMPAGNE OP LINKEDIN

#### Materiaal

10.2.G



#### Timing en mediabudget

Fase 2a: 23 - 28 januari (5 dagen): € 2.500,-

Fase 2b: 29 januari - 4 februari (7 dagen): € 2.500,-

Fase 2c: 11 - 16 februari (5 dagen): € 1.500,-

#### Totaal mediabudget

€ 6.500,-

# CAMPAGNEDOELGROEPEN

10.2.G

VS

[Redacted text block]

[Redacted text block]

# KEYSTORY 1

## Green Building Blocks

### RESULTATEN EN OPTIMALISATIE

#### Fase 1

Mediabudget: € 2.500,-

- 43.732 vertoningen
- 170 kliks
- 11 opt-in (2 vanuit industrie)

*o.b.v. 7 campagnedagen*

#### Fase 2a

Mediabudget: € 2.500,-

- 68.435 vertoningen
- +/- 357 kliks
- 15 opt-in (5 vanuit industrie)

• + 23 volgers (311)

*o.b.v. 5 campagnedagen*

#### Fase 2b

Mediabudget: € 2.500,-

- 78.538 vertoningen
- 465 kliks
- 23 opt-in (22 vanuit industrie)

• + 20 volgers (331)

*o.b.v. 7 campagnedagen*

#### Fase 2c

Mediabudget: € 1.500,-

- 72.951 vertoningen
- 319 kliks
- 12 opt-in (12 vanuit industrie)

• + 10 volgers (341)

*o.b.v. 5 campagnedagen*

# KEYSTORY 2

New Plastics Economy

## FASE 3 BETAALDE CAMPAGNE OP LINKEDIN

10.2.G



### Timing en mediabudget

Fase 3: 18 - 22 februari (5 dagen): € 3.500,-

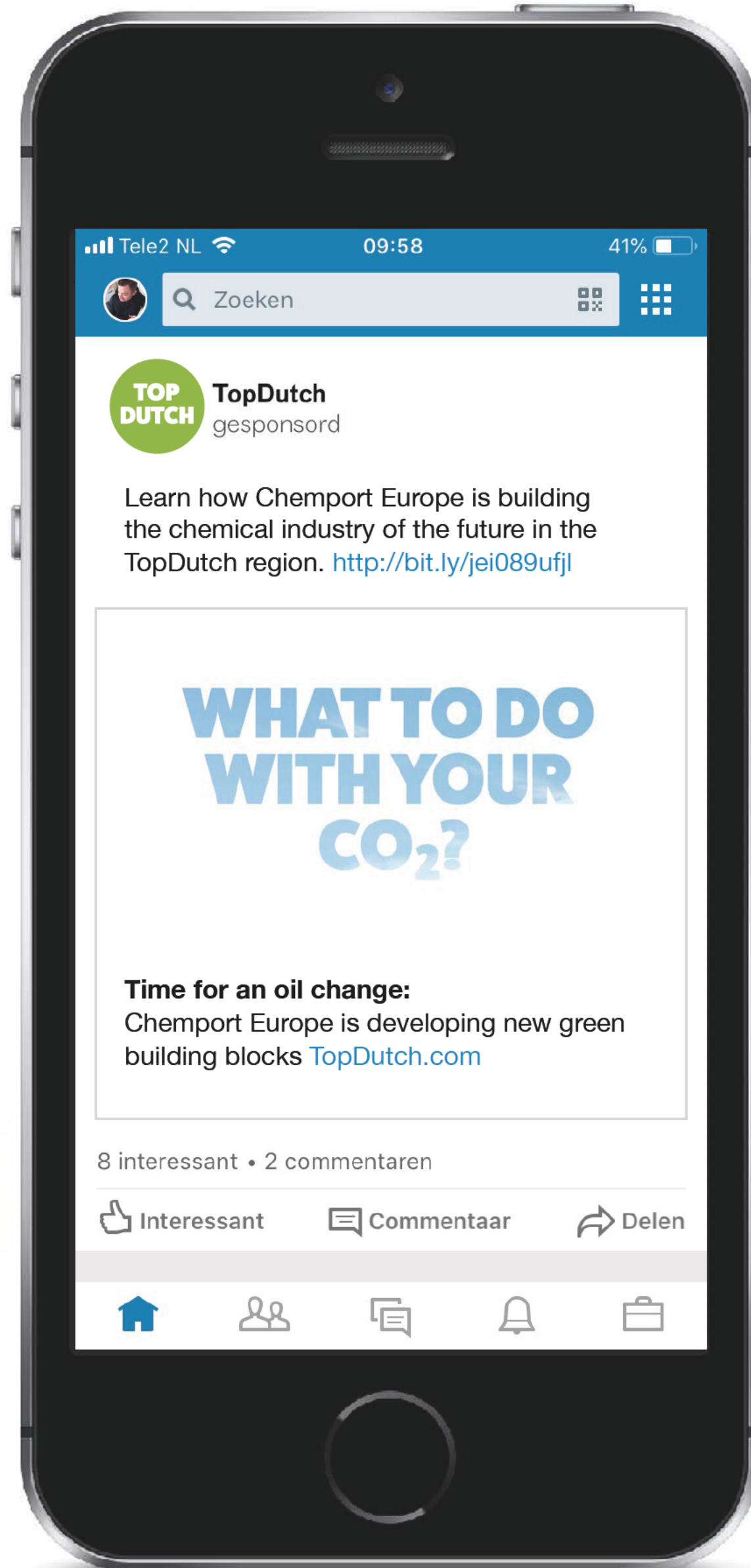
### Totaal mediabudget

€ 3.500,-

# CAMPAGNE IN BEELD

# FASE 1

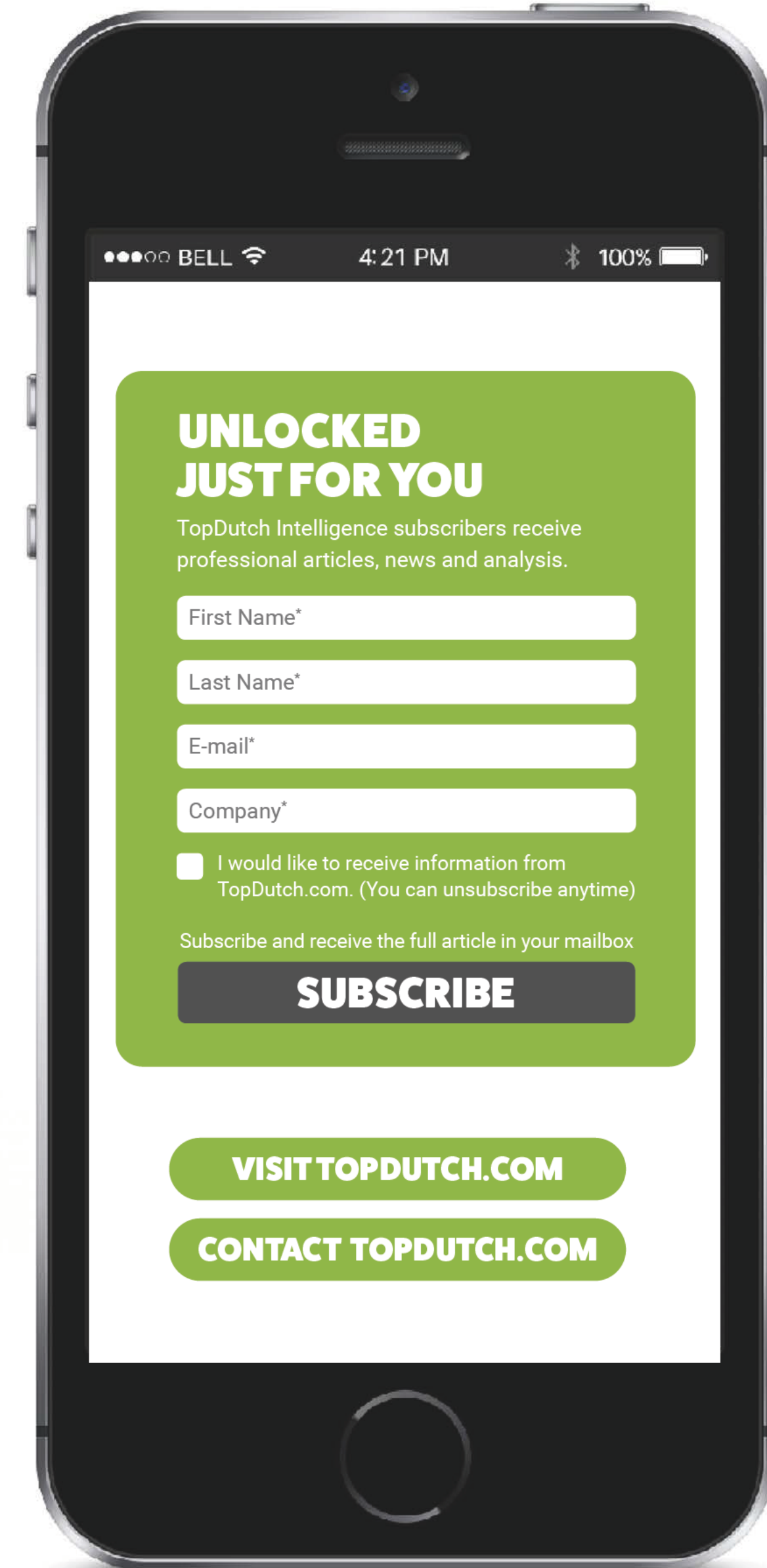
LinkedIn-advertentie (betaald)



Landingspage met preview artikel

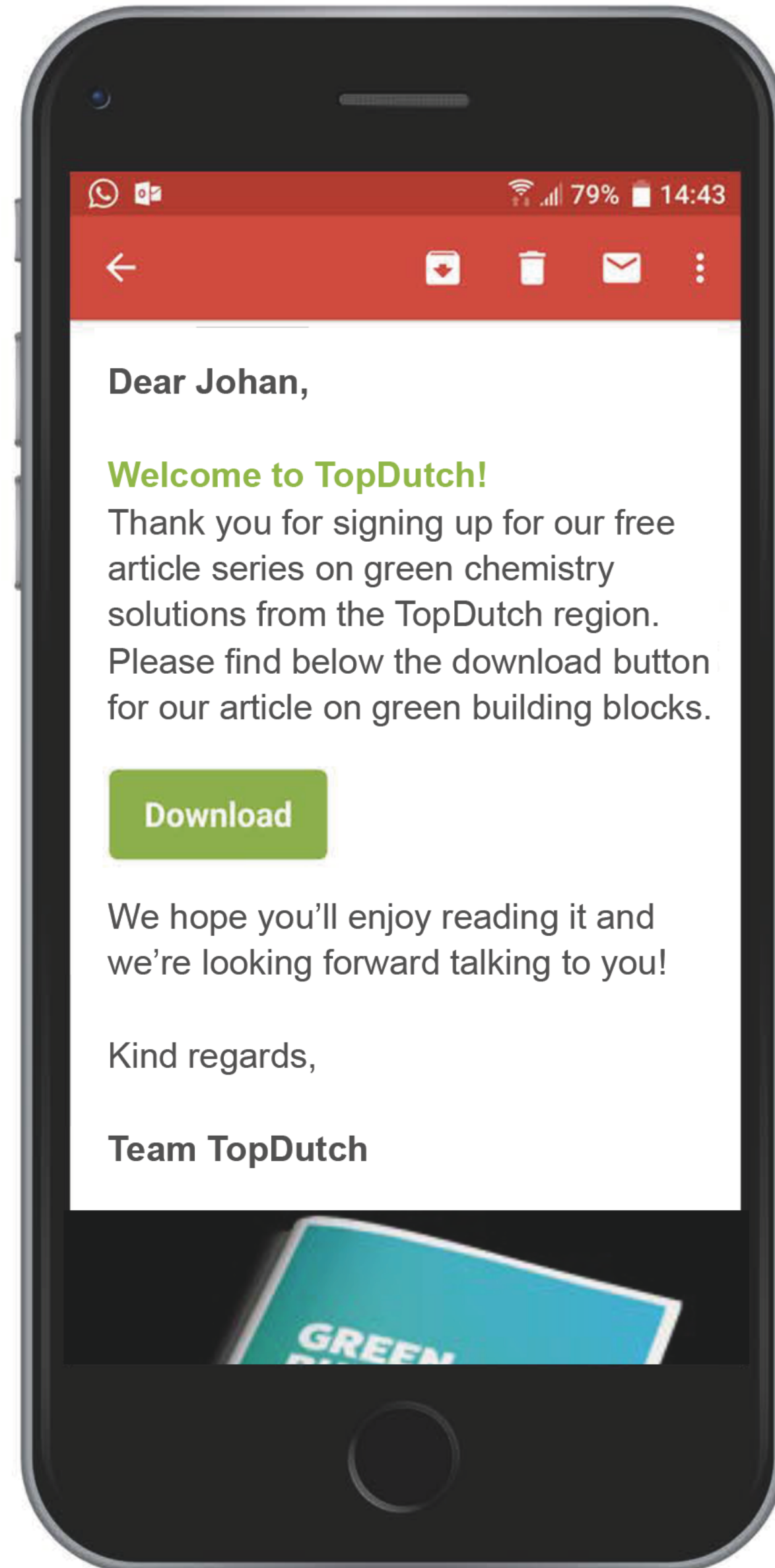


Inschrijfformulier



# FASE 1

Welkom-mail met downloadknop

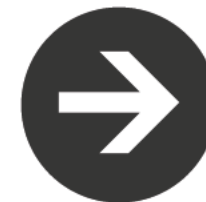
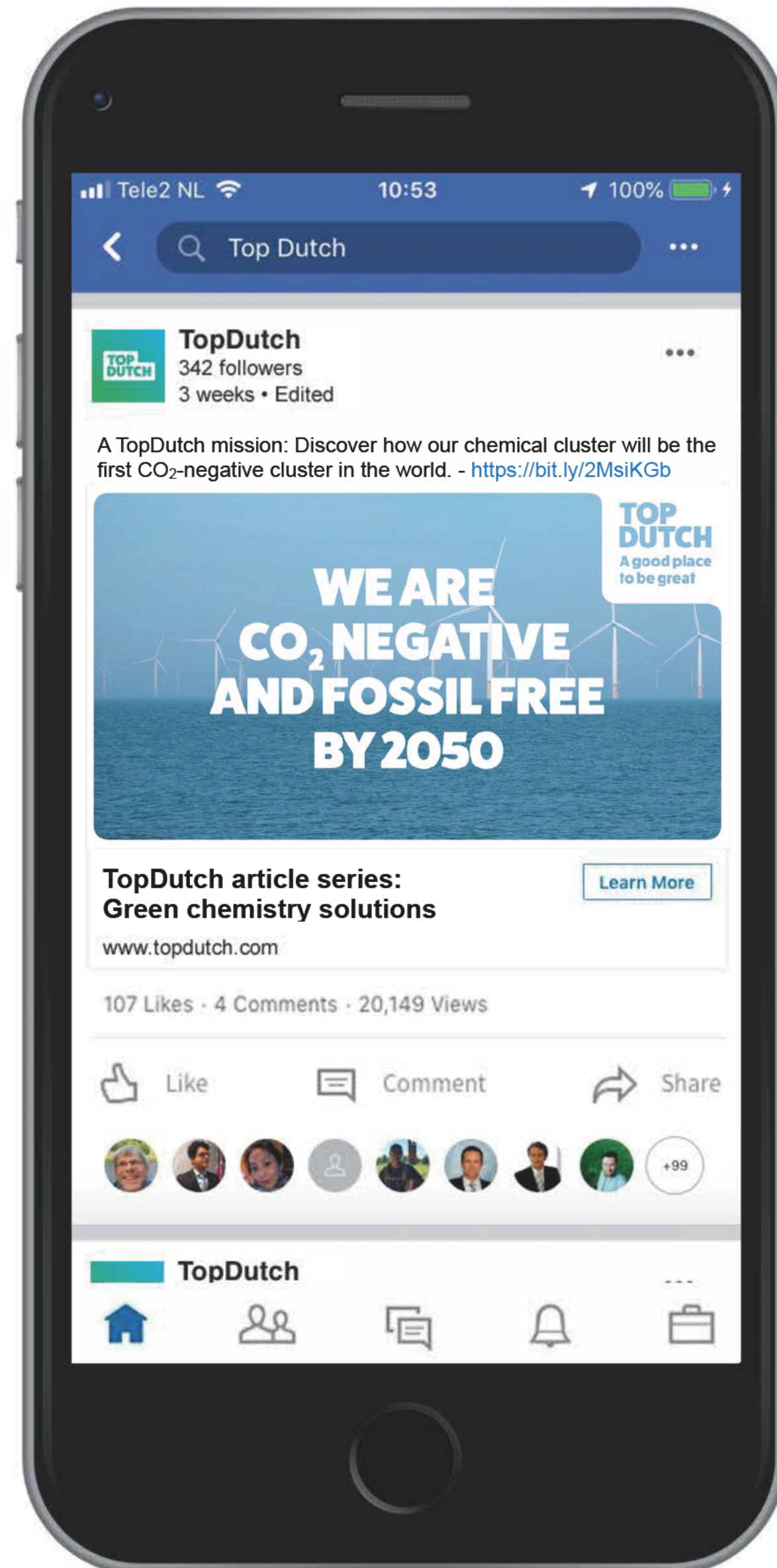


PDF download artikel

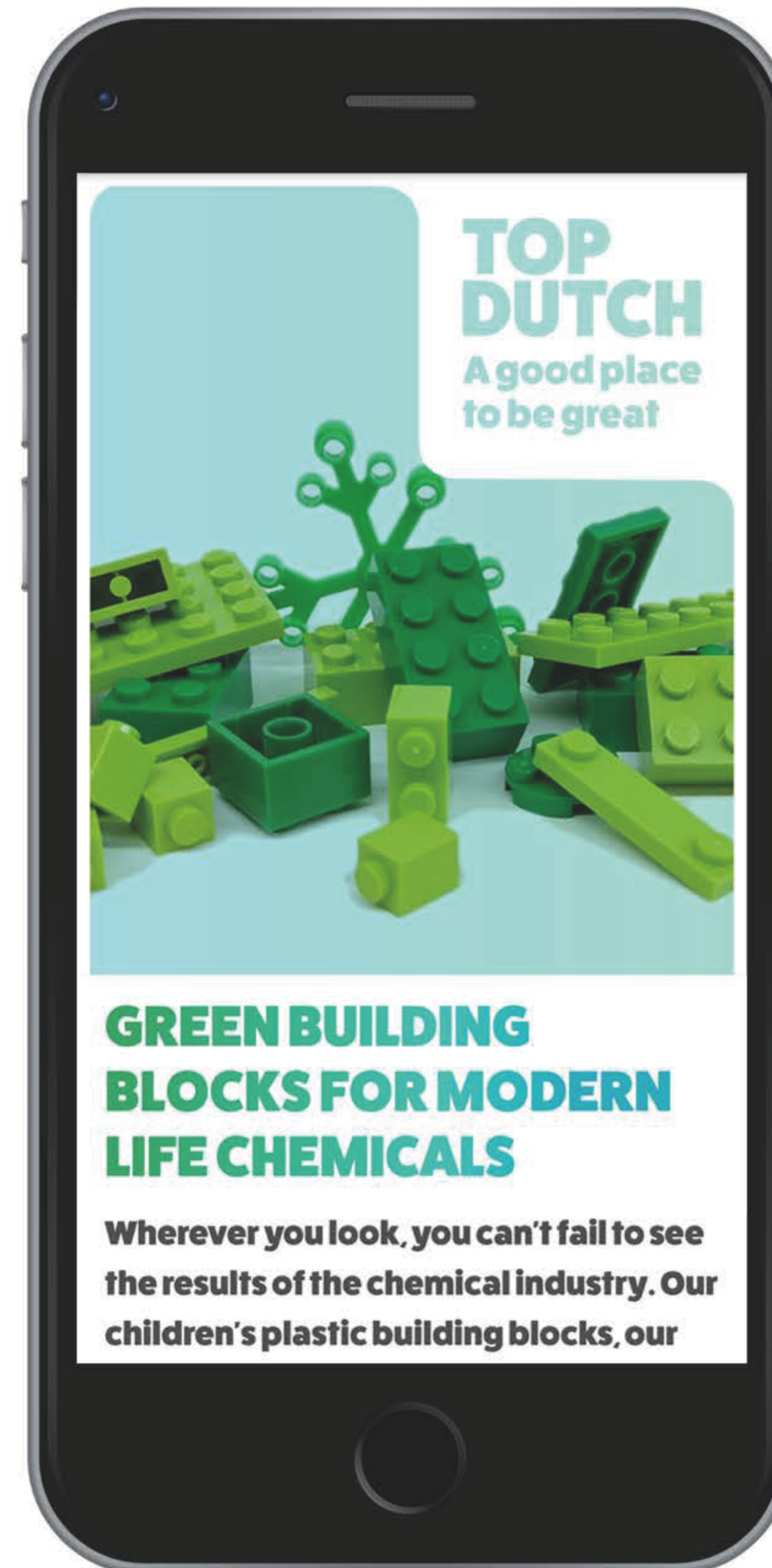


## FASE 2

LinkedIn link-sharing advertentie (betaald)



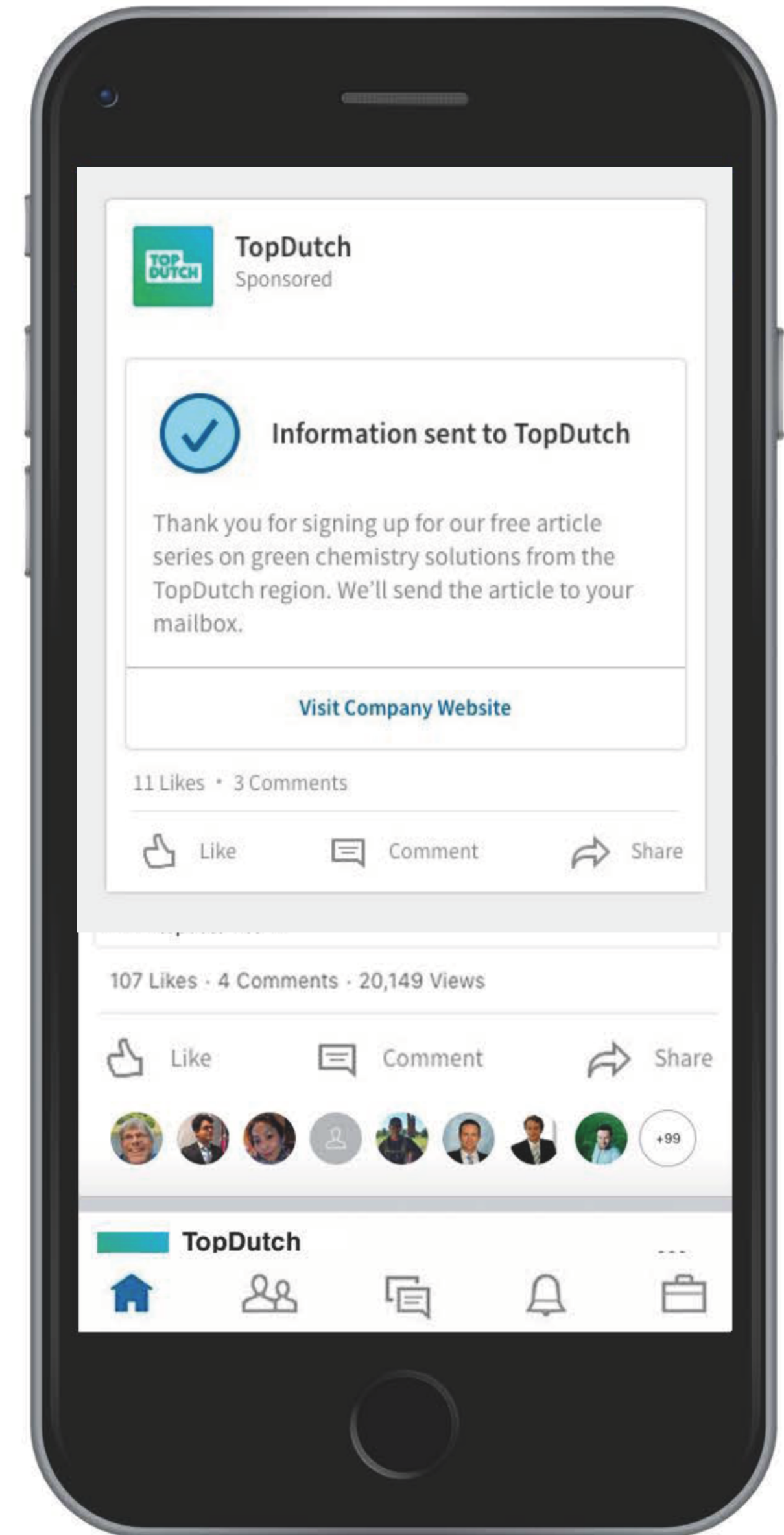
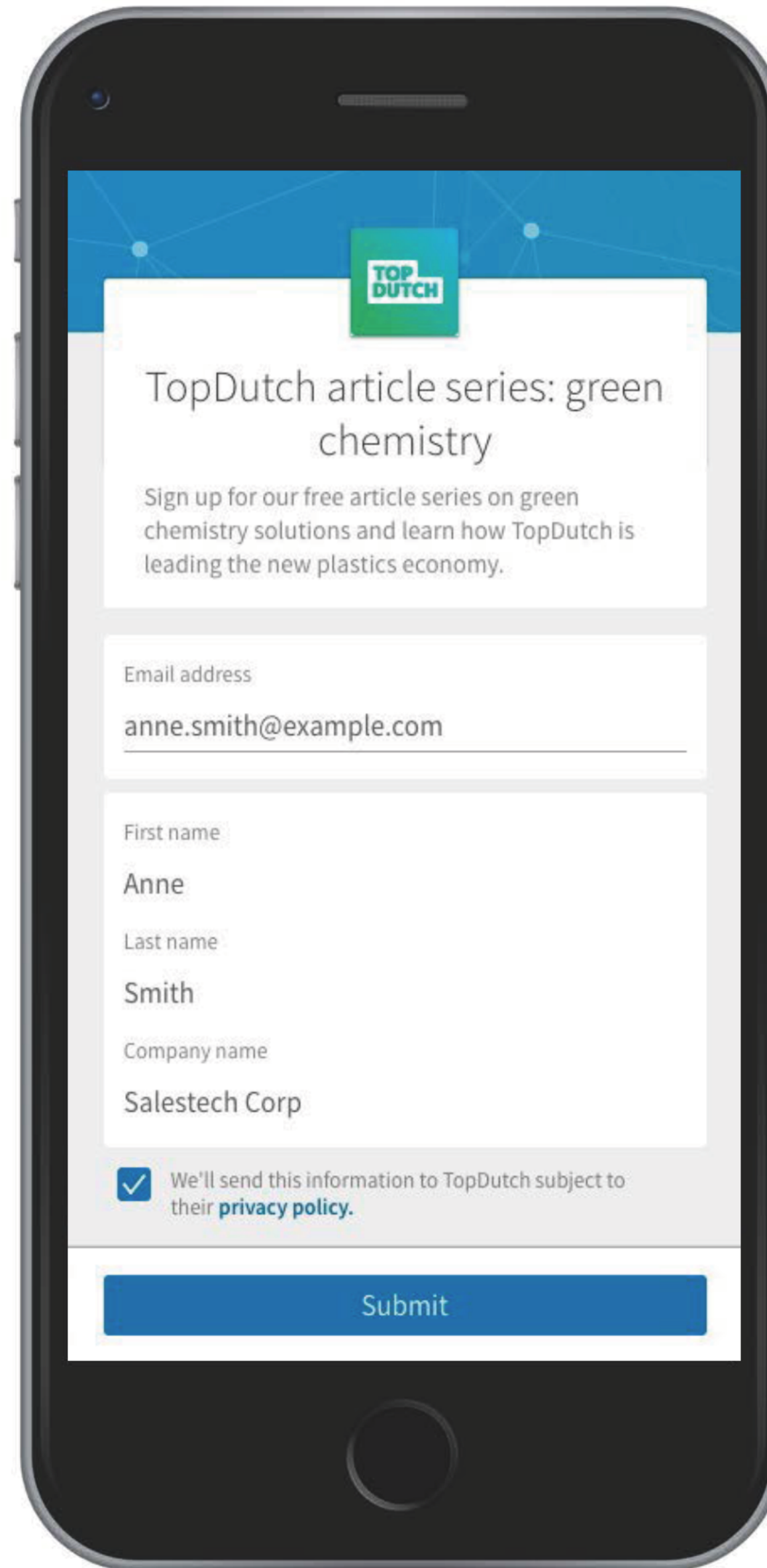
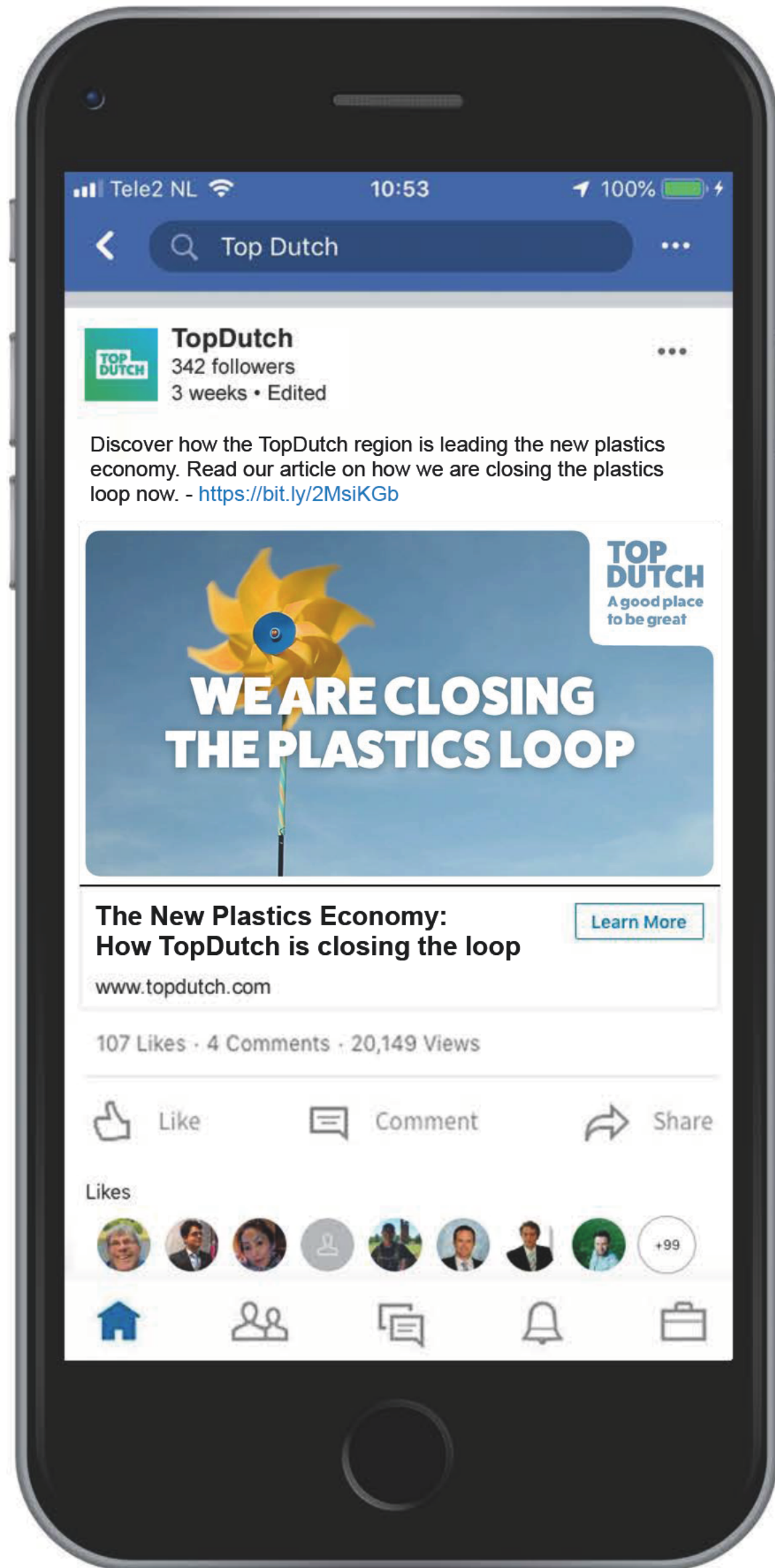
Landingspage met gehele artikel

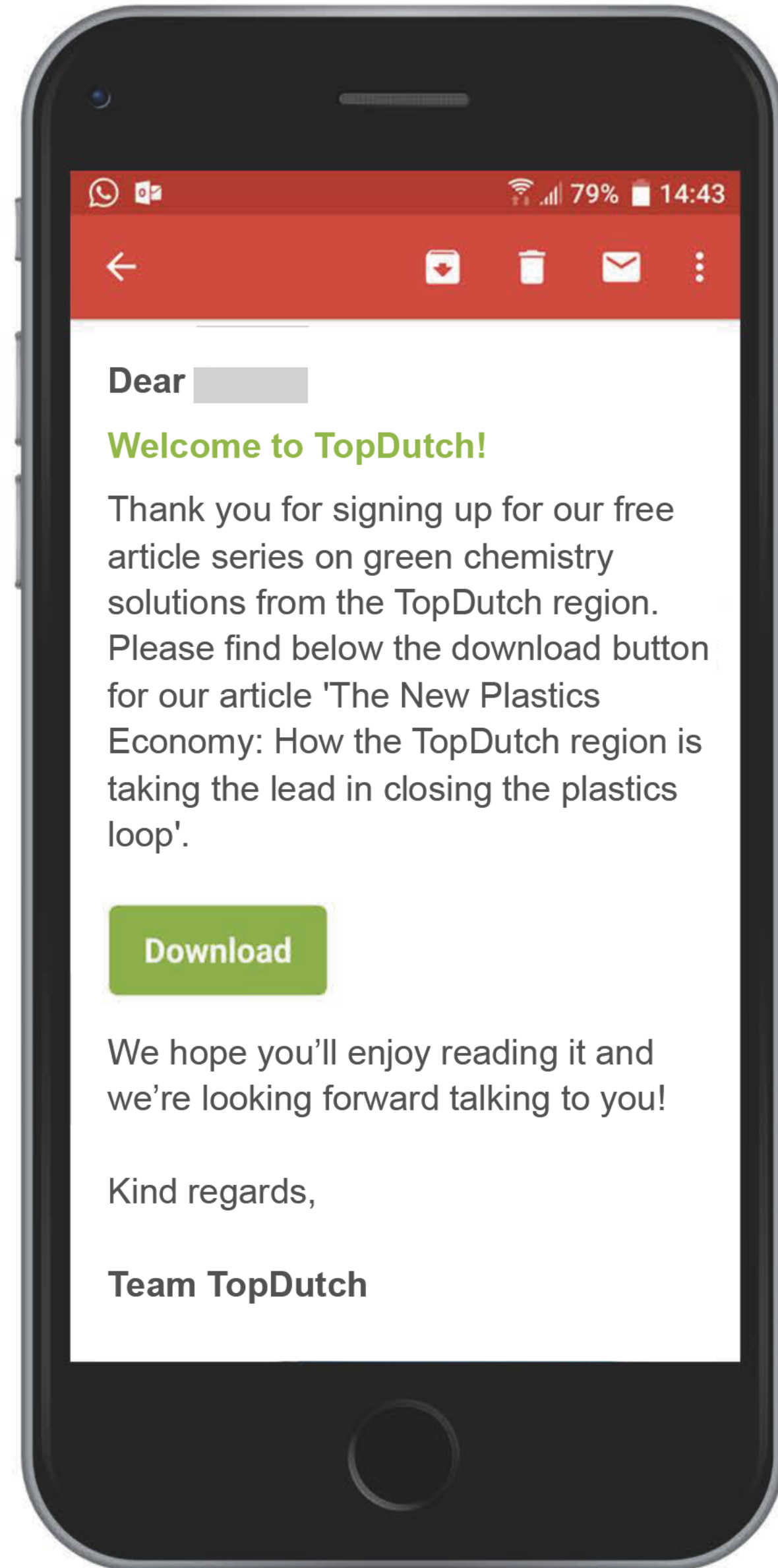


**FASE 3** LinkedIn Lead Generation advertentie (betaald)

LinkedIn-inschrijfformulier

Bevestiging inschrijving





# Twitter advertenties (organisch)

**TopDutch** @TopDutchCom · 7 feb.  
We are changing the nature of chemistry. With tiny water creatures? Indeed! Find out here how: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry) #greenchemistry

**TOP DUTCH**  
A good place to be great

**How shrimp shells can save lives.**

2 3

**TopDutch** @TopDutchCom · 12 feb.  
In our world class research facilities of the @univgroningen, #greenchemistry technologies that proved themselves in the lab can be tested on a larger scale. 'An important link between science and business', says prof. Euverink. Learn more: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry)

1 1

Deze collectie tonen

**TopDutch** @TopDutchCom · 11 feb.  
The @univgroningen is #TopDutch. Professor Gert-Jan Euverink does research on biotechnology. For instance, on the re-use of usually wasted shrimp shells for medical purposes. 'There is so much to be extracted'. Read more on his research here: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry)

1 7 12

Deze collectie tonen

**TopDutch** @TopDutchCom · 28 jan.  
From emission to a mission! @ChemportEurope, our chemical cluster, is #TopDutch. Learn more: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry)

**TOP DUTCH**  
A good place to be great

**WE ARE CO<sub>2</sub> NEGATIVE AND FOSSIL FREE BY 2050**

2 1

# CAMPAGNE NEXT STEPS

# CAMPAGNE NEXT STEPS

## NEXT STEPS

10.2.G



**TOPDUTCH**

**A good place to be great**

# TOPDUTCH. WAAR STAAN WE?

## Resultaten afgelopen kwartaal

### Resultaten thema campagne groene chemie

In de afgelopen maanden heeft het team ingezet op het door-ontwikkelen van de groene chemie thema campagne. Twee verhalen zijn met een betaalde, doelgerichte, LinkedIn campagne uitgezet in Japan, VS en Duitsland. De resultaten van de gefaseerde, betaalde LinkedIn campagne, over 2 en een halve maand tijd en 12k mediabudget, zijn tot nu toe 69 opt-in waarvan 40 kwalitatieve leads, 333k vertoningen en 84 nieuwe volgers (365). De overige verhalen worden organisch gedeeld op de social kanalen en via email gedeeld met de inschrijvers vanuit de campagne.

### Inrichting technologische infrastructuur, dashboard, social listening en beheer

De technologische infrastructuur ondersteunend aan de campagnes is ingericht en in gebruik. De laatste stap betreft de implementatie is de Sales Cloud connectie en training voor de NOM. Daarnaast is een campagne dashboard ingericht voor stakeholders. Het social listening en beheer is georganiseerd met inzet van een contentmanager en stagiair.

### Vorbereiding key campagnes

Thema werksessies zijn samen met de Provincies en de NOM georganiseerd, voor het ophalen van proposities, inhoudelijke sturing voor de campagne en bijbehorende acquisitie-strategie. Vanuit de opgedane ervaring met de groene chemie thema campagne en de ondersteunende technologische infrastructuur kunnen we de komende maanden de volgende thema campagnes uitvoeren.

### TopDutch Webshop

De webshop is aangeschaft en wordt ingericht op basis van een eerste selectie merchandise-producten. Lancering webshop vindt half maart plaats.

### Organisatie

█ is aangetreden als voorzitter. █ en █ (Tres) zijn definitief uitgestapt. Gesprekken lopen met █ betreft aanhaken start-up/scale-up ecosysteem (binnen TopDutch project) en Young Business Award.

### Financieel overzicht

	<i>Vorige rapportage</i>	<i>Huidige rapportage</i>
Datum:	1 december 2018	27 februari 2019
Totaal TopDutch budget:	1.200.000,00	1.200.000,00
Kosten uitgevoerde werkzaamheden:	542.161,48	595.039,58
Resterend budget:	657.838,52	604.960,42*

\* Electrify campagne niet opgenomen TopDutch budget

## Vooruitblik activiteiten

### Materialen en activatie key campagnes

De volgende thema campagnes worden gevoerd, betaald en organisch:

1. Groene chemie
2. Agri/Food
3. Digitaal
4. Logistiek
5. Life Sciences & Health
6. WaterTech
7. Energie

### Invest in TopDutch

Het TopDutch hygiene-deel, over investeren in de regio, wordt in samenwerking met de NOM geupdate, aangevuld en gevisualiseerd in TopDutch stijl. Ook de salesondersteunende middelen voor de NOM worden in TopDutch stijl gemaakt.

### Invest in TopDutch campagne

De Invest in TopDutch campagne wordt in concept uitgewerkt.

- NFIA netwerk aanhaken samen met NOM
- Campagne internationale key influencers

### TopDutch Hub: Platform website, International, Talent & Lifestyle

Het TopDutch merk wordt de komende maanden verbreed door het toevoegen en uitwerken van de thema's International, Talent en Lifestyle. Deze worden in juni toegevoegd aan het TopDutch platform.

- International: informatie over vestigen in de regio als professional, student of start-up - in samenwerking met het International Welcome Center North.
- Talent: stories over bijzonder talent, zoals visionaire CEO's, ondernemers, professoren, studenten, bekende mensen in/uit de regio – in samenwerking met Make it in the North.
- Lifestyle: evenementen, activiteiten, cultuur, natuur, etc. – mogelijk in samenwerking met Provinciale marketingorganisaties.

### Product-ontwikkeling TopDutch Webshop

Het producten-aanbod wordt de komende maanden doorontwikkeld.

### Voorstel: We Are TopDutch stakeholder-campagne

Stakeholders vanuit partner-netwerk activeren, aansluiten op mailinglijsten, informeren en inspireren middels stakeholder specifieke online journeys.

Samen met communicatieadviseurs Provincies:

1. Overheid: provincies, gemeentes, EZK, ministeries
2. Politiek: provinciale statenleden, tweede kamer, eerste kamer, partijleden
3. Pers: NOS, FD, Volkskrant, etc.

Samen met Make it in the North:

4. Kennisinstellingen en studenten: RUG, Hanze Hogeschool, NHL Stenden, Terra college, etc.
5. Bedrijfsleven: bedrijvennetwerken vanuit VNO-NCW Noord, MKB Noord, Chemport Europe, WaterAlliance, DairyCampus, NewEnergyCoalition, TopDutchLogistics, etc.

Samen met [redacted] (of ander):

6. Start-ups/scale-ups: StartupThermometer, Ikbendrentsondernemer, Founded in Groningen, IWCN, StartupinResidence, StartupDelta, InnovationOrigin, etc.

## Planning: zie bijlage

# Key campagnes

## 1. Groene chemie campagne

Propositie: aanwezig

Key stories:

- Storylines: 6/6 stories
- Content schrijven: 6/6 stories
- Content creatie (fotografie/infographics): 3/6 stories
- Online publicatie: 2/6 stories

Organische & social listening campagne: doorlopend

Betaalde campagne: afgerond

Online journey & lead generatie: doorlopend

## 2. Agri/Food campagne

Propositie: agridairy propositie aanwezig, wordt aangevuld met landbouw

Key stories:

- Storylines: voorstel gereed
- Content schrijven: journalist bekend
- Content creatie (fotografie/infographics): /
- Online publicatie: /

Organische & social listening campagne: half maart t/m oktober

Betaalde campagne: start april

Online journey & lead generatie: start april

## 3. Digitaal campagne

Propositie: in ontwikkeling (Provincies/NOM/industrie expertise)

Key stories:

- Storylines: voorstel gereed, definitief na werksessie 6 maart
- Content schrijven: journalist bekend
- Content creatie (fotografie/infographics): /
- Online publicatie: /

Organische & social listening campagne: april t/m oktober

Betaalde campagne: start mei

Online journey & lead generatie: start mei

## 4. Logistiek campagne

Propositie: concept aanwezig (VNO-NCW)

Key stories:

- Storylines: voorstel gereed, definitief na werksessie 6 maart
- Content schrijven: journalist bekend
- Content creatie (fotografie/infographics): /
- Online publicatie: /

Organische & social listening campagne: half april t/m oktober

Betaalde campagne: start half mei

Online journey & lead generatie: start half mei

## 5. Life Sciences & Health campagne

Propositie: concept aanwezig (Drenthe)

Key stories:

- Storylines: voorstel gereed, werksessie inplannen
- Content schrijven: journalist bekend
- Content creatie (fotografie/infographics): /

- Online publicatie: /

Organische & social listening campagne: mei t/m oktober

Betaalde campagne: start juni

Online journey & lead generatie: start juni

## **6. WaterTech campagne**

Propositie: concept aanwezig (Friesland)

Key stories: volgt uit werksessie

- Storylines: voorstel gereed, werksessie inplannen
- Content schrijven: journalist bekend
- Content creatie (fotografie/infographics): /
- Online publicatie: /

Organische & social listening campagne: half mei t/m oktober

Betaalde campagne: start half juni

Online journey & lead generatie: start half juni

## **7. Energie campagne**

Propositie: niet aanwezig

Key stories:

- Storylines: voorstel gereed, werksessie inplannen
- Content schrijven: journalist bekend
- Content creatie (fotografie/infographics): /
- Online publicatie: /

Organische & social listening campagne: juni t/m oktober

Betaalde campagne: start juli

Online journey & lead generatie: start juli

# PLANNING

# KEY CAMPAIGNES

	dec.	jan.	feb.	mrt.	apr.	mei	jun.	jul.	aug.	sep.	okt.
<b>CHEMIE</b>											
Content	Stories						Hub				
Campagne	Betaald			Organisch							
Lead generatie		Journey									
<b>AGRI / FOOD</b>											
Propositie	Inhoud										
Content				Stories			Hub				
Campagne				Organisch		Betaald		Organisch			
Lead generatie						Journey					
<b>DIGITAAL</b>											
Propositie	Inhoud										
Content				Stories			Hub				
Campagne					Organisch		Betaald		Organisch		
Lead generatie							Journey				
<b>LOGISTIEK</b>											
Propositie	Inhoud										
Content				Stories			Hub				
Campagne						Organisch		Betaald		Organisch	
Lead generatie								Journey			
<b>LSH</b>											
Propositie		Inhoud									
Content				Stories			Hub				
Campagne						Organisch		Betaald		Organisch	
Lead generatie								Journey			
<b>WATERTECH</b>											
Propositie		Inhoud									
Content				Stories			Hub				
Campagne						Organisch		Betaald		Organisch	
Lead generatie								Journey			
<b>ENERGY</b>											
Propositie		Inhoud									
Content					Stories		Hub				
Campagne							Organisch		Betaald		Organisch
Lead generatie								Journey			

**Stap 0** Propositie: Inhoudelijke sturing campagne, storylines, acquisitiestrategie

**Stap 1** Content: Key stories

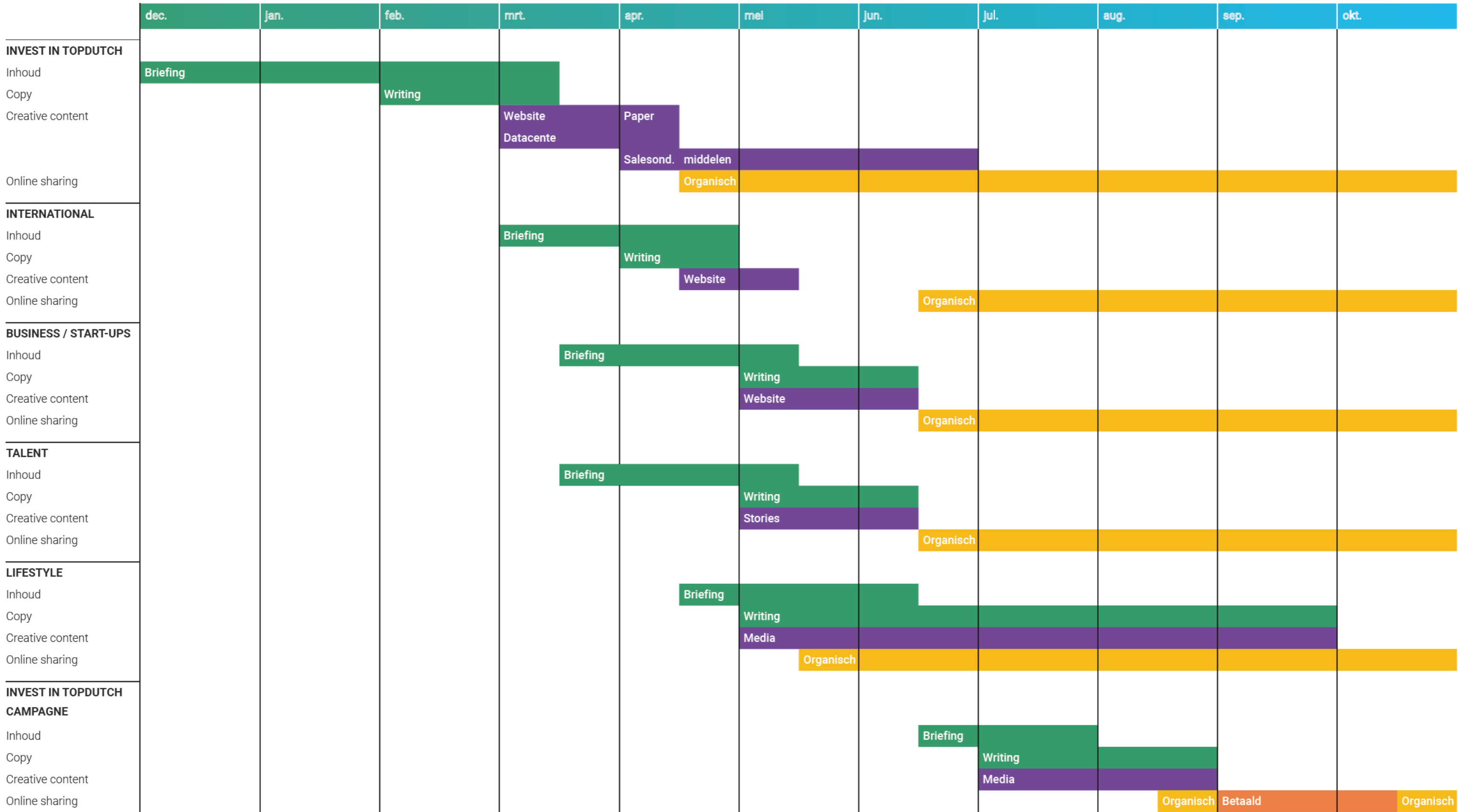
**Stap 2** Content: Hub content

**Stap 3** Campagne: organisch / social listening

**Stap 3** Campagne: betaald

**Stap 4** Lead generatie: online journey / lead profiling

# TOPDUTCH HUB





Inhoudelijke voorbereiding; ophalen content  
 Content

Online sharing: organisch  
 Campagne: betaald

# 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.
<b>WEBSITE - PLATFORM</b>	Website						Platform				
<b>WEBSHOP</b>											
<b>GOOGLE DATA STUDIO</b>											
Marketing Dashboard											
Stakeholder Dashboard											
<b>SALESFORCE</b>											
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.
<b>NFIA NETWERK</b>						Activatie	Journey				
<b>OPTIES</b>											
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**

**TOPDUTCH**

**THEMACAMPAGNE CHEMIE**

Update: 28 februari 2019

# CAMPAGNE-UPDATE

1. Campagnestrategie
2. Campagnefocus
3. Campagneresultaten
4. Campagne-opbouw
5. Campagne in beeld
6. Campagne next steps
7. Campagne lessen

# CAMPAGNESTRATEGIE

AWARENESS

## HOE KUNNEN WE ONZE DOELGROEPEN VINDEN EN BENADEREN?

10.2.G

CONSIDERATION

## HOE KRIJGEN WE **BREINPOSITIE** EN **CONTACT** MET ONZE DOELGROEPEN?

10.2.G

LOYALTY

## HOE BOUWEN WE **LANGDURIGE RELATIES** MET ONZE DOELGROEPEN?

10.2.G

CONVERSION

## HOE CONVERTEREN WE **LEADS** NAAR **SALES**?

10.2.G

# CAMPAGNE-OPBOUW

## PROPOSITIE

### Stap 0

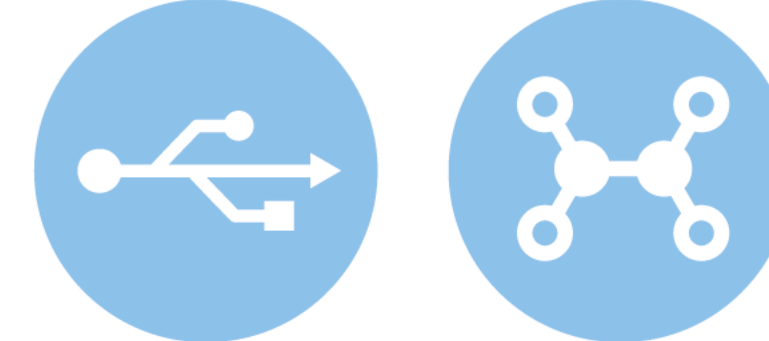
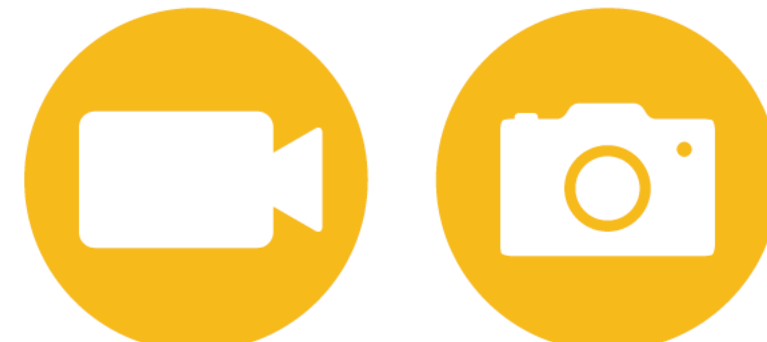
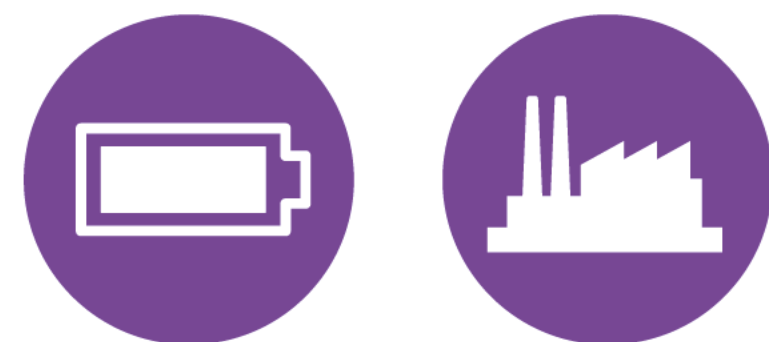
Basispropositie thema (aangeleverd door NOM)

## CONTENTSTRATEGIE

10.2.G



## ONLINE STRATEGIE



# CAMPAGNEFOCUS

# WAAR DE FOCUS LIGT (1)

Awareness creëren bij de mensen die tellen

10.2.G



# WAAR DE FOCUS LIGT (2)

**Zo snel mogelijk opt-in\* om relatie te kunnen opbouwen**

\* opt-in: het achterlaten van een mailadres en/of andere persoonsgegevens met toestemming om communicatie te ontvangen

# WAAR DE FOCUS LIGT (3)

## Social engagement en websitebezoek stimuleren

10.2.G



# CAMPAGNERESULTATEN

# CAMPAGNERESULTATEN

Chemie

## Resultaten betaalde campagne

> 333.000 vertoningen

> 1.700 kliks

69 opt-in (waarvan 40 uit industrie)

Totaal ingezet mediabudget: € 12.000,-

*o.b.v. 28 campagnedagen*

# CAMPAGNE-OPBOUW

# KEY STORY 1

Green Building Blocks

## FASE 1: BETAALDE CAMPAGNE OP LINKEDIN

10.2.G



### Timing en mediabudget

16 - 22 december (7 dagen): € 2.500,-

### Totaal mediabudget

€ 2.500,-

# KEYSTORY 1

## Green Building Blocks

### FASE 2: BETAALDE CAMPAGNE OP LINKEDIN

10.2.G



#### Timing en mediabudget

Fase 2a: 23 - 28 januari (5 dagen): € 2.500,-

Fase 2b: 29 januari - 4 februari (7 dagen): € 2.500,-

Fase 2c: 11 - 16 februari (5 dagen): € 1.500,-

#### Totaal mediabudget

€ 6.500,-

# CAMPAGNE DOELGROEPEN

10.2.G

## FASE 1

10.2.G



## FASE 2

10.2.G



# KEY STORY 1

## Green Building Blocks

### RESULTATEN EN OPTIMALISATIE

#### Fase 1

Mediabudget: € 2.500,-

- 43.732 vertoningen
- +/- 170 kliks
- 11 opt-in (2 vanuit industrie)  
*o.b.v. 7 campagnedagen*

#### Fase 2a

Mediabudget: € 2.500,-

- 66.371 vertoningen
- +/- 357 kliks
- 15 opt-in (5 vanuit industrie)
- + 23 volgers (311)  
*o.b.v. 5 campagnedagen*

#### Fase 2b

Mediabudget: € 2.500,-

- 75.683 vertoningen
- +/- 353 kliks
- 23 opt-in (22 vanuit industrie)
- + 20 volgers (331)  
*o.b.v. 7 campagnedagen*

#### Fase 2c

Mediabudget: € 1.500,-

- 72.057 vertoningen
- +/- 320 kliks
- 12 opt-in (12 vanuit industrie)
- + 10 volgers (341)  
*o.b.v. 5 campagnedagen*

---

12 aansluitende campagnedagen

# KEYSTORY 2

New Plastics Economy

## FASE 3 BETAALDE CAMPAGNE OP LINKEDIN

10.2.G



### Timing en mediabudget

Fase 3: 18 - 22 februari (5 dagen): € 3.000,-

### Totaal mediabudget

€ 3.000,-

# KEY STORY 2

## New Plastics Economy

### RESULTATEN EN OPTIMALISATIE

#### Fase 3

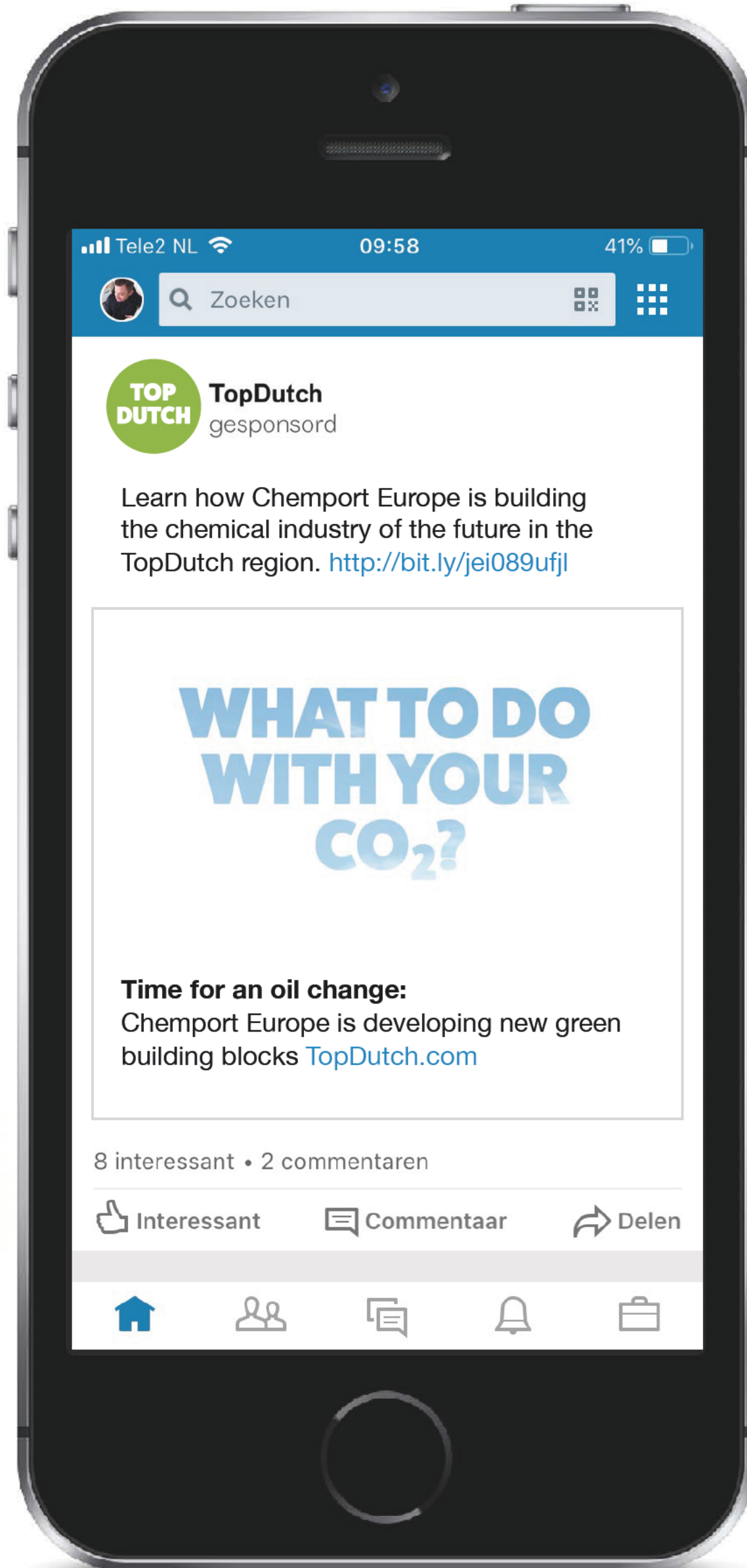
Mediabudget: € 3.000,-

- 66.883 vertoningen
- +/- 435 kliks
- 8 opt-in (5 vanuit industrie)
- +24 volgers (365)  
*o.b.v. 5 campagnedagen*

# CAMPAGNE IN BEELD

# FASE 1

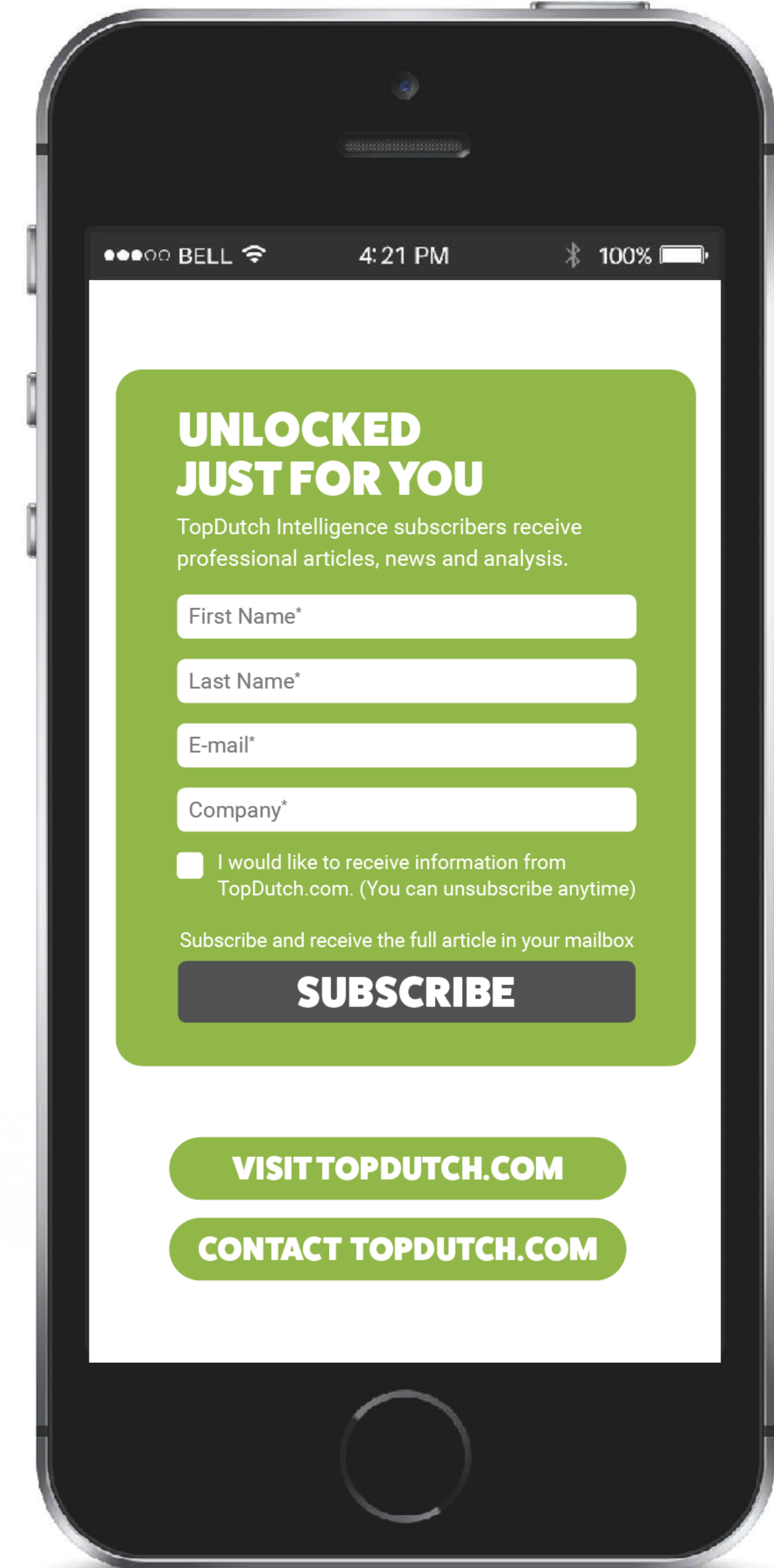
LinkedIn-advertentie (betaald)



Landingspage met preview artikel

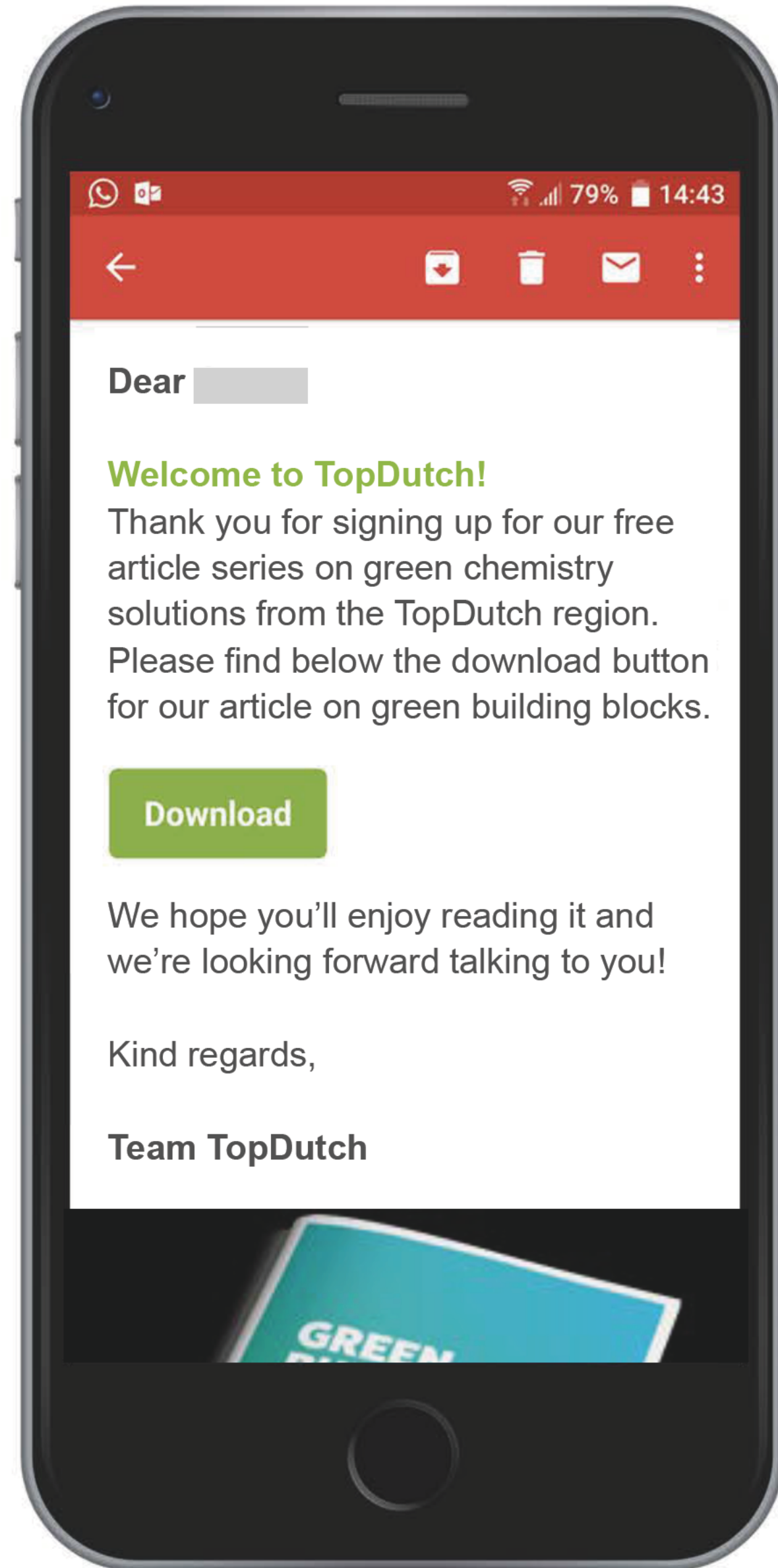


Inschrijfformulier



# FASE 1

Welkom-mail met downloadknop

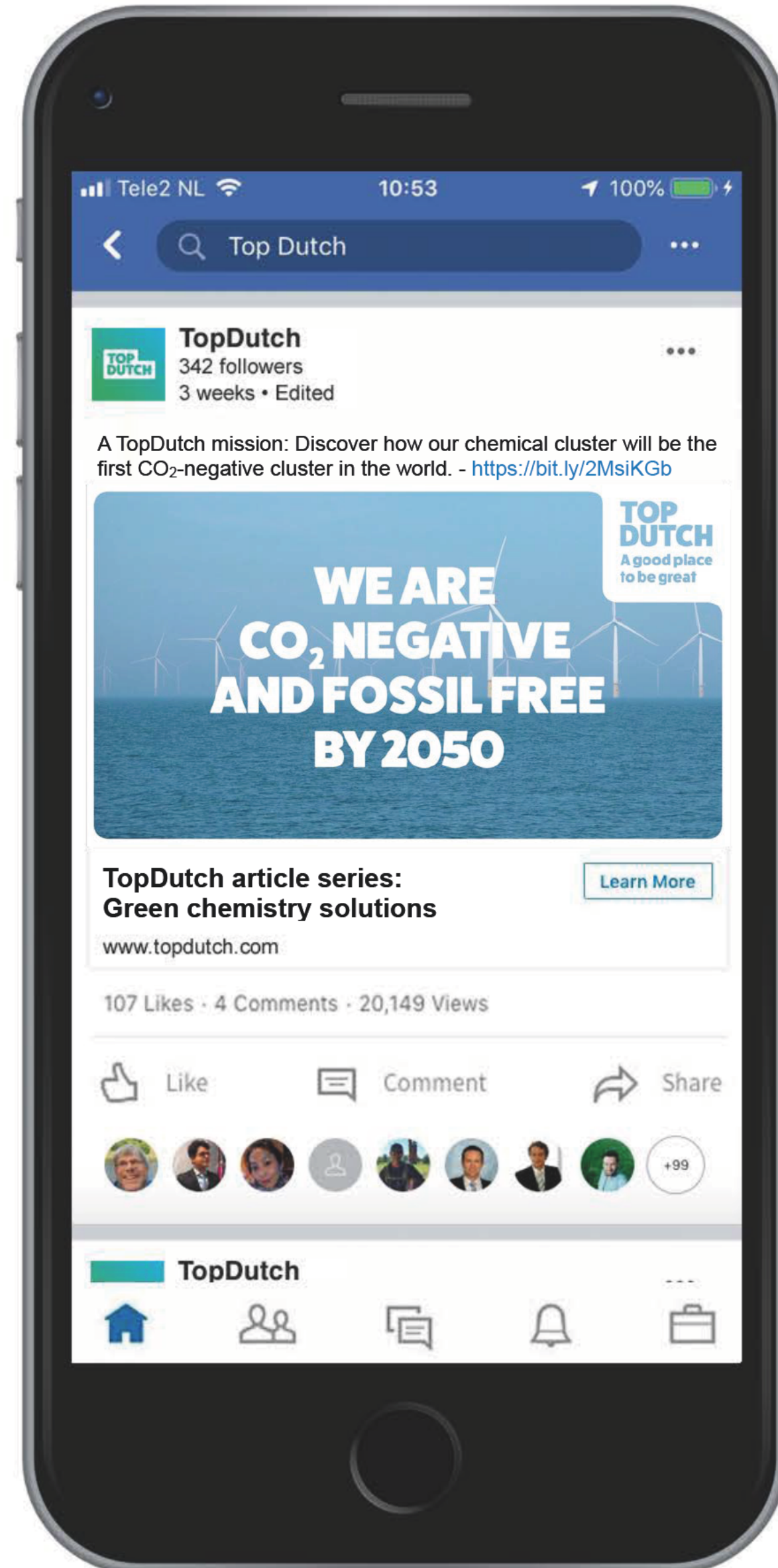


PDF download artikel

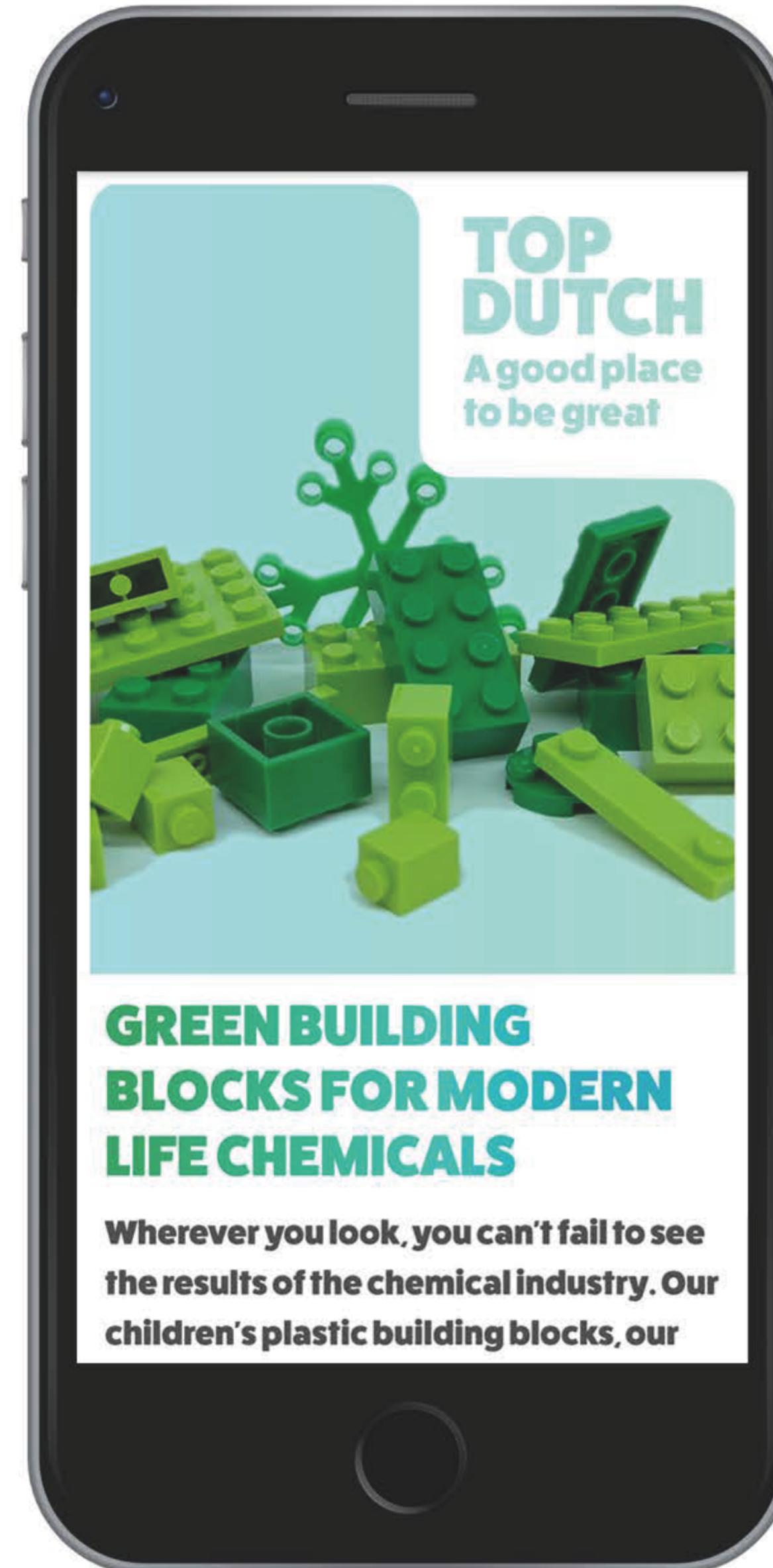


## FASE 2

LinkedIn link-sharing advertentie (betaald)



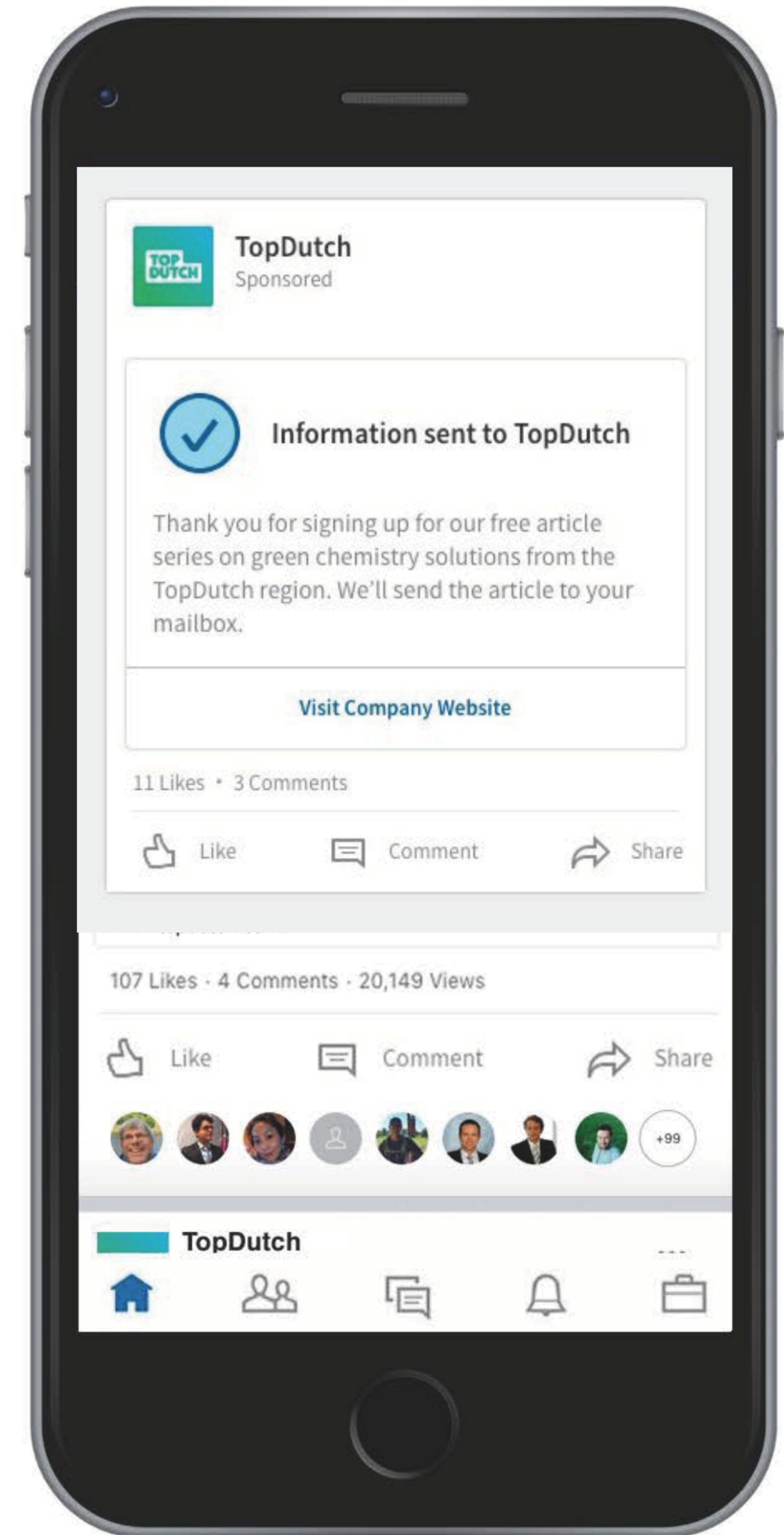
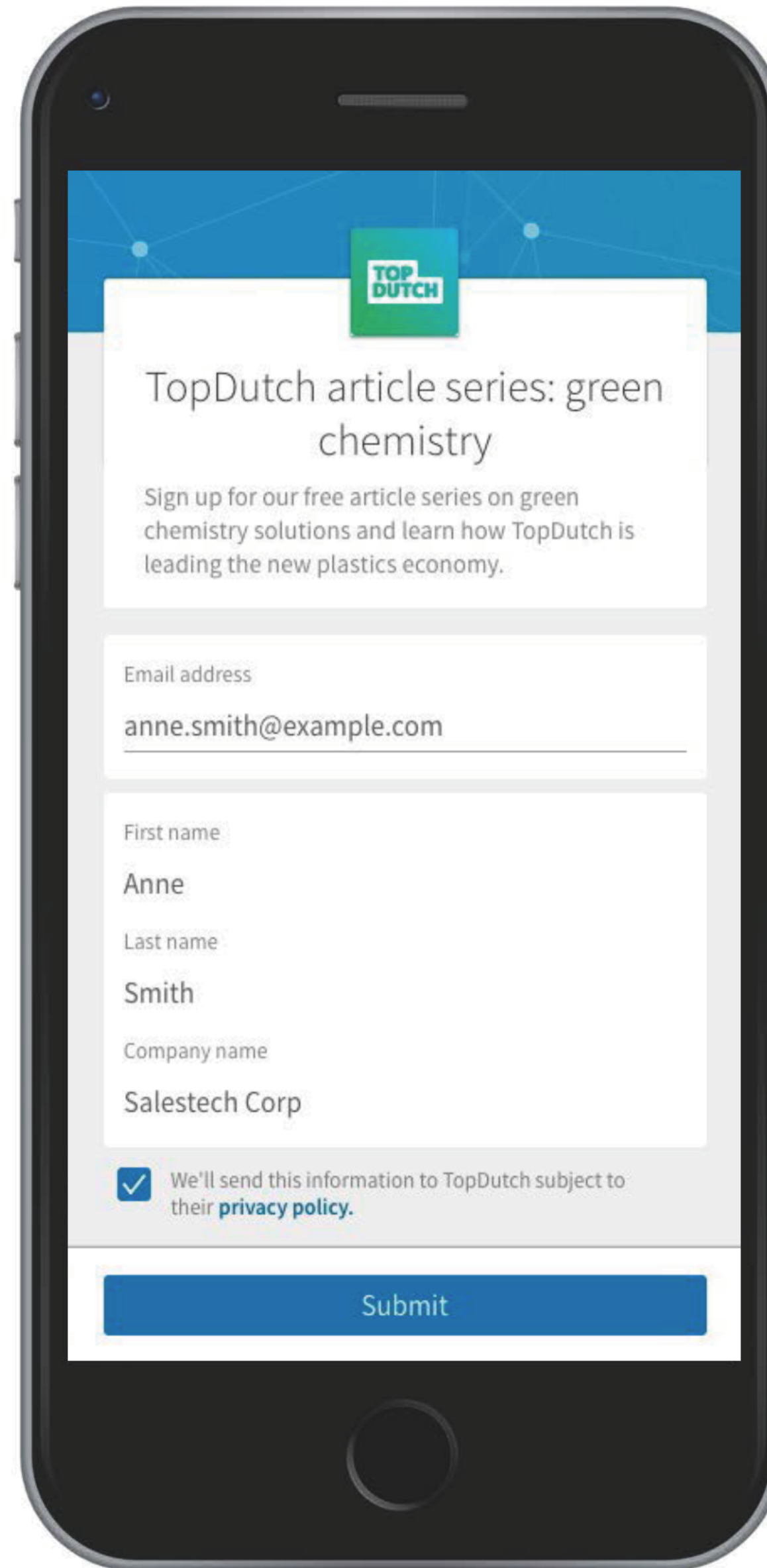
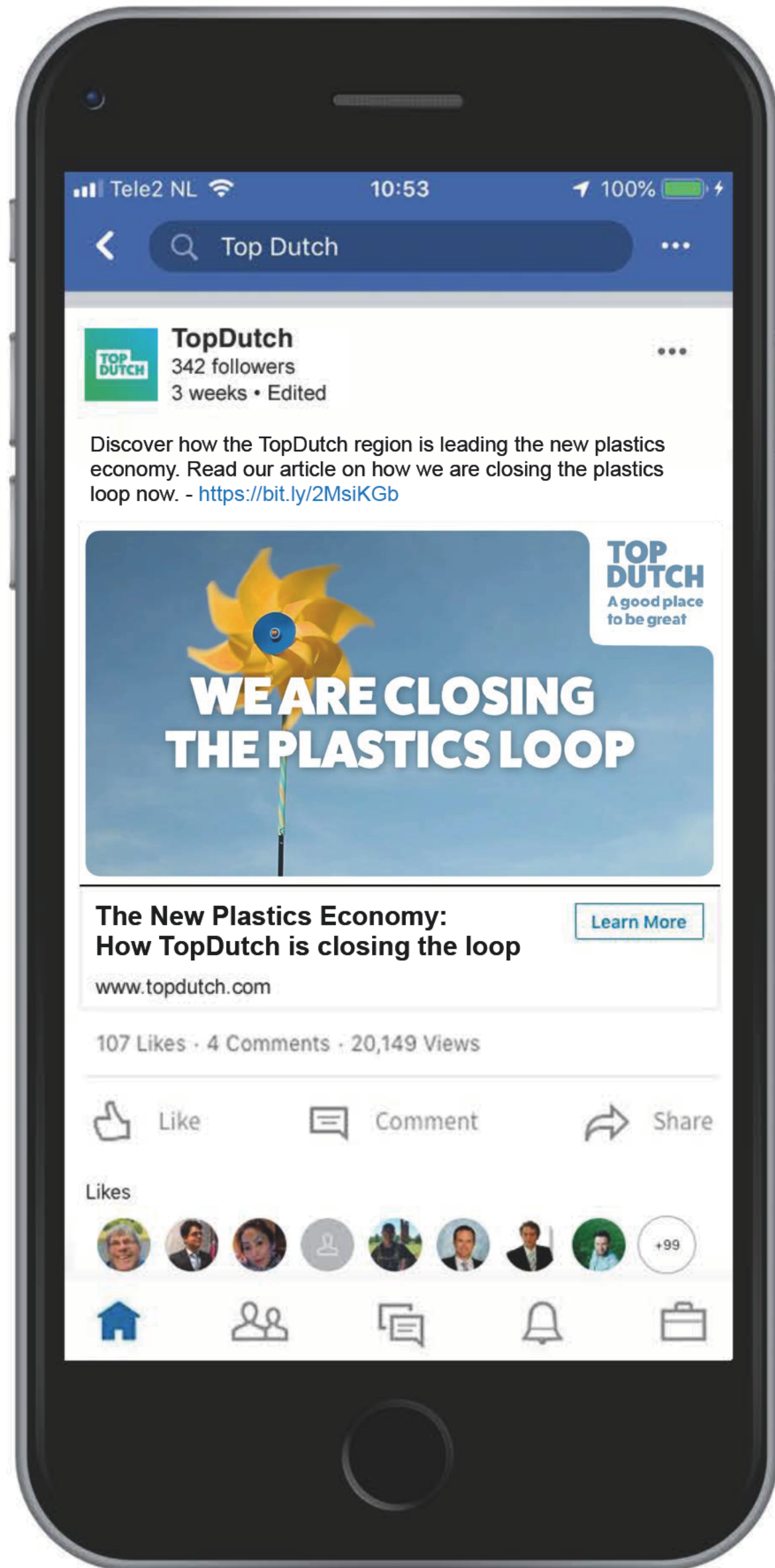
Landingspage met gehele artikel

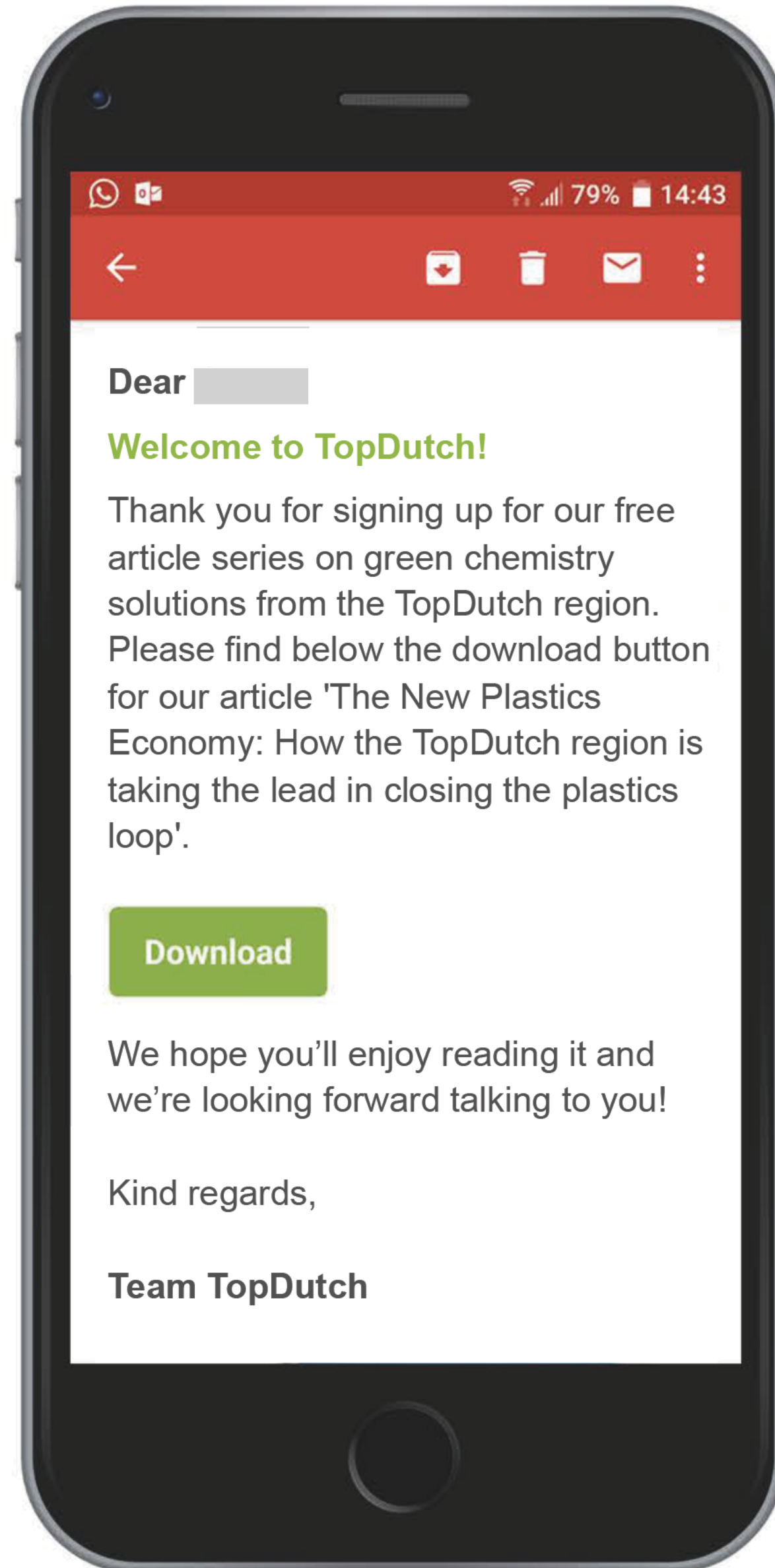


**FASE 3** LinkedIn Lead Generation advertentie (betaald)

LinkedIn-inschrijfformulier


Bevestiging inschrijving





# Twitter advertenties (organisch)

**TopDutch** @TopDutchCom · 7 feb.  
We are changing the nature of chemistry. With tiny water creatures? Indeed! Find out here how: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry) #greenchemistry



**TOP DUTCH**  
A good place to be great

How shrimp shells can save lives.

2 3

**TopDutch** @TopDutchCom · 12 feb.  
In our world class research facilities of the @univgroningen, #greenchemistry technologies that proved themselves in the lab can be tested on a larger scale. 'An important link between science and business', says prof. Euverink. Learn more: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry)




**TOP DUTCH**  
A good place to be great

1 1

Deze collectie tonen

**TopDutch** @TopDutchCom · 11 feb.  
The @univgroningen is #TopDutch. Professor Gert-Jan Euverink does research on biotechnology. For instance, on the re-use of usually wasted shrimp shells for medical purposes. 'There is so much to be extracted'. Read more on his research here: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry)



**TOP DUTCH**  
A good place to be great

1 7 12

Deze collectie tonen

**TopDutch** @TopDutchCom · 28 jan.  
From emission to a mission! @ChemportEurope, our chemical cluster, is #TopDutch. Learn more: [intelligence.topdutch.com/chemistry](https://intelligence.topdutch.com/chemistry)



**TOP DUTCH**  
A good place to be great

WE ARE  
CO<sub>2</sub> NEGATIVE  
AND FOSSIL FREE  
BY 2050

2 1

# CAMPAGNE NEXT STEPS

# CAMPAGNE NEXT STEPS

## NEXT STEPS

10.2.G



# CAMPAGNE LESSEN

# CAMPAGNE LESSEN

## LESSEN

10.2.G

[Redacted content]

**TOPDUTCH**

**A good place to be great**

[25-07-18 07:41:42] TopDutch kerngroep: Berichten die naar deze groep worden verzonden, zijn nu beveiligd met end-to-end encryptie.

[25-07-18 07:41:42] [redacted] Topdutch heeft deze groep aangemaakt

[23-01-19 14:03:29] [redacted] Topdutch heeft u toegevoegd

[23-01-19 14:03:50] [redacted] Topdutch: Welkom bij de TopDutch kerngroep [redacted]

[23-01-19 14:03:56] [redacted] Dames en heren,

[23-01-19 14:04:43] +31 6 [redacted] : Welkom, [redacted]

[23-01-19 14:06:29] [redacted] Gisteren is er overleg geweest tussen de EZ gedeputeerden in aanwezigheid van de hoofden EZ. Daar is besloten om de 103k van electrify weer uit het campagnebudget te halen en als drie provincies dit bedrag te zie als meerwerk van de electrifycampagne. Er is dus voor gekozen om alle thema's te bedienen met inhoud en campagnes.

[23-01-19 14:08:53] [redacted] Topdutch heeft +31 6 [redacted] toegevoegd

[23-01-19 14:09:09] [redacted] Welkom [redacted] en [redacted]

[23-01-19 14:12:29] [redacted] Daarnaast is er afgesproken dat de planningen zoals die er nu liggen wel gehaald moeten worden en dat de gedeputeerden daar grote waarde aan toe dichtten. Dit zijn in mijn ogen ambitieuze planningen die alleen maar gehaald kunnen worden als we de verwachtingen naar elkaar toe goed en duidelijk verwoorden. Van [redacted] en [redacted] verwacht ik dan ook een duidelijk planningsoverzicht per thema, met daarin duidelijk verwoord welke partij wanneer wat nog moet leveren. Ik wil graag dat dat overzicht ook per mail naar de hoofden EZ gestuurd wordt zodat zij ook een adequaat overzicht hebben van de acties die binnen de provincies nog moeten worden opgepakt.

[23-01-19 14:15:22] [redacted] Verder is het wat mij betreft niet zo dat campagnes nog niet kunnen beginnen als de proposities nog niet compleet zijn, voor agri/dairy kunnen we best al artikelen over het witte goud maken zonder dat de pootaardappelen in beeld zijn. Maar de algemene info over het brede deel van de noordelijke sector met kengetallen moeten we wel op onze site kwijt kunnen. Kortom volgens mij kunnen we onze agenda's we schoonvegen de komende weken om dit goed af te ronden.

[23-01-19 14:15:29] [redacted] sterkte [redacted]

[23-01-19 14:19:22] [redacted] Wij zorgen voor een overzicht van de gemaakte afspraken en welke zaken wij nog nodig hebben voor de productie van de campagnes. Deze zullen wij deze week aan de Hfd'n EZ sturen met een afschrift aan de kerngroep.

[23-01-19 14:26:55] [redacted] Super [redacted] en neem ook vooral de acties die je van provincies en NOM verwacht daarin mee

[23-01-19 14:27:31] [redacted]

[23-01-19 14:27:37] [redacted] je valt met je neus in de boter

[23-01-19 14:28:37] [redacted] afbeelding weggelaten

[23-01-19 14:28:53] [redacted] Wij willen de appgroep "TopDutch Chemie 2019" gaan aanvullen met meer betrokkenen en geïnteresseerden uit de chemiesector. Wie willen jullie erbij in? Behalve jullie zelf natuurlijk:). [redacted] zitten er al in. Wij willen voor iedere sector een appgroep maken om ervaringen en verbeteringen te delen om de campagne permanent te finetunen.

[23-01-19 14:29:33] +31 6 [redacted] : Wellicht kunnen [redacted] goede suggesties doen?

[23-01-19 14:29:38] [redacted] Vwb Chemie: We hebben de eerste pilot campagne in december uitgeserveerd. Met de ervaringen van de pilot op zak gaan we deze week weer los op LinkedIn (betaalde campagne in de regio's VS, Jp en D), LinkedIn, Twitter (eigen volgers) en Social Listening met de tweede tranche van de campagne.

[23-01-19 14:29:59] [redacted] Zeker, is al gesteld!

[25-01-19 14:47:16] [redacted] afbeelding weggelaten

[25-01-19 15:33:38] +31 6 [redacted] : Graag gedaan.

[29-01-19 09:25:07] [redacted] [redacted] gaat waarschijnlijk bij FC Tokyo spelen. Dat biedt kansen voor acquisitie.

<https://www.fctokyo.co.jp/club/sponsor/>

[29-01-19 09:28:56] +31 6 [redacted] : Yep, van hier tot Tokyo, maar nu écht!

[29-01-19 09:33:44] [redacted] afbeelding weggelaten

[29-01-19 09:50:29] [redacted] De man van glasfiber

[29-01-19 11:12:36] [redacted] <https://www.rug.nl/feb/blog/the-marketing-big-bang-29-01-2019>

[29-01-19 11:30:50] [redacted] Wat deze man zegt... exact wat we aan doen zijn:)

[30-01-19 07:59:25] [redacted] Beste mensen, 10.2.E [redacted] Ik kan er dus vanochtend niet bij zijn. Wens jullie een constructief overleg en ontvang graag de notulen. Groet, [redacted]

[30-01-19 07:59:59] [redacted] 10.2.E [redacted] cel

[30-01-19 08:03:53] +31 6 [redacted] : 10.2.E [redacted]

[30-01-19 08:05:41] [redacted] 10.2.E [redacted]

[30-01-19 08:25:48] [REDACTED]  
[30-01-19 08:35:36] [REDACTED] NOM:  
[30-01-19 08:49:16] [REDACTED] 10.2.E  
fijne samenwerking en laat de bedrijven maar komen naar onze mooie TopDutch regio!!!  
[30-01-19 08:49:37] [REDACTED]  
[30-01-19 09:10:48] [REDACTED]  
[30-01-19 09:53:42] +31 6 [REDACTED] :  
[30-01-19 14:53:04] +31 6 [REDACTED] : Deelnemers training namens NOM: [REDACTED]  
[REDACTED] Ivm [REDACTED] aanwezigheid voorkeur voor di/wo/do.  
[30-01-19 15:07:13] [REDACTED] Topdutch: Dankjewel [REDACTED]  
[30-01-19 18:50:11] [REDACTED] <https://youtu.be/fjQgEGMm-sU>  
[30-01-19 18:51:46] [REDACTED] Wij moeten ook in dat filmpje met De Campus en de Health Hub!  
[30-01-19 18:53:46] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[31-01-19 09:59:20] +31 6 [REDACTED] : Heb net met [REDACTED] gesproken en hij gaf aan dat ICIT (bouwer platform) het niet gegrepen had. Kaart kunnen wij gebruiken op topdutch.  
[31-01-19 09:59:33] +31 6 [REDACTED] : Gegrepen = begrepen  
[31-01-19 09:59:47] +31 6 [REDACTED]  
[31-01-19 10:08:17] [REDACTED] Topdutch: ha gelukkig!  
[31-01-19 14:00:43] [REDACTED] NOM: Fijn!!  
[04-02-19 17:57:03] [REDACTED] <https://www.hofstede-insights.com>  
[04-02-19 18:51:20] [REDACTED] @316 [REDACTED] Hoe komen we ook in de de tour van de NFIA terecht mt Health Hub en Campus Groningen? <https://www.lifescienceleader.com/doc/from-utrecht-to-amsterdam-day-of-the-netherlands-biopharma-press-tour-part-0001?platform=hootsuite>  
[04-02-19 19:15:51] +31 6 [REDACTED] : Die betreffende tour was in oktober '18. Heb dit zojuist even gecheckt bij collega [REDACTED] Op dat moment was er niet meer tijd dan enkel het bezoeken van centraal NL. Tja, en dát is nou net een belangrijke reden voor datgene, waar wij nu aan werken  
[04-02-19 19:23:54] [REDACTED]  
[05-02-19 12:40:32] [REDACTED] <https://newanglia.co.uk/dutch-officials-sign-business-agreement-with-the-east/>  
[13-02-19 09:12:40] [REDACTED] 10.2.E  
10.2.E  
[13-02-19 09:12:56] [REDACTED]  
[13-02-19 09:15:42] +31 6 [REDACTED] : Dit bericht is verwijderd.  
[13-02-19 09:18:21] +31 6 [REDACTED] : Ik ben er ook niet, heb een fact finding trip. [REDACTED] is in Den Haag (weet niet of ze nu toegang heeft tot de app ivm Academy).  
[13-02-19 09:47:35] [REDACTED] Topdutch: ok helaas  
[13-02-19 09:49:52] [REDACTED] Topdutch: We zitten in Grutte Pier  
[19-02-19 18:15:08] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[19-02-19 18:21:33] +31 6 [REDACTED] : Toppertje  
[20-02-19 15:08:03] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[20-02-19 15:34:25] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[21-02-19 08:48:23] [REDACTED] <https://www.ad.nl/politiek/plastic-volledig-recyclebaar-in-2025~a58f6125/>  
[21-02-19 08:48:35] [REDACTED] Ik zeg, kom maar naar noord Nederland, regelen wij wel..  
[21-02-19 08:50:09] [REDACTED] Via topdutch even op attenderen?  
[21-02-19 09:15:22] [REDACTED] Zeker!  
[21-02-19 21:08:27] [REDACTED] TopDeutsch  
  
<https://twitter.com/heuteplus/status/1098307299276451840?s=12>  
[26-02-19 10:59:17] [REDACTED] Goedemorgen allen, ik ben morgenvroeg later aanwezig. Moet om 10.00 uur bij Henk Brink zijn om hem bijpraten over Topdutch. Ik hoop er om 10.45 te zijn. Tot morgen. [REDACTED]  
[26-02-19 11:02:14] [REDACTED]  
[26-02-19 19:41:34] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[27-02-19 09:00:17] +31 6 [REDACTED] : Wij zitten straks ik zaal Bartje  
[27-02-19 11:17:59] [REDACTED] Ik red het helaas niet, net klaar bij Henk Brink.  
[27-02-19 18:19:10] +31 6 [REDACTED] : Hoorde dat Henk Brink de vragen uit de Drentse staten over TopDutch goed heeft beantwoord. Goeie voorlichting [REDACTED]  
[27-02-19 18:19:59] [REDACTED] Ja klopt, hij ging wel echt voor Topdutch staan..  
[27-02-19 18:23:14] +31 6 [REDACTED] : Goed man!  
[27-02-19 18:44:14] [REDACTED]  
[27-02-19 18:44:40] [REDACTED] Topdutch: Echt super!  
[27-02-19 20:26:48] +31 6 [REDACTED] : TopDutch: over vier maanden moet er een sterk verhaal liggen  
<https://www.dvhn.nl/drenthe/TopDutch-over-vier-maanden-moet-er-een-sterk-verhaal-liggen->

24216025.html

[01-03-19 14:09:54] [redacted] Topdutch: Hi allen, in de mail de voortgangsrapportage voor het gedeputeerdenoverleg + update chemie campagne reader; kijken jullie even mee?

[06-03-19 08:07:52] [redacted] Beste mensen, 10.2.E

[redacted] Heel jammer, maar [redacted] is namens frl bij het ict overleg en de input van ons voor logistiek heb ik gisteren verstuurd. Vwb het extra kernteamoverleg heb ik het gevoel dat we aardig op stoom zijn. Plannings zijn bekend en m.i. nog geen afwijkingen vooralsnog. Desnoods kan ik telefonisch inbreng hebben wanneer dat nodig is. Bel mij gerust. Het spijt me dat ik er vandaag niet bij kan zijn, [redacted]. Veel succes vandaag. Groet [redacted]

[06-03-19 08:35:27] [redacted] !

[06-03-19 08:35:37] +31 6 [redacted] : 10.2.E

[06-03-19 08:38:33] +31 6 [redacted] : 10.2.E

Marcel!

[06-03-19 08:55:40] +31 6 [redacted]

[06-03-19 09:09:14] [redacted] Topdutch: Oh 10.2.E [redacted] P

[06-03-19 09:15:34] [redacted] Dit bericht is verwijderd.

[06-03-19 09:17:19] [redacted] Dank allemaal ! 10.2.E [redacted] Volgende week weten we meer. Succes vandaag.

[06-03-19 09:35:48] [redacted]

[06-03-19 09:41:33] [redacted] afbeelding weggelaten

[06-03-19 09:43:48] [redacted] NOM: 10.2.E

[06-03-19 09:50:04] [redacted]

[06-03-19 10:24:51] [redacted]

[06-03-19 11:35:07] [redacted] <https://www.innovationquarter.nl/en/about-us/infographics/>

[13-03-19 09:11:21] [redacted] Topdutch: 13.03.19\_Agenda kernteam.pdf • 1 pagina document weggelaten

[13-03-19 09:11:22] [redacted] Topdutch: Tot zo!

[13-03-19 09:32:05] +31 6 [redacted] : Ben iets later

[14-03-19 10:28:33] [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 10:28:33] [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 10:34:14] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten

[14-03-19 10:34:20] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten

[14-03-19 10:35:41] +31 6 [redacted] :

[14-03-19 10:36:35] +31 6 [redacted] : Mooi exemplaar, [redacted] Binnenkort ook in de TD webshop?

[14-03-19 10:37:15] [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 10:37:28] [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 10:41:39] [redacted] Je zou hem toch groen verven [redacted]

[14-03-19 10:45:23] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten

[14-03-19 12:39:55] [redacted] NOM: Haha heerlijke gadgets! Die badhandoek en shopper worden

sowieso een hit

[14-03-19 13:08:28] [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 13:09:03] +31 6 [redacted] : Die wil ik!

[14-03-19 13:09:57] [redacted] Een linker of rechter?

[14-03-19 15:02:12] [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 15:19:37] +31 6 [redacted] : Yep, voor 1,3 miljoen krijg je een groene, volledig elektrisch.

[14-03-19 15:20:34] +31 6 [redacted] Moet de NOM nog geen bedrijfsjacht? Samen met Seaports, .....

de kracht van samenwerken

[14-03-19 15:35:51] +31 6 [redacted] : Zal dit even voorleggen aan de nieuwe directeur van Nationaal Programma Groningen

[14-03-19 15:39:05] [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 15:51:03] +31 6 [redacted]

[14-03-19 15:53:43] +31 6 [redacted] afbeelding weggelaten

[14-03-19 16:00:55] [redacted] En nu raad je ons aan hetzelfde te proberen .....

[14-03-19 16:02:14] [redacted] Gelukkig hebben we in groningen geen aquaducten. Dus ik bedank bij deze

[18-03-19 14:45:49] [redacted] Topdutch: [redacted] 10.2.E

returns gewenst

[18-03-19 14:54:09] [redacted] 10.2.E

[18-03-19 14:55:00] Dank!!!  
[18-03-19 16:07:18] 10.2.E

[18-03-19 17:56:00] +31 6 : 10.2.E  
[18-03-19 18:04:47] Haha volgende keer ik ben er woensdag niet  
[18-03-19 18:05:06] Moet flyeren voor CDA  
[18-03-19 18:05:12]  
[18-03-19 18:43:06] +31 6 : Als het voor de SP zou zijn kreeg je geen afwezigheidsverlof van de voorzitter

[18-03-19 22:38:06] NOM: 10.2.E  
[19-03-19 09:20:02] Topdutch: Even een vraagje voor morgen na de vele afmeldingen; wie kan er wél bij het TopDutch overleg zijn om 11.00?  
[19-03-19 09:36:16] +31 6 : Voor mij alleen van 11:00 tot ca 11:30, daarna steak holder management (Steak eten met gedeputeerde).  
[19-03-19 09:37:36] +31 6 : Ja ik kan ook  
[19-03-19 10:03:24] Ik kan ook  
[19-03-19 10:05:51] Ik ook  
[19-03-19 11:06:38] Topdutch: Ok super!  
[20-03-19 09:23:03] +31 6 : Allen, ik sla deze even over, heeft weinig zin om 20 minuten bij de vergadering te zijn.  
Tot volgende week.

[20-03-19 09:28:00] Ga je even stemadvies uitbrengen  
[20-03-19 09:39:34] afbeelding weggelaten  
[20-03-19 11:52:27] +31 6  
[20-03-19 11:52:32] +31 6  
[25-03-19 08:25:45] afbeelding weggelaten  
[26-03-19 17:40:14] Topdutch: [https://www.bakkerswereld.nl/nieuws/nieuws/2017/10/sociale-greyston-bakery-eind-2019-naar-amsterdam-10143249?vakmedianet-approve-cookies=1&\\_ga=2.191397288.36963423.1553617971-918946237.1553617971](https://www.bakkerswereld.nl/nieuws/nieuws/2017/10/sociale-greyston-bakery-eind-2019-naar-amsterdam-10143249?vakmedianet-approve-cookies=1&_ga=2.191397288.36963423.1553617971-918946237.1553617971)  
[26-03-19 17:40:19] Topdutch: Deze had naar het Noorden gemoeten/gemogen!  
[27-03-19 08:04:07] Afeer kijkt naar filiaal Greyston in Pekela  
[27-03-19 09:19:42] Ik ben iets later straks..  
[27-03-19 09:22:23] Topdutch: 18.03.19\_Notulen kernteam.pdf • 1 pagina document weggelaten  
[27-03-19 09:22:24] Topdutch: 18.03.2019\_Actielijst kernteam.pdf • 1 pagina document weggelaten  
[27-03-19 09:22:24] Topdutch: 27.03.19\_Agenda kernteam.pdf • 1 pagina document weggelaten  
[27-03-19 09:22:27] Topdutch: Voor zometeen  
[27-03-19 09:22:29] Topdutch: ok!  
[27-03-19 10:59:31] afbeelding weggelaten  
[28-03-19 09:58:09] afbeelding weggelaten  
[28-03-19 10:19:59]  
[28-03-19 11:50:54] Ik ben even naar binnen gegaan met de vraag of ze een steekwagen voor me hadden

[28-03-19 13:02:06] afbeelding weggelaten  
[28-03-19 14:50:46] Tsja ook voor de piano hebben we een procedure  
[28-03-19 15:18:20] Wel heel mooi provinciehuis!  
[28-03-19 15:36:44] Topdutch: 27.03.19\_Notulen kernteam.pdf • 2 pagina's document weggelaten  
[28-03-19 15:36:44] Topdutch: Actielijst kernteam\_28 maart 2019.pdf • 1 pagina document weggelaten

[28-03-19 16:37:13] Zeker !  
[29-03-19 16:42:19] afbeelding weggelaten  
[29-03-19 17:02:32] +31 6 :  
[30-03-19 08:04:13]  
[01-04-19 16:35:55] afbeelding weggelaten  
[01-04-19 17:18:11] +31 6 :  
[02-04-19 07:03:48] afbeelding weggelaten  
[02-04-19 07:07:59] afbeelding weggelaten  
[02-04-19 07:14:44] <https://twitter.com/status/1112668131875586054?>  
s=12  
[02-04-19 07:45:32] afbeelding weggelaten  
[02-04-19 07:45:56] @316 Ik dacht onder de noemer TopDutch?

[02-04-19 14:53:34] [redacted] Hoi allen, graag morgen een agendapunt toevoegen: marketingbudgetten en thema campagnes. Dank

[02-04-19 15:21:24] +31 6 [redacted] : Doen we

[02-04-19 15:30:32] [redacted] Ben er morgen niet bij

[02-04-19 15:31:03] [redacted] Heb inkoop gevraagd naar mogelijkheden verlenging en extra financiering

[02-04-19 15:31:40] [redacted] Is wel een mouw aan te passen als t gaat om de budgetten waar we vorige week over spraken

[02-04-19 15:32:08] [redacted] Vrijdag weer een sessie over eerste uitgangspunten energie

[02-04-19 21:28:47] [redacted] Ivm een ingelast overleg morgenochtend kan het zijn dat ik iets later aanschuif. Groet

[02-04-19 21:32:26] [redacted]

[04-04-19 16:38:30] [redacted] Topdutch: Ha allen, interviewlijst/contactgegevens voor agri/food/dairy, hoe staat het er voor? Hoe eerder, hoe beter (denk aan de deadlines/planning )

[04-04-19 17:12:05] [redacted] Ik ben morgen op kantoor en verwacht dat ik je namen kan doorsturen.

[04-04-19 17:13:10] [redacted] Je krijgt van mij morgen ook input.

[04-04-19 17:14:26] [redacted] Topdutch: Net van [redacted] van Provincie Groningen ontvangen, bedankt! Stuur deze ook wel even naar jullie door + kunnen jullie daarnaast aangeven welke personen (per story) prioriteit hebben / juist geen prio?

[08-04-19 07:47:49] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten

[08-04-19 07:58:25] [redacted] GIF weggelaten

[08-04-19 08:04:46] [redacted] afbeelding weggelaten

[08-04-19 08:07:00] [redacted] <https://topdutchairlines.nl>

[08-04-19 09:04:20] +31 6 [redacted] : <https://youtu.be/hq8CtMyH8DU>

[08-04-19 10:04:11] [redacted] Mooi man alleen dat vliegtuig in dat filmpje lijkt wel een 737max zoals die daalt

[09-04-19 14:17:18] [redacted] Topdutch: Morgen 10.00 kernteam overleg op Provinciehuis Groningen: zaal MK12-sectiekamer

[09-04-19 14:23:01] [redacted] Ok! @ [redacted] kun jij een parkeerplaats voor mij reserveren in de kelder?

[09-04-19 14:23:29] [redacted] Topdutch: Die vraag hoort er inderdaad bij; wie een parkeerplaats nodig heeft graag even melden (naar [redacted])

[09-04-19 14:24:19] [redacted] 1 genoteerd [redacted]

[09-04-19 16:08:09] +31 6 [redacted] : 10.2.E [redacted] s

[09-04-19 16:08:36] [redacted] 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:08:45] +31 6 [redacted] : Hahaha

[09-04-19 16:08:50] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten

[09-04-19 16:08:56] +31 6 [redacted] : 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:09:04] [redacted] 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:09:16] [redacted] 10.2.E [redacted] ?

[09-04-19 16:09:25] +31 6 20110006: Gelukkig niet

[09-04-19 16:09:44] [redacted] 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:09:46] +31 6 [redacted] : 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:09:57] +31 6 [redacted] : 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:10:22] +31 6 [redacted] : 10.2.E [redacted] k

[09-04-19 16:10:27] +31 6 [redacted]

[09-04-19 16:10:29] [redacted] 10.2.E [redacted] aak

[09-04-19 16:10:43] +31 6 20110006: 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:11:44] [redacted] 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:13:30] +31 6 20110006: 10.2.E [redacted]

[09-04-19 16:13:57] [redacted]

[09-04-19 16:15:34] +31 6 [redacted] : <https://www.rtvnoord.nl/nieuws/207090/Informatieur-adviseert-SP-niet-VVD-en-PvdA-wel-in-nieuw-provinciebestuur>

[09-04-19 16:15:44] +31 6 [redacted] : Gaat de goede kant op

[09-04-19 16:16:03] [redacted] afbeelding weggelaten

[09-04-19 16:19:27] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten

[10-04-19 08:40:24] [redacted] [https://www.dvhn.nl/economie/Vracht-vanuit-Coevorden-per-spoor-naar-China-24350078.html?utm\\_medium=article\\_sharing&utm\\_source=whatsapp](https://www.dvhn.nl/economie/Vracht-vanuit-Coevorden-per-spoor-naar-China-24350078.html?utm_medium=article_sharing&utm_source=whatsapp)

[10-04-19 10:35:56] [redacted] <https://multimedia.scmp.com/news/china/article/One-Belt-One-Road/index.html>

[10-04-19 10:36:17] [redacted] Kijken op labtop!

[10-04-19 23:30:18] [redacted] afbeelding weggelaten

[15-04-19 06:52:23] afbeelding weggelaten  
[15-04-19 06:52:46] <https://www.constructionweekonline.com/products-services/180680-advantages-global-applications-of-hydrogen-lng-alternative-fuels-for-trucks>  
[17-04-19 10:53:50] Topdutch: en ik zijn onderweg, iets verlaat!  
[17-04-19 18:04:01] [https://investinholland.com/nfia\\_media/2018/11/NFIA\\_Chemicals\\_Brochure.Oct\\_.2018.FINAL-Web-v2.pdf](https://investinholland.com/nfia_media/2018/11/NFIA_Chemicals_Brochure.Oct_.2018.FINAL-Web-v2.pdf)  
[18-04-19 15:11:15] <https://www.bciglobal.nl/nl/groot-rijnmond-heeft-het-meest-krachtige-regionale-logistieke-ecosysteem>  
[18-04-19 18:12:00] Ik zeg stoppen met logistiek  
[18-04-19 18:15:20] Topdutch: Gister met gezeten over propositie en campagne logistiek; vraag me sowieso af of we in deze eerste branding fase van TopDutch hiermee de buhne op willen.. niet te vergelijken met aantal andere sectoren  
[18-04-19 18:19:16] +31 6 :  
[18-04-19 18:21:52] +31 6 : Zet dit ff op de agenda voor de volgende kernteam vergadering als je wilt

10.2.E

[18-04-19 18:34:49] Topdutch: Doe ik  
[18-04-19 18:39:11] +31 6 : Thnx.  
[23-04-19 12:10:21] Etergo Pitch Deck.pdf • 25 pagina's document weggelaten  
[23-04-19 12:11:08] @316 waren jullie niet met Technology Added bezig voor hun productie?  
[23-04-19 12:16:59] Klopt!  
[23-04-19 12:17:57] afbeelding weggelaten  
[23-04-19 12:18:47] [https://blog.etergo.com/etergo-update-april-2019/?utm\\_campaign=Update%20Dec%202018&utm\\_source=hs\\_email&utm\\_medium=email&utm\\_content=71931331&\\_hsenc=p2ANqtz--KpLLr7lvDSEmItHiKMDjbM\\_ZC3hQqsZGIIQH4FH1OwZGh89X\\_iW14kvKSPWPa2echX6IxInVbSzW7RvOaMvuYDB2CHhQp4fPINFhrKeuzYu6jwSQ&\\_hsmi=71931331#planning\\_production](https://blog.etergo.com/etergo-update-april-2019/?utm_campaign=Update%20Dec%202018&utm_source=hs_email&utm_medium=email&utm_content=71931331&_hsenc=p2ANqtz--KpLLr7lvDSEmItHiKMDjbM_ZC3hQqsZGIIQH4FH1OwZGh89X_iW14kvKSPWPa2echX6IxInVbSzW7RvOaMvuYDB2CHhQp4fPINFhrKeuzYu6jwSQ&_hsmi=71931331#planning_production)  
[23-04-19 12:28:19] afbeelding weggelaten  
[23-04-19 12:29:48] Wanneer publiek?  
[23-04-19 12:30:16] Verwacht snel een persbericht vanuit Added  
[23-04-19 12:58:33] Top!  
[23-04-19 12:59:51] Dutch 2-wheel Tesla. From Emmen. Gaan we met TD wat mee doen.  
[23-04-19 13:00:05] Na Added...  
[23-04-19 13:00:32] Goed idee..  
[23-04-19 13:01:22] Kunnen we niet een paar in TD stijl aanbieden?  
[23-04-19 13:02:51] Hebben jullie een contactpersoon solar racing team voor mij?  
[23-04-19 13:03:45] @316 is dat aan het organiseren. App even.  
[23-04-19 13:36:35] Topdutch: 24.04.19\_Agenda kernteam.pdf • 1 pagina document weggelaten  
[23-04-19 15:12:56] Visitekaartje weggelaten  
[23-04-19 17:13:43] Het lukt mij niet om er morgen bij te zijn  
[23-04-19 17:51:23] Jammer! Jij had nog een Agri/Dairy update?  
[24-04-19 19:29:02] <https://www.noordz.nl/2019/04/23/emmttec-innovatie-voor-de-wereld/>  
[25-04-19 19:15:21] afbeelding weggelaten  
[25-04-19 19:51:18] +31 6 Waarschuw ze ff via

10.2g

10.2g

(NDA)?

[26-04-19 09:29:57] +31 6 [redacted]  
[27-04-19 13:05:19] [redacted] Missies+voor+het+Topsectoren+-+en+Innovatiebeleid+26-04-2019 •  
80 pagina's document weggelaten  
[27-04-19 22:25:13] [redacted] <https://www.scientificamerican.com/article/europe-stores-electricity-in-gas-pipes/>  
[29-04-19 11:01:48] [redacted] Dit filmpje laat supermooi zien hoe Drenthe de plek is waar circulaire en innovatieve toepassingen worden gemaakt: <https://youtu.be/2koRQUpdH0c>  
[29-04-19 11:02:00] [redacted] Noord Nederland  
[29-04-19 11:07:59] [redacted] Vet!  
[29-04-19 11:08:18] [redacted] Gaan we zeker wat mee doen!  
[29-04-19 11:08:59] [redacted] ben bezig om fc groningen met maatschappelijke boodschap NO PLASTIC SOUP voorop shirt te laten spelen en Noordelijke bedrijven te laten financieren  
[29-04-19 11:09:14] [redacted] Kan ik contact met ze opnemen?  
[29-04-19 11:11:13] [redacted] <https://www.topdutch.com/top-stories-2/the-new-plastics-economy-how-the-topdutch-region-is-taking-the-lead-in-closing-the-plastics-loop>  
[29-04-19 11:15:48] [redacted] No Plastic Soup is de 'pain'. De 'gain'. de oplossing: 'Closing the Plastic Loop' die leidt tot 'The TopDutch New Plastic Economy'.  
[29-04-19 11:21:22] [redacted] Of 'TopDutch Plastic Soup Foundation' of TopDutch Plastic Soup Coalition'  
[29-04-19 11:22:05] [redacted] Interessant is de crossover LS&H / Groen Chemie / New Plastics economy. <https://www.plastichealthcoalition.org>  
[29-04-19 11:27:06] [redacted] Microplastics en de effecten op onze gezondheid. TD regio kan de lead nemen hierin. Dan is het groter dan alleen circulair en chemie. Alle Noordelijke profclubs met deze propositie op de voorkant van het shirt. Healthy Ageing (onderzoek effect microplastic) + Chemport (groen C-tjes, H-tjes en afbreekbare plastics) + Circulair (100% recycling en reuse) + Nieuwe producten van de recyclingketen (Vepa, VanAfval, enz). Klaar.  
[29-04-19 12:17:51] [redacted] Zeker [redacted]  
[29-04-19 12:19:18] [redacted] Woensdag even over hebben? Heb ongetwijfeld nog wel een aantal bedrijven die dit idee omarmen  
[29-04-19 12:35:40] +31 6 [redacted] Woensdag 10:00 uur?  
[29-04-19 12:37:57] +31 6 [redacted] : 10.2.E  
10.2.E [redacted] Ben er woensdag niet bij.  
[29-04-19 12:38:43] [redacted] !  
[29-04-19 12:40:52] +31 6 [redacted] : Gewoon 24/7 treinen naar het TopDutch gebied, of een hyperloop.  
[29-04-19 23:00:24] [redacted] #hupgassen

[https://twitter.com/\[redacted\]/status/1122891595563638784?s=12](https://twitter.com/[redacted]/status/1122891595563638784?s=12)

[30-04-19 10:50:13] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten  
[30-04-19 10:50:19] +31 6 [redacted] : Mooi artikel  
[30-04-19 10:56:16] +31 6 [redacted] :  
[30-04-19 11:01:25] +31 6 [redacted] Kan dat artikel even via de TD site getweet worden?

10.2g

[30-04-19 16:58:40] [redacted] <https://rvo.smh.re/DTg>  
[01-05-19 10:28:20] [redacted] Topdutch: Onderweg!  
[01-05-19 15:36:36] [redacted] Ik heb net de concept AgroFood (plant) gemaild  
[02-05-19 15:51:18] [redacted] komt ie weer:)

10.2g

[03-05-19 18:40:53] Ook het vertrouwd adres voor uw beleggingsadvies...

[03-05-19 18:49:13] +31 6 : Ook? Wat nog meer dan...?

[03-05-19 18:55:07] +31 6 : Mooi hoor, ik had voor een miljoentje ingetekend.

[03-05-19 18:58:00] Vanaf nu kun je iedere dag biefstuk eten

[03-05-19 18:59:26] +31 6 GIF weggelaten

[04-05-19 12:31:53] <https://foresightdk.com/hydrogen-northern-netherlands-is-ready/>

[07-05-19 09:37:28] +31 6 : Gaan we kerngroep overleg morgen overslaan? , en zijn afwezig.

[07-05-19 09:39:01] Voorstel: volgende week reguliere vergadering. Akkoord iedereen?

[07-05-19 09:39:35] +31 6 : Prima

[07-05-19 09:39:37]

[07-05-19 10:20:35] +31 6 : Akkoord

[07-05-19 10:26:10] +31 6

[07-05-19 11:17:35] NOM:

[09-05-19 12:18:39] <https://www.vno-ncw.nl/forum/sophie-t-veld-europa-wordt-een-dwerg-naast-china-en-de-vs>

[10-05-19 10:13:35] afbeelding weggelaten

[15-05-19 08:38:42] Topdutch: 15.05.19\_Agenda kernteam.pdf • 1 pagina document weggelaten

[15-05-19 08:38:42] Topdutch: Tot zo!

[15-05-19 08:56:30] +31 6 :

[16-05-19 19:43:55] afbeelding weggelaten

[16-05-19 19:47:27] +31 6 : Dit zou onder de TopDutch vlag moeten.

[16-05-19 19:57:27] Zou moeten. Het is tenslotte dezelfde opdrachtgever:)

[16-05-19 20:21:02] +31 6 : GIF weggelaten

[18-05-19 21:57:57] Ecolution & TopDutch net op Npo2 bij 'De erfenis van

[18-05-19 21:59:19] Leuk ga zo even terugkijken

[18-05-19 22:03:26] GIF weggelaten

[20-05-19 16:55:58] Hoelaat spreken we woensdag af in Leeuwarden?

[20-05-19 17:14:46] +31 6 : 11 uur toch?

[20-05-19 17:15:14] +31 6 : Provinsjehûs liouwert

[20-05-19 17:15:18] +31 6 : ?

[20-05-19 17:27:48] Ik dacht 10 uur in Leeuwarden. regelt een vergaderzaal

[20-05-19 17:49:21] +31 6 : Mag het een half uur later?

[20-05-19 17:49:28] +31 6 : Ik moet uit Assen komen

[20-05-19 18:07:52] Van mij wel

[20-05-19 20:02:32] Prim

[20-05-19 20:02:48] Prima

[21-05-19 09:01:23] Dan zie ik jullie om 10.30.

[21-05-19 09:01:44] Topdutch: Leuk tot dan!

[21-05-19 09:03:23] Parkeren kan in parkeergarage oosterstraat. Ritsumastraat 2.

[21-05-19 09:04:53] Is Marieke er ook bij

[21-05-19 09:50:55] Nog niet bekend, ze probeert het wel maar zoals altijd is de agenda overvol...

[22-05-19 08:52:22] Topdutch: Hi allen, zien elkaar 10.30 op Provinciehuis in Leeuwarden. Het is weer een brainstorm sessie; dus denk (in de auto) er nog even over na wat je uit dit overleg wilt halen. Tot zo!

[24-05-19 09:41:24] Topdutch: Hi allen, is het mogelijk om voortaan de vergadering standaard om 11.00 te laten beginnen? Hoor graag!

[24-05-19 09:41:53] Topdutch: en heeft iedereen behoefte om de komende weken nog wekelijks met elkaar om tafel te gaan?

[24-05-19 09:43:59] Hoi mijn voorkeur is eerder vroeger en niet later dan 10 uur. En wat mij betreft kan het tweewekelijks. Gr

[24-05-19 10:12:51] +31 6 : Voor mij is 11:00 mogelijk. Tweewekelijks prima, kunnen altijd extra inplannen als het een keer nodig is.

[24-05-19 10:34:59] NOM: Eens. Qua tijd is 11u prima, maar 10u of zelfs eerder moet ook lukken

[24-05-19 12:27:16] +31 6 : Ben voor 2-wekelijks, mr liever 10 uur dan later.

[24-05-19 12:30:32] [REDACTED] Tijd maakt me niet zo veel uit.

[24-05-19 13:23:56] [REDACTED] <https://www.pragma-industries.com/products/light-mobility/>

[24-05-19 13:45:07] [REDACTED] Vanmorgen navraag gedaan naar Etergo en Added Emmen

[24-05-19 13:45:23] [REDACTED] Publicatie volgt, zijn nog de puntjes op de i aan het zetten, kan nog niet naar buiten

[24-05-19 13:51:42] [REDACTED] Begrijpelijk. Geef je aan wanneer we iets kunnen voorbereiden onder embargo? Dat zodra het publiek is, wij ook meteen kunnen reageren in de socials met de juiste content? Misschien even een deadline afspreken, dan kunnen we daar op plannen.

[24-05-19 13:55:30] [REDACTED] Een filmpje met de nieuwe (gerecyclede:) gedeputeerden op een TD scooter. Met z'n drieën door het Drentse landschap scheuren met vogel-getjirp op de achtergrond. Want geluidloos...

[24-05-19 13:55:47] +31 6 [REDACTED]: [REDACTED] kun je ons ook even betrekken? Technologies Added is per slot een belangrijk BD project gerelateerd aan NOM en Smart Industry/Industrie 4.0

[24-05-19 13:56:15] [REDACTED] Tuurlijk [REDACTED]!

[24-05-19 13:57:58] [REDACTED] Klinkt allemaal spannend

[24-05-19 13:59:03] [REDACTED] Je bent me net voor [REDACTED], dat is ook de afspraak met [REDACTED] :)

[24-05-19 14:02:07] [REDACTED] 1e landing in Top Dutch Zuid-Oost

[24-05-19 14:25:38] [REDACTED] afbeelding weggelaten

[27-05-19 10:05:26] [REDACTED] Topdutch: Dank voor de feedback betreft frequentie en tijdstip kernteam overleg!

[27-05-19 10:06:14] [REDACTED] Topdutch: Ik stel voor het kernteam overleg in deze korte werkweek te laten vervallen en volgende week weer in ons oude ritme tweewekelijks door te gaan, van 10.00 - 11.30. Akkoord?

[27-05-19 10:14:02] +31 6 [REDACTED]: Prima, stuur jij een agenda verzoek of moeten wij dat vanuit NOM doen?

[27-05-19 10:14:14] +31 6 [REDACTED]:

[27-05-19 10:25:08] +31 6 [REDACTED]: Heel goed, fijne week iedereen.

[27-05-19 10:27:43] [REDACTED]

[27-05-19 10:28:18] [REDACTED] Dit bericht is verwijderd.

[27-05-19 10:29:26] [REDACTED]

[27-05-19 11:02:22] [REDACTED] Ok

[27-05-19 16:42:54] [REDACTED] <https://twitter.com/topdutchcom/status/1133019957980258304?s=12>

[04-06-19 12:23:18] [REDACTED] Ik ben morgen niet bij het topdutch overleg, in zit in München

[04-06-19 12:35:53] +31 6 [REDACTED]: Ik ben helaas ook afwezig

[04-06-19 12:36:43] [REDACTED] Ik ben er ook niet.

[04-06-19 12:36:55] [REDACTED] Zullen we verplaatsen?

[04-06-19 12:37:22] [REDACTED] Topdutch: Dat kan. Naar een later moment deze week of doorzetten naar volgende week woensdag?

[04-06-19 12:38:30] [REDACTED] Wat mij betreft volgende week

[04-06-19 12:40:27] [REDACTED]

[04-06-19 12:42:32] [REDACTED] Dat is goed

[04-06-19 12:43:11] [REDACTED] Dan nog even goed nieuws vanuit Drenthe: Henk Brink heeft maandag alle verhaallijnen en proposities goedgekeurd

[04-06-19 12:44:12] +31 6 [REDACTED]:

[04-06-19 12:45:41] [REDACTED] Sander ook

[04-06-19 12:47:05] +31 6 [REDACTED]

[04-06-19 12:47:46] [REDACTED] Topdutch: Fijn!!

[04-06-19 12:48:56] [REDACTED] Volgens mij kunnen we dan volgas vooruit..

[04-06-19 12:50:07] [REDACTED] Mooi man, doorknallen niu!

[04-06-19 12:50:09] [REDACTED] nu

[04-06-19 12:59:28] +31 6 [REDACTED]: Oké, goeie berichten.

[04-06-19 14:09:25] [REDACTED] NOM: Mooi!!

[04-06-19 14:10:14] [REDACTED] NOM: Als jullie deze week alvast opmerkingen hebben over de teksten voor de website, horen we dat ook graag. Kunnen we daar evt. ook al mee verder :)

[06-06-19 13:38:27] [REDACTED] Goedemiddag, kan de bijeenkomst van 12 juni nog een keer in Leeuwarden plaats vinden? Gr [REDACTED]

[06-06-19 13:41:23] +31 6 [REDACTED]: Geen probleem wat mij betreft

[06-06-19 13:49:18] [REDACTED] Topdutch: Kan voor mij; wordt voor [REDACTED] lastig

[06-06-19 14:43:47] [REDACTED] Heb een leuker idee

[06-06-19 14:44:59] [REDACTED] Als we nou woensdag een vaartocht met de Ecolution gaan maken

met alle rechtstreeks betrokkenen van Initio NOM en provincies

[06-06-19 14:45:10] [redacted] Gaan we aan boord vergaderen  
[06-06-19 14:45:57] [redacted] Prov Groningen betaald vaardag en TopDutch de catering  
[06-06-19 14:46:27] [redacted] We kunnen met 12 personen aan boord  
[06-06-19 14:47:01] +31 6 [redacted] :  
[06-06-19 14:47:06] [redacted] Klinkt goed Maar waar stappen we op ?  
[06-06-19 14:47:17] [redacted] Leeuwarden  
[06-06-19 14:47:22] [redacted] Grapje  
[06-06-19 14:47:28] [redacted] Lauwersoog  
[06-06-19 14:49:38] [redacted] 2 special guests mee? HEZ? [redacted] ? [redacted] ? Of  
juist uit de Agri of digitale sector?  
[06-06-19 14:51:31] +31 6 [redacted] : 10.2.E  
[06-06-19 14:51:46] [redacted] Voor de afstemming zou 2 of 3 HEZ leden wel mooi zijn...  
[06-06-19 14:51:48] [redacted]  
[06-06-19 14:53:14] [redacted] Marifoon aan boord?  
[06-06-19 14:55:38] [redacted] Hoezo op [redacted] en geen probleem  
[06-06-19 14:57:28] [redacted] Zou heel goed zijn... De enige keren dat wij ze gesproken hebben  
is op gedeputeerden-overleg. Meteen kleine bootcamp social media: 'Liking is just one button away' :)  
[06-06-19 15:31:47] [redacted] Ho maar  
[06-06-19 15:32:24] [redacted] Hoor net dat ze met onderhoud uitlopen en dat schip woe nog niet  
vaarklaar is  
[06-06-19 15:32:29] [redacted] Excuses  
[06-06-19 15:41:20] [redacted] Geen probleem, idee was goed!  
[06-06-19 15:45:17] +31 6 [redacted] : Yep  
[06-06-19 19:05:39] [redacted] Jammer idd, wat in t vat zit  
[06-06-19 19:50:16] [redacted]  
[06-06-19 19:56:39] [redacted] afbeelding weggelaten  
[06-06-19 20:15:46] +31 6 [redacted] : Terschelling is probleemloos [redacted]  
[07-06-19 10:20:04] [redacted] [https://youtu.be/7m2U\\_I9WCtw](https://youtu.be/7m2U_I9WCtw)  
[07-06-19 13:46:33] [redacted] afbeelding weggelaten  
[07-06-19 13:48:30] [redacted] Superaffengeil!  
[07-06-19 13:48:52] [redacted] afbeelding weggelaten  
[07-06-19 14:09:36] +31 6 [redacted] : TopDutch kernteam auto  
[07-06-19 14:10:00] [redacted] Topdutch: ik offer me wel op; ik wil er wel mee rondrijden  
[07-06-19 14:13:26] [redacted] Voor jullie info: hierbij het filmpje voor de 19 organisaties/bedrijven  
die zich onder de naam TopDutch Hydrogen Alliance hebben gepresenteerd afgelopen maandag en  
dinsdag op de GES2019  
[07-06-19 14:13:26] [redacted] <https://vimeo.com/340387674>  
[07-06-19 15:03:42] +31 6 [redacted] :  
[07-06-19 15:04:18] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten  
[07-06-19 15:20:37] [redacted] Volkswagen  
[07-06-19 15:28:54] +31 6 [redacted] : GIF weggelaten  
[07-06-19 15:33:31] [redacted] afbeelding weggelaten  
[07-06-19 15:50:25] +31 6 [redacted] : Svp geen tractoren  
[07-06-19 15:51:13] [redacted] okay meneer de voorzitter  
[07-06-19 15:52:44] +31 6 [redacted] : deze dus niet meer...  
[07-06-19 15:56:37] [redacted] <https://youtu.be/uhMP5237dGA>  
[07-06-19 16:44:04] +31 6 [redacted] :  
[07-06-19 22:15:33] [redacted] <https://t.co/JTxxgNrGshl?ssr=true>  
[11-06-19 11:00:46] [redacted] NOM: Morning! Is TD overleg morgen in Leeuwarden of bij ons op  
kantoor?  
[11-06-19 11:16:42] [redacted] Topdutch: Deze keer graag in Groningen; volgende week leeuarden?  
[11-06-19 11:22:18] +31 6 [redacted] Ik ben afwezig.  
[11-06-19 11:25:17] [redacted] Prima, ben ik er volgende week in Leeuwarden bij.  
[11-06-19 12:32:22] [redacted] Ik kan er morgen helaas ook niet bij zijn  
[11-06-19 12:32:32] [redacted] Geef mijn input telefonisch door aan [redacted]  
[12-06-19 13:02:19] +31 6 [redacted] : afbeelding weggelaten  
[12-06-19 14:20:35] [redacted] heeft een nieuw telefoonnummer. Tik om een bericht te sturen of om  
het nieuwe nummer toe te voegen.  
[12-06-19 22:30:56] [redacted] [https://www.rtvnoord.nl/media/90343/Zonneauto-van-TopDutch-](https://www.rtvnoord.nl/media/90343/Zonneauto-van-TopDutch-onthuld)  
onthuld

[12-06-19 22:31:28] [REDACTED] Ik breng morgen een doos!  
[18-06-19 18:12:54] +31 6 [REDACTED] : Gaat het kernteamoverleg morgen wel door ? [REDACTED] zit in [REDACTED] en [REDACTED] in [REDACTED] ....  
[18-06-19 18:17:10] [REDACTED] Topdutch: Oh [REDACTED] is er ook niet?  
[18-06-19 18:19:44] +31 6 [REDACTED] : Hij zat een uur geleden nog in 10.2.E en had morgen afspraken in 10.2.E, dus hij is er niet bij. Weet niet of [REDACTED] al terug is maar die zat gister nog in de [REDACTED].  
[18-06-19 18:22:17] [REDACTED] Topdutch: Die zit nog in de VS  
[18-06-19 18:26:06] +31 6 [REDACTED] : Heeft m.i. weinig zin dan  
[18-06-19 18:46:13] +31 6 [REDACTED] : 10.2.E  
[18-06-19 18:49:38] [REDACTED] Topdutch: Ja dan valt het wat tegen met de opkomst. Laten vervallen?  
[18-06-19 18:52:15] +31 6 [REDACTED] : Denk dat dat het beste is.  
[18-06-19 19:02:22] +31 6 [REDACTED] Ja tis niet anders  
[19-06-19 14:20:04] [REDACTED] NOM: Hoi! Kan iedereen dit berichtje kopiëren en je periode van vakantie kunnen aangeven? Ivm planning van de vergaderingen etc.

- [REDACTED] 13 augustus- 4 september

[19-06-19 14:20:33] [REDACTED] Topdutch: Hoi! Kan iedereen dit berichtje kopiëren en je periode van vakantie kunnen aangeven? Ivm planning van de vergaderingen etc.

- [REDACTED] 13 augustus- 4 september

- ntb  
[19-06-19 14:26:28] +31 6 [REDACTED] : Geen concrete plannen. Kan wijzigen  
[19-06-19 14:31:18] +31 6 [REDACTED] : - [REDACTED] 13 augustus- 4 september

- ntb  
- geen concrete plannen, kan wijzigen  
- 5 augustus - 18 augustus

[19-06-19 16:53:48] +31 6 [REDACTED] : Tussen 12 juli en 28 aug ergens.  
[19-06-19 17:27:41] [REDACTED] Ik heb nog geen concrete plannen  
[03-07-19 09:58:57] [REDACTED] Topdutch: Ben er bijna, tot zo! [REDACTED] en [REDACTED] 15 min later  
[03-07-19 13:10:29] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[04-07-19 15:07:40] [REDACTED] <https://www.technologiesadded.com/2019/07/04/productie-van-de-appscooter-gaat-naar-technologies-added/>

[04-07-19 15:12:27] +31 6 [REDACTED] : Leuk ding  
[04-07-19 15:18:32] +31 6 [REDACTED] :  
[04-07-19 15:49:27] [REDACTED] Van allain brommers kieken, noar brommers moak'n!  
[04-07-19 16:10:30] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[04-07-19 16:11:02] [REDACTED] Henk Rossi!  
[04-07-19 16:12:37] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[04-07-19 16:12:49] [REDACTED] like, like, like  
[04-07-19 16:14:05] [REDACTED]  
[04-07-19 17:29:44] [REDACTED] afbeelding weggelaten  
[12-07-19 07:54:12] [REDACTED] ez gedeputeerden 11 juli • 1 pagina document weggelaten

[12-07-19 10:21:07] +31 6 20110006: 10.2.E [REDACTED]  
[15-07-19 11:54:47] [REDACTED] Topdutch: Wie heeft woensdag behoefte aan overleg? Volgens mij zijn deze week wel veel op vakantie..

[15-07-19 11:58:22] +31 6 [REDACTED] : Ik ben er niet woensdag ochtend

[15-07-19 12:01:11] [REDACTED] Ik ben er niet  
[15-07-19 12:05:37] +31 6 [REDACTED] : Ik ben er niet  
[15-07-19 13:06:39] +31 6 [REDACTED] : Nope

[15-07-19 13:07:23] [REDACTED] Topdutch: Dan lijkt me overleg niet zinnig: het kernteam overleg gaat niet door.

[15-07-19 13:13:36] +31 6 [REDACTED] : Oké

[15-07-19 13:34:18] [REDACTED] Ok

[18-07-19 17:14:45] [REDACTED] 26 miljoen kubieke meter groen gas per jaar.

<https://www.bioenergycoevorden.nl/eerste-groene-gas-coevorden/>

[30-07-19 15:45:49] [REDACTED] Topdutch: Wegens hooggeëerd bezoek aankomende dagen en bijbehorende werkzaamheden morgen geen kernteam overleg!

[30-07-19 15:47:07] +31 6 [REDACTED] : Thnx

[12-08-19 09:09:20] [REDACTED] Topdutch: Goedemorgen Toppers! Wie is er woensdag aanstaande aanwezig

bij kernteam overleg? Groet  
[12-08-19 09:20:11] +31 6 : ♂  
[12-08-19 09:44:11] +31 6 : Yes  
[12-08-19 09:45:29] NOM: Hoi! 10.2.E  
[12-08-19 11:26:18] +31 6 : Ik ben erbij  
[12-08-19 11:26:27] +31 6 : 10:00,  
[12-08-19 11:34:18] +31 6 : Ik ben denk ik iets later dan 10:00 ivm afspraak vanaf 9:00  
[12-08-19 11:44:19] 10.2.E  
[12-08-19 14:39:32] +31 6 11257839 10.2.E  
[12-08-19 15:18:03] 10.2.E  
[12-08-19 15:31:21] +31 6 : Denk dat het wel even door moet gaan. Even de stavaza rond de komende campagnes doornemen  
[12-08-19 21:04:39] NOM: afbeelding weggelaten  
[12-08-19 21:22:39] Ja leuk hè  
[13-08-19 09:09:10] +31 6 :  
[23-08-19 09:28:00] afbeelding weggelaten  
[23-08-19 09:29:46]  
[26-08-19 09:37:11] Goedemorgen allen, aanstaande woensdag hebben we kernteamoverleg. Om 12 uur hebben we een statenbijeenkomst Topdutch provincie Drenthe  
[26-08-19 09:37:37] en zijn om 11 uur op het provinciehuis, voorbespreking met Henk Brink  
[26-08-19 09:38:03] Is het mogelijk om het overleg woensdag om 9 uur te starten i.p.v. 10 uur?  
[26-08-19 10:13:42] Het lukt mij helemaal niet woensdag. Moet met Patrick naar EIB Amsterdam  
[26-08-19 11:01:30] +31 6 : Voor mij is woensdag 9 uur geen probleem  
[26-08-19 12:08:21] +31 6 : 9 uur kan voor mij  
[26-08-19 12:08:46] Ik kan bij nader inzien van 9 tot 10  
[26-08-19 12:10:12] +31 6 : 9 - 10 uur; geen probleem!  
[26-08-19 12:28:28] Topdutch: Ik ook, doen we 09.00!  
[26-08-19 13:08:14] +31 6 : Oké  
[28-08-19 14:11:58] Topdutch: Vanochtend werd de RIS Noord Nederland besproken als input voor de campagne; bedoelen jullie dit document?  
[28-08-19 14:12:05] Topdutch: ris-noord-nederland-def.-nederlands.pdf • 40 pagina's document weggelaten  
[28-08-19 15:44:39] Ja  
[28-08-19 15:46:35] +31 6 : Dit is wel de "oude" RIS3, er is een nieuwe in de maak...  
[28-08-19 15:47:25] Wanneer komt ie?  
[29-08-19 12:33:53] Wat levert TopDutch het Noorden op? - #rtvdrenthe  
<http://www.rtvndrenthe.nl/nieuws/151205/Wat-levert-TopDutch-het-Noorden-op>  
[30-08-19 08:28:09] <https://www.rtvndrenthe.nl/nieuws/151259/Noord-Nederland-wordt-Europese-waterstofregio>  
[30-08-19 08:28:26] Goed nieuws voor noord Nederland  
[30-08-19 08:41:17] Yep! Waren we al. Maar nu met een poeziealbum sticker van Eu:) 4 jaar geleden nog geloofde niemand in NNL er in. Weerstand, ongeloof, afgedaan als luchtftietserij. Nu is het de game-changer. Daarom is er een goede toekomstvisie nodig voor iedere kernsector. Waar gaat de wereld naar toe en welke rol kunnen wij daarin pakken? Uit de RIS halen wij die nog niet. Iets voor fase 2 TD.  
[30-08-19 09:23:53] Dit bericht is verwijderd.  
[30-08-19 09:25:20] Sorry, was een huishoudelijke mededeling.  
[30-08-19 09:27:23] Die van poeziealbum niet trouwens:)  
[30-08-19 09:28:44] Is er een concept van de RIS in te zien. In dit stuk staan geen doelen, enkel proces. Vervang Noord Nederland door Zeeland en het klopt ook.  
[30-08-19 09:30:55] +31 6 : Dat is in het algemeen het probleem met dit soort documenten  
Ik denk niet dat er al een concept is. Kan het navragen.  
[30-08-19 09:38:31] +31 6 : Krijg dinsdag inzicht, weet nog niet wat ik dan kan delen.  
[30-08-19 09:55:51] Wij staan onder NDA:)  
[30-08-19 09:57:07] +31 6 : O, dat is niet altijd te merken...  
[30-08-19 09:59:01] Ik spreek alleen voor mijn organisatie:)  
[30-08-19 10:20:44] Maar serieus, niet doorheen te komen. Nergens '\*wat is het doel', 'wat gaan we doen'\* en '\*hoe gaan we dat bereiken'\* enkel procesmatig 'samenwerken, hubs, cluster, proeftuinen, slimme specialisatie strategie, enz'. Er wordt gesproken over 'stip op de horizon'. Dat is voor

ons relevant, zou je hier bii navraad. specifiek naar kunnen kijken/vragen [REDACTED]?

[30-08-19 10:20:49] [REDACTED] afbeelding weggelaten

[31-08-19 19:52:38] [REDACTED] afbeelding weggelaten

[31-08-19 20:27:04] +31 6 [REDACTED]:

## Uitnodiging 'bijpraatsessie' Topdutch voor statenleden



Eind september 2017 heeft u het besluit genomen om middelen beschikbaar te stellen voor de tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord Nederland. De verbrede internationale campagne TopDutch is begin 2018 van start gegaan.

Tijdens de Statencommissie Financiën, Cultuur, Bestuur en Economie van 27 februari heb ik toegezegd u bij te praten over de ontwikkelingen rondom Topdutch. Graag nodig ik u 28 augustus uit om u inhoudelijk mee te nemen in het proces Topdutch en de tussentijdse resultaten. Campagneleider [redacted] van Initio zal u meenemen in hoe Noord-Nederland zich internationaal in de etalage zet via Topdutch. Een etalage waar internationale bedrijven zich graag bij willen aansluiten.

Graag zie ik u tijdens deze bijpraatsessie.



Met vriendelijke groet,

Henk Brink  
Gedeputeerde Economie

[Redacted signature line]

[Redacted address block]

