

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 E.C. Hoppenbrouwer (0592) 36 54 76  
Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde over de ontwikkelingen inzake TopDutch

Geachte heer Nijmeijer,

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

#### Vraag 1

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

#### Antwoord 1

*Medio juli 2018 zijn wij door de initiatiefnemers op de hoogte gebracht van het verschil van inzicht over de samenwerking, uitvoering en de onderlinge contractvorming tussen de opdrachtnemer en de door de opdrachtnemer ingeschakelde bedrijven. Dit is eerst aan de provincie Groningen kenbaar gemaakt, die als aanbestedende dienst (en penvoerder) handelt uit naam van de drie noordelijke provincies.*

*Tegelijkertijd was er bij de initiatiefnemers nog wel vertrouwen in het maken van betere afspraken en een constructieve samenwerking voor het vervolg. De provincie Groningen heeft daarop (in overleg) het initiatief genomen om alle partijen aan tafel te krijgen. Dit is niet eerder dan op 17 oktober 2018 gelukt. Aan Initio is in dat overleg aangegeven, dat de opdrachtgevers geen vertraging accepteren en dat de gemaakte afspraken nageleefd moeten worden. Vervolgens heeft Initio zelf een onafhankelijke procesbegeleider aangesteld (de heer Alfred Welink, voorzitter VNO-NCW Noord) om de partijen weer bij elkaar te brengen. Op 22 oktober 2018 is door de provincie Groningen, namens de opdrachtgevers, een brief aan Initio gestuurd, waarin nogmaals duidelijk is gemaakt welke resultaten worden verwacht. Het is nu aan Initio om de juiste werkwijze hiervoor te organiseren.*



*Op 29 november 2018 zijn wij door twee bedrijven die door Initio zijn ingeschakeld geïnformeerd over hun besluit om de samenwerking met Initio te beëindigen. Met de inzet van een procesbegeleider hadden wij tot dat moment de hoop dat de partijen er zakelijk uit gingen komen. De definitieve breuk was voor ons dan ook een onverwachte uitkomst.*

*Als opdrachtgevers sturen wij de hoofdopdrachtnemer Initio, met wie wij als enige een zakelijke overeenkomst hebben, aan op de voortgang en kwaliteit van de resultaten/campagnes. Wij hebben alleen een afspraak met Initio en niet met de onderaannemers die Initio heeft ingeschakeld. Wij hebben de voorkeur voor noordelijke/Drentse partijen om de opdrachtnemer als partner(s) te ondersteunen. Dit kunnen wij op grond van rechtmatigheid echter niet afdwingen.*

### Vraag 2

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

#### Antwoord 2

*Ja, er is inzicht in 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?

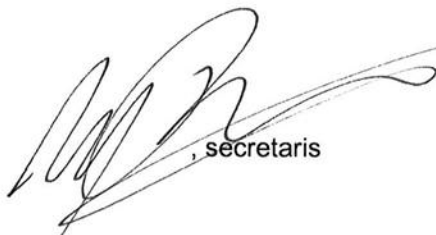
#### Antwoord 4

*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.

# GROENLINKS

Aan de voorzitter van Provinciale Staten van Drenthe,

Mevrouw J. Klijnsma  
Postbus 122  
9400 AC Assen

Onderwerp: Schriftelijke vragen ex artikel 41 RvO, inzake ontwikkelingen TopDutch

Assen, 2 januari 2018,

Geachte mevrouw Klijnsma,

Diverse media (o.a. DvhN, Leeuwarder Courant, Volkskrant, RTVNoord en RTVDrenthe) berichtten over de grote problemen, stagnerende ontwikkelingen en interne strubbelingen binnen het team van TopDutch.

Op 27 september 2017 besloten Provinciale Staten een bedrag ad €400.000 ter beschikking te stellen voor een tweejarige campagne ter ondersteuning van de internationale acquisitie van Noord-Nederland met als doel om binnen twee jaar een aantal grote ondernemingen naar Noord-Nederland te halen en hierdoor veel nieuwe arbeidsplaatsen te realiseren. In het besluit geeft GS tevens aan dat tijdens de campagne effectmetingen zullen worden uitgevoerd en dat de NOM rapporteert over de gegenereerde leads en prospects. PS zal via de gebruikelijke planning- en control cyclus op de hoogte worden gehouden. Uit de berichtgevingen valt ook te lezen dat zich nog geen bedrijf heeft gevestigd in het Noorden op basis van deze campagne.

Naar aanleiding hiervan heeft GroenLinks de volgende vragen aan het college van Gedeputeerde Staten:

1. Hoe lang is het college op de hoogte van de problematiek binnen het team van TopDutch? Is het college door penvoerder Provincie Groningen volledig op de hoogte gebracht en wanneer? Waarom heeft het college de Staten niet actief op de hoogte gesteld van de zorgwekkende berichtgevingen rond TopDutch?
2. Is het college door de NOM op de hoogte gebracht van de gegenereerde leads en prospects vanuit de door PS gefinancierde campagne? Kunt u die delen met de Staten?
3. Wat is tot nu toe de concrete opbrengst geweest van TopDutch? Hoeveel banen en afspraken met grote ondernemers om zich te vestigen in het Noorden heeft TopDutch opgeleverd?
4. Ziet u op basis hiervan noodzaak om bij te sturen in de aanpak van de TopDutch-campagne?

Wij verzoeken u deze vragen schriftelijk te beantwoorden.

Namens de fractie van GroenLinks,

Henk Nijmeijer