

Naar een economisch actieplan voor Harlingen en Waadhoeke

Uitvoeringsplan 2021-2023



Uitvoeringsplan Economisch Actieprogramma Waadhoeke en Harlingen

1. Introductie	2
2. Doelstelling	4
3. Projectinrichting en voorwaarden	4
3.1 Organisatie/governance	5
3.2. Uitvoeringsinstantie	5
3.3. Personeel en facilitaire diensten	6
3.4. Fysieke locatie	6
3.5. CRM-systeem	6
4. Communicatie	7
4.1. Rol communicatie	7
4.2. Communicatiedoelen	8
4.3. Accountability	8
4.4. Communicatiemedewerker	8
4.5. Stakeholders	9
4.6. Aanpak (uitvoeringsstrategie en prioritering)	9
4.7. Taakstelling communicatie 2021-2023	9
4.8. Resources (mensen en middelen)	10
4.9. Communicatiebudget	11
5. Businesscases	12
5.1. Overzicht	12
5.2. Gekozen werkwijze	13
5.3. Prioritering	13
5.4. Businesscases, algemene toelichting	13
Businesscases	
○ Businesscase 1B Innovatietafels	14
○ Businesscase 1A Innovatiemakelaars	16
○ Businesscase 2 Ondernemers mentorprogramma	17
○ Businesscase 3 Maritieme Campus Harlingen	18
○ Businesscase 4 Agrifood hub Waadhoeke	19
○ Businesscase 5A 'Leren en werken in je eigen regio'20	
○ Businesscase 5B Ervaren kracht	22
○ Businesscase 6B Verbeterplan arbeidsmigranten	23
○ Businesscase 7 Academie van Franeker	25
○ Businesscase 8 Opstellen acquisitiestrategie	26
○ Businesscase 9: Regiomarketing en Behoeftedonderzoek	28
○ Businesscase 10: Klankbord woon- en vestigingsklimaat	31
○ Businesscase 11: Governance	31
6. Begroting UP	34



1. Introductie

Voor de verdere ontwikkeling en het benutten van de potentiële economische groei in de regio Noordwest-Friesland hebben de gemeenten Waadhoeke en Harlingen een economisch actieprogramma opgesteld. Dit actieprogramma dat in samenwerking met de regio is opgesteld heeft 4 programmalijnen waar de komende 10 jaar sterk op zal worden ingezet. Deze zijn: Innovatie & Ondernemerschap, Onderwijs & Arbeidsmarkt, Versterken woon- en vestigingsklimaat en Slimmer samenwerken (triple helix). Het actieprogramma is in april door de beide gemeenteraden vastgesteld.

Inmiddels is er een programmateam gevormd dat het actieprogramma heeft omgezet in dit uitvoeringsplan. Het gaat dan in eerste instantie om een periode van 2 jaar, maar wel met een concreet doorsteek naar de 8-10 jaren daarna. Voor de uitvoering zijn 14 businesscases opgesteld. In dit uitvoeringsplan wordt aangegeven hoe en wanneer die worden uitgewerkt.

Aan de hand van de businesscases is daarbij vooral gekeken naar: welke partners doen mee, waar zit energie, wat is haalbaar op de korte, middellange en lange termijn, welke investeringen zijn nodig, enz.

In dit uitvoeringsplan (hierna UP) wordt beschreven hoe op basis van die verkenning de businesscases en de daarbij passende organisatie worden uitgevoerd. Het gaat dan om de wijze van organisatie, de financiering, de werkwijze en de planning én het proces hoe het samen met de stakeholders wordt georganiseerd en vorm en inhoud krijgt.

Looptijd

Dit UP omvat een periode van 2 jaar, namelijk van 1 juli 2021-30 juni 2023. Hoewel de looptijd van het EAP uitgaat van 10-12 jaar, met een vloeibaar einde vanwege de gevolgen van Corona, is gekozen voor een werkwijze in fasen. Die insteek heeft tot voordeel dat de ontwikkeling, inhoud, financiering en voortgang van het programma actueel blijft, ingespeeld kan worden op urgentie en rekening kan worden gehouden met situaties die zich tijdens de programma-fasen voordoen.

Vaststelling en aanpassing

Het UP wordt vastgesteld door de Bestuursafel, bestaande uit de raden van de gemeenten Waadhoeke en Harlingen, het VO-onderwijs in de regio én de ondernemers, zie pagina 4. Door voortgangsrapportages/verslagen/memo's van het programmateam en/of op initiatief van de bestuursafel zelf kan het UP aangepast door de bestuursafel. Daardoor blijft het, zoals hiervoor toegelicht, programma actueel en dynamisch in de komende 10-12 jaar.

Reikwijdte en ambitie

Het UP is gebaseerd op 14 businesscases die in eerdere sessie van de SWOT en het EAP zijn besproken en vastgesteld; bijlage 1. Het is een samenwerking van de triple helix in de regio (de 3 O's: overheid, onderwijs en ondernemers) en omvat alle bedrijfssectoren in het gehele gebied van de gemeenten Harlingen en Waadhoeke. Het EAP waarop dit UP is gebaseerd, kent een behoorlijke ambitie voor de regio waaraan verschillende businesscases zijn gekoppeld.



De drie programmalijnen zijn: Innovatie & Ondernemerschap, Onderwijs & Arbeidsmarkt, Versterken woon- en vestigingsklimaat. Door het slim organiseren van de samenwerking van de triple helix (programmalijn 4) op deze programma's is een ambitie haalbaar om het BRP de komende 10 jaar te laten groeien van 1,3 naar 1,5 miljard.

Toelichting op de opbouw van het plan

In de volgende onderdelen wordt ingegaan op de doelstelling, de projectinrichting en -organisatie, de werkwijze, facilitaire zaken, de businesscases en de begroting.



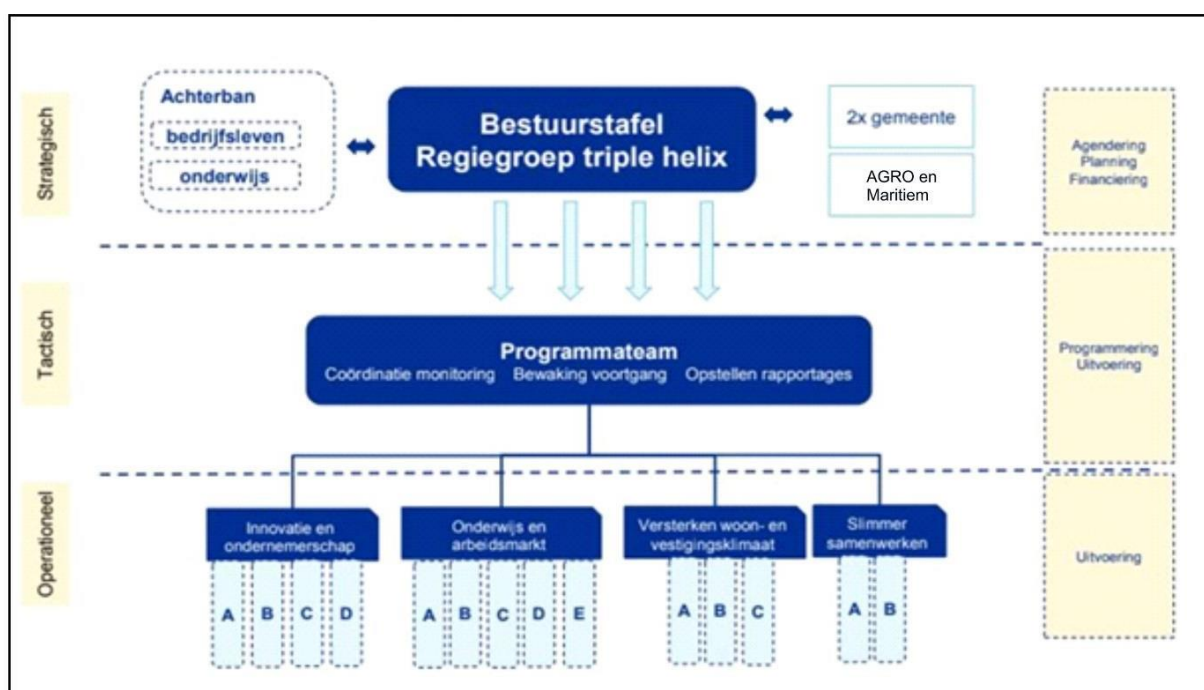
1. Doelstelling

De doelstelling van het UP is dat aan het einde van de 1^e programmaperiode (1 juli 2021-30 juni 2023) de programma-organisatie ingericht en volledig operationeel is; 11 van de 14 businesscases in uitvoering zijn en de eerste resultaten zijn behaald. In het onderdeel businesscases wordt dat toegelicht en omschreven.

2. Projectinrichting en voorwaarden

3.1 Organisatie/governance

De programma-organisatie bestaat uit 3 lagen, namelijk: strategisch/bestuurlijk, tactisch/management en operationeel/uitvoerend. Dat is voor het EAP als volgt uitwerkt:



Op alle niveaus is de triple helix vertegenwoordigd. Het strategisch niveau krijgt vorm in de Bestuurstafel. Op het tactisch niveau fungeert een programmateam. In de operationele laag worden alle projecten en activiteiten uitgevoerd die voortvloeien uit de 14 businesscases.

De bestuurstafel bestaat uit 2 vertegenwoordigers van elke 03 partner, met de mogelijkheid om die aan te vullen aangevuld met elk 1 vertegenwoordiger van de Agrifood-sector en van de Maritieme sector (businesscase).

De bestuurstafel houdt zich bezig met de planning, financiering, voortgang en sturing van het EAP, de uitvoeringsinstantie en de 14 businesscases.

Het programmteam van het EAP is belast met de programmering, organisatie en inhoud van de uitvoering. Het overleg met de Bestuurstafel, voortgangrapportages, memo's, afstemming, enz. wordt door het programmteam gedaan. De bestuurstafel krijgen ter info en bijsturing de wekelijkse verslagen van het projectteam.

Het programmteam bestaat in deze eerste programmafase bestaat uit Baukje Postma (namens de Overheid, Jeroen de Boer namens de Ondernemers en Oene Krist namens het Onderwijs). Het programmteam initieert, regisseert de diverse stappen en activiteiten.

Daarbij heeft het programmteam het mandaat voor zover dat nodig is voor uitvoeren van deze taak. Wanneer dat verder gaat, wordt de Bestuurstafel ingeschakeld. De teamleden hebben een onderlinge taakverdeling, maar treden in principe als team op. Ook hier geldt dat de mogelijkheid open is om het programmteam uit te breiden met elk een vertegenwoordiger van de Agrifood en Maritieme sector (vast of als agenda-lid). Het operationele deel is de plek waar alle projecten en activiteiten in concrete zin worden uitgevoerd.

Voor de samenwerking van de Triple Helix voor dit programma zal een convenant worden vastgesteld. In dit convenant zal ook de governance worden bepaald. Zeker nu het om een termijn gaat, 10-12 jaar, vormt een convenant een goede basis voor lange periode van intensieve samenwerking.

3.2. Uitvoeringsinstantie

Voor het UP wordt zoveel mogelijk als een zelfstandig opererende entiteit ingericht. Dat onderstreept het belang, de gezamenlijke verantwoordelijkheid en samenwerking van de Triple Helix voor het programma. Daarnaast is het ook goed voor de herkenbaarheid en de positionering van het programma in de regio dat het als zelfstandig programma opereert. Tevens worden de contracten voor programmaleiders en andere programmamedewerkers, de projectadministratie en de facilitaire diensten langs deze lijn georganiseerd.

3.3. Personeel en facilitaire diensten

De leden van het programmteam worden deels ingehuurd en gedetacheerd voor de periode van 1 juli-30 juni 2023, voor in eerste instantie elk 2 dagen gedurende 45 weken. Andere programmamedewerkers worden in overleg met de bestuurstafel ingezet. Het gaat dan om zowel facilitaire medewerkers: accountancy, communicatie, secretariaat als om tijdelijke ondersteunende instanties voor de businesscases.



3.4. Fysieke locatie

Voor de uitvoeringsinstantie is nog geen eigen ruimte van waaruit gewerkt wordt, overleggen kunnen worden gehouden en de projectadministratie kan worden bewaard. Nu de organisatie van het programma op gang begint te komen, zal de behoefte hieraan toenemen. Zeker wanneer ook facilitaire diensten worden toegevoegd. Op zich heeft dit niet de hoogste prioriteit, maar wanneer werkende weg zich een mogelijkheid voordoet, zal die worden bekeken.

3.5. CRM-systeem

Voor het uitvoeringsplan wordt een eigen CRM-systeem gebruikt. Het is een centraal managementsysteem waarin alle relaties, bedrijven, stakeholders, scholen zijn opgenomen en gerubriceerd. Ook andere processen kunnen worden aangekoppeld: algemeen emailverkeer, agenda's, activiteiten, enz.



4. Communicatie

4.1. Rol communicatie

Het UP krijgt de komende jaren vorm via 4 programmalijnen en 14 businesscases. Het programmateam coördineert de afstemming tussen onderwijs, overheid en ondernemers. Er wordt maximaal ingezet op participatie en kracht van ondernemers, onderwijs en samenleving. Dat vereist een zorgvuldige communicatie. Daarbij is ook de interne communicatie bij de Triple Helix zelf van groot belang. De intensieve samenwerking tussen de partijen op alle niveaus is relatief nieuw, is geen gewoonte of al vanzelfsprekende samenwerking. Verschillen in organisatiecultuur, belangen, opgaven en formatie zullen in de samenwerking zeker gaan meespelen. Een goede communicatie is daarvoor noodzakelijk.

Uitgangspunten voor het interne en externe communicatieprogramma is de volgende situatie:

a. Doelstelling EAP en UP.

- Innovatie door ondernemerschap te stimuleren.
- Arbeidstalant aantrekken en behouden.
- Woon- en vestigingsklimaat versterken.
- Slimmer samenwerken binnen en buiten de regio.
- Inzetten op participatie door de Triple Helix.
- Regio biedt volop kansen om te groeien op gebied van welvaart, economie en welzijn. De sectoren agrifood, maritiem, schone energie, toerisme en recreatie, maakindustrie en bouw bieden de meeste kansen.

Door de gezamenlijke uitvoering van dit programma, hebben de Ondernemers, Onderwijs en Overheden samen de kans de regionale economie tot 2030 met 22% te laten groeien (€276 miljoen) en als belangrijke voorwaarde daarvoor, te voorzien in het groeiend aantal vacatures.

b. Sentiment / humeur.

- Inwoners uit onze regio voelen zich over het algemeen heel gelukkig en veilig en zullen niet altijd omvangrijke groeiprogramma's begrijpen en steunen. Aan de andere kant helpt een gezonde en groeiende economie zelfredzaamheid en eigenwaarde. Groei in welvaart bevordert het gevoel van welzijn;
- Een intensieve samenwerking tussen ondernemers, onderwijs en overheden (gemeenten, provincie en Rijk) over een langere termijn laat het belang en het effect zien dat een gezamenlijk aanpak resulteert in een sterkere en vitale regio en dat de samenwerking een natuurlijk proces wordt waar de kracht zit in de eigen identiteit en de kracht zit in slim samenwerken.

c. Issues.

- De regionale economie van Noordwest Friesland scoort landelijk gezien minder goed en is gevoelig voor economische schommelingen en ontwikkelingen van buitenaf.



4.2. Communicatiedoelen

Proces

Stakeholders informeren over, betrekken bij proces en uitvoering van het Sociaaleconomisch Actieprogramma en het UP.

Inhoud

- Ondernemers e.a. in de regio informeren over kansen en bedreigingen (uitkomsten van het onderzoek van de O3-samenwerking).
- Ondernemers e.a. bewust maken van kansen en bedreigingen en hun (eigen toekomstige) rol.
- Ondernemers e.a. stimuleren tot / ondersteunen bij wederzijdse belangstelling en lokale en regionale samenwerking.

Met als hoger liggend doel samen te werken aan het versterken van de kracht in de regio en ondersteunen en stimuleren van de gewenste onderlinge organisatiestructuur.

4.3. Accountability (verantwoordelijkheid communicatieadviseurs)

- Advies vanuit gemeenten.
- Gevraagd en ongevraagd communicatieadvies aan colleges en programmteam.
- Advies, borgen & verzorgen interne communicatie.
- Deelname aan Programmteam SEA (op afroep).
- Afstemmen communicatieopgave en opdrachten met extern communicatiebureau voor uitvoering communicatietaken.
- Opstarten communicatieactie /inwerken communicatiemedewerker i.s.m. programmteam.

4.4. Communicatiemedewerker programmteam, taakstelling

Voor het uitvoeren van de communicatiedoelen is onder verantwoordelijkheid van het programmteam een communicatiemedewerker actief. Deze heeft de volgende taken:

- Verzorgen basiscommunicatie, (pers)berichten, genereren free publicity, ondersteunen communicatie rondom bijeenkomsten, productie nieuwsbrief, beheer platform/website/community.
- Communicatiekalender opstellen o.b.v. 4 programmalijnen en 11 businesscases, uitvoeren en bewaken.
- Maken content en begeleiden content-inkoop, videoreeks.
- Contact leggen en houden met beheerders communicatiekanalen aangesloten en relevante partijen.
- Verspreiden content over eigen en kanalen van aangesloten en relevante partners.
- Meten resultaten en periodiek delen met programmteam en communicatieadviseurs.



4.5. Stakeholders

- Partners: Ondernemers, onderwijs en overheid;
- Stakeholders: Gemeenteraden, provincie, inwoners, pers, milieuclubs, kennismakelaars, agrarische sector, maritieme sector, arbeidsmarktpartijen, arbeidsmigranten, jonge professionals, vakmensen, ICT-markt, Duurzaamheidsclubs, Agrifoodsector, werkgevers, vertegenwoordigers arbeidsmigranten, KvK, MKB, ondernemersvereniging, onderwijskoepels, scholen, investeerders, provincieclubs, woningbouwverenigingen, enz.

4.6. Aanpak (uitvoeringsstrategie en prioritering)

- Eigen organisaties eerst aanhaken en mee verantwoordelijk maken (college, raad, MT/directies, projectleiders, beleidsadviseurs, communicatie, medebestuurders, schooldirecties, decanen, mentoren, docenten). Na deze interne ronde pas extern gaan.
- Strategie extern: kennisdelen en participatie. Stakeholders structureel en aantrekkelijk informeren over ontwikkelingen en bestaande economische gemeenschap en verleiden deel te nemen. Via informatie vergaren naar innovaties realiseren.
- Er wordt zowel projectmatig als via Scrum en het omgevingsmanagement (issuemanagement) gewerkt. Stakeholders worden continu geïnformeerd over actualiteiten, resultaten en issues.
- Omgevingsmanagement (issuemanagement). Bestuurlijk en ambtelijk opdrachtgevers blijven via korte lijnen op de hoogte van ontwikkelingen en resultaten.

4.7. Taakstelling communicatie 2021-2023

In het volgende overzicht zijn de taken voor de communicatie opgesomd.



Taakstelling werkzaamheden 2021-2023

- Projectnaam (laten) kiezen, adviseren over.
- Projecthuisstijl laten maken (huisstijl, pay-off, sjablonen, formats);
- Projectwebsite / digitaal platform laten maken voor inspiratie, ontmoeting en delen van informatie over het SEA en businesscases (online informeren, raadplegen, adviseren en participatie);
- Persberichten en nieuwsberichten maken (online informeren);
- Nieuwsbrieven laten maken (online informeren);
- Netwerkbijeenkomsten / informatiebijeenkomsten / kennistafels (worldcafe) laten organiseren voor inspiratie, inspiratie, ontmoeten en delen van informatie (fysiek informeren, raadplegen, adviseren en co-creëren);
- Webinar(s) laten organiseren voor ondernemers, onderwijs en stakeholders (online informeren, raadplegen, adviseren en co-creëren);
- Uitlegvideo met SWOT-resultaten laten maken ter bewustwording, inspiratie, informatie (online informeren);
- Serie videoportretten van ondernemers laten maken ter bewustwording, inspiratie, informatie (online informeren);
- Online enquête laten maken waarin partners en stakeholders via online-enquête vroegtijdig kunnen aangeven waaraan de communicatie moet voldoen en wat de eigen rol hierin is/wordt zodat eigenaarschap gestimuleerd wordt. En online feedback vragen op de resultaten van de communicatie en mate van sfeer en effectiviteit (online raadplegen, adviseren en co-creëren);
- Lenig inspelen/bijsturen op de communicatiebehoefte, -opgaven en actualiteiten die oppoppen.

4.8. Resources (mensen en middelen)

Intern

Twee communicatieadviseurs van Waadhoeke en Harlingen (elk 1 vertegenwoordiger leveren structureel communicatieadvies (in- en extern) aan colleges en programmteam SEA en bewaken verbinding overige communicatieopgaven en belangen van de bestuurstafel. Hiertoe besteden de twee communicatieadviseurs ieder gemiddeld 4 uur per maand aan het UP gedurende 10-12 jaar. De communicatieadviseurs maken onderdeel uit van programmteam UP en zijn hierbij (op afroep) aanwezig. De communicatieadviseurs leggen verantwoording af aan het programmteam.

Extern

Zo mogelijk wordt de structurele communicatieondersteuning van het UP en het programmteam en de uitvoering van de communicatie-taakstelling intern ingevuld door de gemeentelijke organisaties, in 1e instantie voor 1 dag per week.



4.9. Communicatiebudget

Voor de eerste fase van het UP is er een communicatiebudget nodig van € 80.000,- voor:

- a) Opstarten communicatie en vormgeven projectcommunicatie: projecthuisstijl, formats, sjablonen, website, socials. Werkbudget €35.000,--.
- b) Ontwikkelen communicatiemiddelen (website, introductiefilm, filmportretten ondernemers, webinar, worldcafe, (digitaal) ontmoetingsplatform en/of netwerkbijeenkomsten: werkbudget € 55.000,-- en
- c) Communicatiemedewerker: PM.

In de paragraaf over de begroting is dit aldus verwerkt.



5. Businesscases

5.1. Overzicht

Voor de uitvoering van het Sociaaleconomisch Actieprogramma zijn 14 businesscases geformuleerd. In deze 14 businesscases zijn het beleid en de doelstellingen van het SEA geformuleerd vertaald in concrete acties en opbrengsten. Daarvoor is een periode van 10-12 jaar beschikbaar. Het gaat om het volgende overzicht. Daarin worden de 4 programmalijnen met hun specifieke thema's zichtbaar. Hierna wordt aangegeven met welke "groene" businesscases de komende programmaperiode zal worden begonnen en hoe dat vorm krijgt.

Programmalijn 1		Innovatie en ondernemerschap
1A	✓	Kennismakelaars
1B	✓	Innovatietafels
2		Ondernemers mentorprogramma
3	✓	Maritieme campus Harlingen
4	✓	Agrifood hub Waadhoeke
Programmalijn 2		Onderwijs en arbeidsmarkt
5A	✓	Uitbreiden programma 'Leren en werken in je eigen regio' naar zij-instroom en voor om-, her- en bijscholing
5B		Ervaren kracht (betere afbouw arbeidsmarkt)
6A	✓	Werkcarrousel per sector
6B	✓	Verbeterplan arbeidsmigranten
7	✓	Academie van Franeker
Programmalijn 3		Versterken woon- en vestigingsklimaat
8	✓	Opstellen acquisitiestrategie en modernisering bedrijventerreinen
9	✓	Regiomarketing
10		Klankbord woon- en vestigingsklimaat
Programmalijn 4		Slimmer samenwerken
11	✓	Governance



5.2. Gekozen werkwijze

Bij vaststelling van het EAP en het Plan van Aanpak in maart dit jaar (2021) is gekozen voor de werkwijze dat het programmateam ter verdieping van de overleggen in de focusgroepen over de businesscases diverse gesprekken gaat houden met de betrokken partijen. Het doel ervan is om in relatie met de businesscases inzicht te krijgen op de omvang, ervaringen, urgentie, behoeften en mogelijkheden tot concrete groei en samenwerking (incl. crossovers).

Conform de opdracht heeft het programmateam in de aanloop naar dit UP in twee rondes in korte tijd vele gesprekken gevoerd met diverse betrokken partijen in de programmalijnen. Ging het de eerste ronde om een verkenning, in de 2^e serie gesprekken is vooral gekeken naar de concrete invulling.

Bij de omschrijving van de stand van zaken van de businesscases wordt steeds aangegeven met wie is gesproken en wat de eerste stap wordt voor de concretisering van de businesscases in de eerste programmaperiode (tot 30 juni 2023).

5.3. Prioritering

In de gespreksrondes werd al snel de noodzaak tot prioritering van de businesscases duidelijk. Samen met het organiseren van de diverse programma-faciliteiten (communicatie, administratie, accountancy, het inrichten van de uitvoeringsinstantie en voorbereiden van het UP) wordt de opdracht de omvangrijk en zwaar om alles van meet af aan vol te ontwikkelen. Dit heeft geleid tot de prioritering zoals die met groene markeringen in het vorige overzicht is aangegeven.

5.4. Businesscases, algemene toelichting

In dit onderdeel worden de aangevinkte businesscases één voor één kort beschreven. Daarbij wordt per businesscase aangegeven de ambitie, het doel 2021-2023, de maatregelen (wat gaan we doen) en betrokken partijen. Verder is bij de uitwerking op de businesscases ook gekeken naar de resultaten en opbrengsten van de diverse sessies van de focusgroepen. Bij die rondes zijn ruim 70 bedrijven en instellingen uit de regio betrokken geweest. Tot slot worden de businesscases hierna niet uitgebreid toegelicht. In dit UP is met name ingezet op concrete acties voor de programmaperiode 2021-2023, uiteraard met een doorkijkje naar de volledige planperiode. De werkwijze is zo dat aan de hand van voorstellen de maatregelen steeds aan de Bestuurstafel wordt voorgelegd.

De Businesscases zijn online via deze link te vinden: [Sociaal Economisch Actieplan Harlingen en Waadhoeke - Public Result](#)



Programmalijn 1 Innovatie en Ondernemerschap

Businesscase 1B Innovatietafels

Ambitie/Doelstelling tot 2030

De innovatietafels zijn bedoeld de innovatie en vernieuwingen/nieuwe ideeën in de regio in de stuwende clusters een boost te geven door met ondernemers kansrijke ideeën van kennis, naar kunde naar kassa te brengen. Het resultaat zijn haalbare en financierbare businesscases die de start vormen van innovatieve nieuwe business. De ambitie is om de arbeidsproductiviteit in de twee sectoren te laten groeien met 42% (agrifood) c.q. 34% (maritiem cluster). Dit moet een bijdrage leveren aan een economische groei van 22% tot 2030.

Opgave 2021-2023

Het opzetten van een programma van innovatietafels. Innovatietafels vormen een platform om ondernemers met creatieve ideeën in kansrijke sectoren te begeleiden in de ontwikkeling van hun businessmodel en te verbinden aan het mkb waar vraag bestaat naar de oplossingen die zij bieden. Per innovatietafel is maatwerk nodig: het onderwerp (ideeën opdoen, ideeën concretiseren, ideeën financieren etc.) en de deelnemers kunnen per tafel verschillen waardoor concrete tafels gevormd worden.

Maatregelen/Wat gaan we doen?

In de afgelopen 2 maand is verkend welke innovatietafels belangrijk zijn voor onze regio in het algemeen en die voor de Agrifood en Maritieme Sector in het bijzonder. Dat heeft opgeleverd dat in deze programmafase ingezet wordt op 3 innovatietafels, -platforms, te weten:

Innovatietafels

- A. Thema's innovatie in de regio: duurzaamheid, spin-offs, doorontwikkeling kansrijke ideeën, innovatieve projecten, enz.
- B. Thema's innovatie-tafel(s) Maritiem:
 1. vergroten bekendheid in de regio/profileren als belangrijke werkgever/speler in de regio en
 2. versterken en benutten samenwerking maritieme sector: scheeps- en jachtbouw, onderwijs, arbeidsmarkt, innovaties.
- C. Innovatietafels Agrifood:
 1. Ruimtelijk beleid en natuurinclusie.
 2. Korte keten (verkoop in de regio).
 3. Verbetering imago van de landbouw.

De werkwijze is zo het programmateam samen met Ynbusiness en hun sectorspecialisten voor ondernemers in kaart brengen waar de behoefte en kracht zit voor innovaties en op welke manier



dat ondersteund kan worden. Begonnen wordt met een actieve benadering van diverse bedrijven in het algemeen en van bedrijven en instanties uit de Maritieme en de Agrifood-sector. Hiervoor brengt het programmateam een selectie van bedrijven in die geclusterd kunnen worden op basis van bedrijfstak. Voor deze fase worden door Ynbusiness geen kosten gerekend.



Programmalijn 1 Innovatie en Ondernemerschap

Businesscase 1A Kennismakelaars

Ambitie/Doelstelling tot 2030

De gezamenlijke ambitie van de regio is: meer samenwerking op het gebied van innovatie en vernieuwingen in de regio bewerkstelligen door meer interactie tussen de partijen. Dit sluit aan op businesscase B. Door een verbeterde samenwerking verwacht de regio een toename in het aantal innovatieve projecten en enkele nieuwe bedrijven te kunnen bereiken.

Mogelijke indicatoren voor de impact zijn: toename arbeidsproductiviteit, het aantal samenwerkingen tussen bedrijven; het aantal samenwerkingen tussen bedrijven en onderwijsinstellingen; de toename van de arbeidsproductiviteit; het aantal gerealiseerde innovaties (concepten); het aantal gerealiseerde startups.

Opgave 2021-2023

Kennis verzamelen en verbinden en samen met het projectteam vertalen in acties.

Maatregelen/Wat gaan we doen?

In aansluiting op de innovatietafels het inzetten van kennismakelaars die vragen bij bedrijven ophalen en kansen verkennen voor samenwerking en innovatie; zorgen voor een band tussen bedrijven in een sector en tussen de regio's en in gesprek blijven met andere partijen uit de triple helix om vragen vanuit het bedrijfsleven snel op te pakken en op het juiste adres in te brengen. Afhankelijk van de opbrengst van Businesscase 1B, zal met de bestuurstafel en betrokken partijen worden gekeken hoe het begrip kennismakelaars ingevuld en vorm zal worden. Omdat de kennismakelaars gekoppeld zijn aan de innovatietafels, zal met de uitvoering eerst worden begonnen met Businesscase 1B en vervolgens met businesscase 1A. Om deze reden is nog geen budget geraamd.

Betrokken partijen

De afgelopen weken zijn over beide Businesscases diverse gesprekken gevoerd met Ynbusiness, Innovatie Pact Friesland, Port of Harlingen, Maritieme Academie Harlingen, de provincie Fryslân en 8 vertegenwoordigers uit de Agrifood-sector.



Programmaliijn 1 Innovatie en Ondernemerschap

Businesscase 2 Ondernemers mentorprogramma

Deze Businesscase zal inhoudelijk in een later stadium worden opgepakt. Dat heeft te maken met het feit dat Ynbusiness al langere tijd werkt met het vergelijkbare concept 'Raadgevend Ervaren Ondernemer (REO)'. Daarom zal de komende tijd samen met Ynbusiness worden gekeken of aangesloten kan worden bij dit concept en of er sprake is van interesse van ondernemers in deze businesscase. Deze insteek geeft eerst meer inzicht op dit thema en past ook bij het uitgangspunt om zoveel mogelijk aan te sluiten op bestaande programma van partners.



Programmalijn 1 Innovatie en Ondernemerschap

Businesscase 3 Maritieme Campus Harlingen

Ambitie/Doelstelling tot 2030

Het doel van deze campus is om de samenwerking te bevorderen, bedrijven met elkaar in contact te brengen, onderwijs en arbeidsmarkt dicht bij elkaar te brengen, kruisbestuiving plaatst te laten vinden om innovatie te bevorderen en uit te stralen dat de regio een toplocatie is voor maritieme bedrijvigheid. De maritieme hub zal hiermee het boegbeeld zijn van de haven van Harlingen als hét duurzame maritieme hart van Noord-Nederland.

Opgave 2021-2023

De opgave is om deze hub op te starten, vorm te geven en een begin te maken met ideeën te verzamelen en samenwerking te bevorderen. Bedrijven met elkaar in contact te brengen. Onderwijs en arbeidsmarkt dicht bij elkaar brengen, innovatie te bevorderen en uit te stralen dat de regio een toplocatie is voor maritieme bedrijvigheid.

Maatregelen/Wat gaan we doen?

Voor dit doel zal zoals bij de Businesscase 1B al is aangegeven een innovatietafel Maritiem worden samengesteld voor de volgende thema's:

- vergroten bekendheid in de regio/profileren als belangrijke werkgever/speler in de regio en
- versterken en benutten samenwerking maritieme sector: scheeps- en jachtbouw, onderwijs, arbeidsmarkt, innovaties.

In aanvulling daarop kan aan de innovatietafel nog een kennismakelaar worden gekoppeld. Dat is toegelicht bij Businesscase 1A.

In Businesscase 9 Regiomarketing wordt ingegaan op de marketing van deze sector buiten onze regio.

Betrokken partijen

De afgelopen weken zijn hierover gesprekken gevoerd met Ynbusiness, Innovatie Pact Friesland, Port of Harlingen, Maritieme Academie Harlingen en de provincie Fryslân. Ook hier is ter aanvulling gekeken naar de sessies van de focusgroepen en eerder raadpleeg-momenten met het bedrijfsleven.



Programmalijn 1 Innovatie en Ondernemerschap

Businesscase 4 Agrifood hub Waadhoeke

Ambitie/Doelstelling tot 2030

Het doel van deze hub is om de samenwerking te bevorderen, bedrijven met elkaar in contact te brengen, onderwijs en arbeidsmarkt dichterbij elkaar te brengen, kruisbestuiving plaatst te laten vinden om innovatie te bevorderen en uit te stralen dat de regio een toplocatie is voor bedrijvigheid in de agrifood.

Opgave 2021-2023

Het in gang zetten van een duurzame bedrijfs overstijgende samenwerking tussen ondernemers, onderwijs en overheid door middel van een innovatietafel-platform.

Maatregelen/Wat gaan we doen?

Voor dit doel zal zoals bij de Businesscase 1B al is aangegeven een innovatietafel Agrifood worden samengesteld voor de volgende thema's:

- Ruimtelijk beleid en natuurinclusieve landbouw. Voor de gewenste potentiële groei van de Agro-sector is zowel fysieke als beleidsmatige ruimte nodig.
- Korte keten (verkoop in de regio). Verkoop van eigen producten is goed voor het imago, speelt in op natuurzuivere producten en maakt de markt breder (meer keuze en differentiatie in prijzen).
- Verbetering imago van de landbouw t.b.v. betekenis van de landbouw voor de regio en draagvlak voor doorontwikkeling van de landbouw.

In aanvulling daarop kan aan de innovatietafel nog een kennismakelaar worden gekoppeld. Dat is toegelicht bij Businesscase 1A.

In Businesscase 9 Regiomarketing wordt ingegaan op de marketing van deze sector buiten onze regio.

Betrokken partijen

De afgelopen weken zijn hierover gesprekken gevoerd met de provincie en 8 vertegenwoordigers uit de land- en tuinbouwsector. Ook hier is ter aanvulling gekeken naar de sessies van de focusgroepen en eerder raadpleeg-momenten met het bedrijfsleven.



Programmalijn 2 Onderwijs en arbeidsmarkt

Businesscase 5A Uitbreiden programma 'Leren en werken in je eigen regio' naar zij-instroom en voor om-, her- en bijscholing

Ambitie/Doelstelling tot 2030

Het al bestaande programma in Noordwest-Fryslân 'Leren en werken in je eigen regio' waarbij bedrijven, onderwijsinstellingen en overheden gezamenlijk optrekken om leerlingen in alle niveaus in de regio terug te laten stromen naar werk in de eigen regio, te verbreden met activiteiten voor potentiële toekomstige medewerkers om (opnieuw) actief te worden op de arbeidsmarkt. Dit moet een bijdrage leveren aan het verhogen van de arbeidsparticipatie naar 70%, het tekort op de arbeidsmarkt voor technisch personeel te halveren en een bijdrage leveren aan de economische groei van 22% tot 2030.

Opgave 2021-2023

Het verder ontwikkelen van de randvoorwaarden voor voldoende en passend geschoold personeel voor het (vooral midden- en klein-) bedrijfsleven en specifieke sectoren: landbouw en maritiem door:

- Verdere uitbouw programma "Leren en Werken in je eigen regio" met activiteiten om de arbeidsparticipatie te verhogen (weer actief te worden in de eigen regio en/of weer deel te nemen aan het arbeidsproces).
- Verbeteren van de arbeidsmarkt door ontwikkelen/in kaart brengen passende scholingsmogelijkheden voor werknemers en werkzoekenden die aansluit bij de behoefte van het regionale bedrijfsleven.
- Een verbeterde doorstroom op de arbeidsmarkt, waardoor het aantrekkelijker wordt om in de regio te blijven / naar de regio te komen voor werk (resp. behoud van personeel voor de regio en aantrekken personeel van buiten de regio).

Maatregelen/Wat gaan we doen?

Dit thema is al eerder op het niveau van de Triple Helix georganiseerd. Zo werken de RSG S.Vestdijk in Harlingen en Franeker, CSG Anna Maria van Schurman in Franeker en de CSG Ulbe van Houten/Campus Middelsee al langere samen met het regionale en lokale bedrijfsleven in het programma Leren en Werken in je regio.

Deze basis wordt benut voor de verdere uitbouw van het programma en de opgave 2021-2023. De meeste aandacht zal gaan naar de eerste opgave: verhoging arbeidsparticipatie. Voor de andere thema's gaat het met name om het samenbrengen, organiseren, afstemmen en communiceren met de doelgroepen.

Concrete stappen zijn om in deze programmaperiode op verschillende locaties samen met/in de scholen, het bedrijfsleven en de partners die actief zijn met arbeidsparticipatie, oriëntatie-bijeenkomsten en activiteiten te organiseren voor potentiële toekomstige medewerkers en



werkzoekenden/herintreders om (opnieuw) actief te worden op de arbeidsmarkt in Noordwest-Fryslân. De systematiek van de werkcarroussels en meet&greetss zoals die in de regio in de VMBO-scholen al gangbaar zijn, lenen zich daar in principe goed voor. Het idee is om breed te beginnen en vervolgens via werkcarroussels in te zoomen op de behoefte en mogelijkheden van de scholingsprogramma's. Hier ligt een verbinding met Businesscase 6A Werkcarroussel per sector.

Het met de MBO's en HBO's in kaart brengen van de om-, her- en bijscholingsmogelijkheden en die verbinden aan de behoefte in de regio.

Voor het profileren van de regio om (nieuwe) werknemers van buiten te trekken, zal ook Businesscase 9 Regiomarketing worden ingezet.

Tot slot is voor de verbinding van de regio met het wetenschappelijk onderwijs een belangrijke rol voor de Franeker Academie toebedacht: Businesscase 7 Academie van Franeker.

Voor het ontwikkelen van deze programma's en activiteiten zijn nog geen concrete budgetten benoemd.

Betrokken partijen

De afgelopen maanden zijn er verschillende overlegmomenten geweest met de RSG S.Vestdijk in Harlingen en Franeker, CSG Anna Maria van Schurman in Franeker, CSG Ulbe van Houten/Campus Middelsee, Maritieme Academie in Harlingen, MBO/ROC's, HBO, Universitair Onderwijs, Franeker Academie, Dienst Noardwest Fryslân/Pastiel, Friesland Werkt en enkele HRM medewerkers bij grote bedrijven. Ook hier zijn de resultaten van de focusgroepen gebruikt.



Programmalijn 2 Onderwijs en arbeidsmarkt

Businesscase 5B Ervaren kracht: verbeterde afbouw arbeidsmarkt

Ambitie/Doelstelling tot 2030

De regio heeft als ambitie de vaardigheden en kennis van bijna-gepensioneerden (werknemers en ondernemers!) optimaal te benutten waardoor kennis en kunde behouden wordt voor de jongere generaties. Hierdoor zal er voorkomen worden dat de arbeidsmarkt wordt verstoord door het eerder uittreden van waardevolle werknemers. De betrokken partijen leveren een bijdrage aan de verhoging van de arbeidsparticipatie (samen met andere initiatieven naar 70% in 2030) en aan de ambitie om tot 2030 22% economische groei te realiseren.

Opgave 2021-2023

Deze businesscase heeft aan het begin van deze programmaperiode een lagere urgentie. Omdat niet precies duidelijk is in hoeverre dit thema speelt en er onze regio niet bekend is met dit programma, is nadere verkenning en oriëntatie nodig. Mogelijk wordt een onderzoek hiervoor als bij-vraag bij andere inventarisaties meegenomen, maar dat is nog niet zeker. Zodra er werkende weg via de andere businesscases meer inzicht is in dit thema ontstaat, zal het worden opgepakt.

Programmalijn 2 Onderwijs en arbeidsmarkt

Businesscase 6A Werkcarrousel per sector

Ambitie/Doelstelling tot 2030

De gezamenlijke ambitie van de regio is een bijdrage te leveren om 1. het tekort aan personeel in de regio, vooral in de technische sector, op te lossen door leven lang leren te stimuleren en werknemers flexibel inzetbaar te maken, waardoor ook de kans op een passende baan voor werknemers toeneemt en 2. werknemers en werkzoekenden te ondersteunen in het vinden van een passende baan in de technische beroepen; met in het bijzonder oog voor seizoenswerk(ers).

Dit thema heeft diverse crossovers: zo sluit de ambitie, de opgave 2021-2023 en de maatregelen volledig aan op Businesscase 5A **Uitbreiden programma 'Leren en werken in je eigen regio' naar zij-instroom en voor om-, her- en bijscholing** en wordt daar als deelthema beschreven en ingezet. Om die reden wordt het hier niet verder uitgewerkt.



Programmalijn 2 Onderwijs en arbeidsmarkt

Businesscase 6B Verbeterplan arbeidsmigranten

Ambitie/Doelstelling tot 2030

De regio heeft te maken met een krimpende werkzame beroepsbevolking en tegelijkertijd een toenemende vraag naar personeel. De verwachting is dat in 2030 de potentiële beroepsbevolking ten opzichte van 2013 afgenomen zal zijn met 8% (4.000 inwoners). Het inzetten van arbeidsmigranten is één van de manieren waarmee de regionale bedrijven het personeelstekort kunnen oplossen. De arbeidsmigranten zijn hier al decennia lang, als sinds de grenzen open zijn van Europa. In totaal zijn er Nederland op dit moment 780.000 (geregistreerde) arbeidsmigranten. Aangenomen wordt dat het werkelijke aantal hoger ligt. Het geeft aan dat de arbeidsmigranten nu al hard nodig zijn voor onze arbeidsmarkt. Van essentieel belang daarbij is de kwaliteit van de huisvesting van de arbeidsmigranten. Uitzendbureaus geven aan dat de kwaliteit van de huisvesting bij de arbeidsmigranten zelf en de bij de werkgevers een hoge prioriteit heeft. Er is zoveel keus voor de arbeidsmigranten bij welke werkgever ze aan de slag willen dat de kwaliteit van huisvesting een belangrijke voorwaarde is om mensen te houden en zo nodig, aan te trekken. Maar ook de omgeving en het draagvlak bij de burgers spelen daarbij een belangrijke rol. Het gaat dus niet alleen om de economische insteek maar zeker ook om de leefomgeving voor zowel de migranten als de bewoners van de gemeenten.

Om aan de werknemersvraag te voldoen moeten er volgens de SWOT-analyse 500 fte vanuit de EU instromen. De gezamenlijke ambitie van de regio is om inzicht te krijgen hoeveel arbeidsmigranten in onze regio nodig zijn en hoe ze optimaal gehuisvest kunnen worden en op basis daarvan met de regio te onderzoeken of er daarvoor voldoende draagvlak in de samenleving is.

Opgave 2021-2023

De eerste opgave is om veel nauwkeuriger inzicht te krijgen in het aantal arbeidsmigranten dat in onze regio al aan de slag is, verdeeld over de sectoren, of het seizoensmedewerkers (short-stay) dan wel (in potentie) permanente medewerkers zijn en hoe groot de behoefte op korte en lange termijn aan arbeidsmigranten in de regio is. Dit inzicht leidt tot een betere sturing van de inzet en groei van arbeidsmigranten.

De tweede opgave is vast te stellen hoe in de huisvesting van arbeidsmigranten kan worden voorzien in relatie tot de mogelijkheden (aanbod ruimte) en draagvlak.

De derde opgave is om op basis van deze beide opgaven beleid op te maken en aan de hand daarvan het rekruteren, het inzetten en huisvesten van arbeidsmigranten te organiseren.



Maatregelen/Wat gaan we doen?

Met betrokken partijen zo goed mogelijk in beeld brengen het huidige aantal arbeidsmigranten in onze regio in het algemeen en per sector in het bijzonder (opgave 1); de behoefte op korte en lange termijn.

Tegelijk wordt verkend of het mogelijk en gewenst is om short-stay medewerkers bij de bedrijven te vestigen waar ze nodig zijn (onderbrengen in nieuwe appartementen op de bedrijvenlocaties) en (potentiële) arbeiders te huisvesten in de dorpen. Het huisvesten van beide groepen is door Waadhoeke gereguleerd. Maar inmiddels sluit dat niet meer sluit op de vraag van de bedrijven (groei) en het draagvlak in de dorpen (afremmen).

Een mogelijkheid zou kunnen zijn om short-stay werkrachten te huisvesten bij de bedrijven zelf en blijvers (vaak gezinnen) juist in de omgeving. Dit model biedt elders goede resultaten. In de Waadhoeke is het huisvesten van migranten bij de bedrijven zelf op zich mogelijk, maar door de beperkte aantallen (max 50 per locatie) is dat zeker in de glastuinbouw niet haalbaar. Door deze marge te verruimen, verandert ook de druk op huisvesting in de dorpen. Bovendien worden de beschikbare woonruimte in de dorpen dan benut door blijvers en gezinnen. Omdat die ook deelnemen aan de samenleving, wordt het draagvlak daarvoor mogelijk veel groter.

Betrokken partijen

Ondernemersorganisaties/werkgevers, uitzendbureaus, woningcoöperaties, gemeenten in de regio en aan de regio-grenzen, provincie, dorpsverenigingen.



Programmalijn 2 Onderwijs en arbeidsmarkt

Businesscase 7 Academie van Franeker

Ambitie/Doelstelling tot 2030

De regio wil Hoger Onderwijs in de regio gaan aanbieden en daarmee meer jongeren een passende baan in de eigen regio aanbieden. Door de zichtbaarheid van (het aanbod van) de Academie van Franeker te vergroten zal ook de aantrekkelijkheid van de regio versterkt worden. Hierbij kan voortgebouwd worden op de geschiedenis van de academie als oudste universiteit van Nederland en van Franeker als universiteitsstad.

Opgave 2021-2023

- a. Opbouwen en versterken strategische samenwerkingsverbanden met regionale bedrijven waarbij de Academie de rol van regionale kenniscentrum krijgt en aldus bijdraagt aan innovatie in de regio. Bijvoorbeeld op het gebied van verzilting. Een onderwerp waarop de academie hét onderzoekscentrum wil zijn.
- b. De Academie van Franeker zal door deze samenwerkingen met het regionale bedrijfsleven aan de ene kant en met onderwijsinstellingen binnen en buiten de regio aan de andere kant een belangrijke positie geven als schakel tussen ondernemers en onderwijs in de regio.
- c. De Academie laten uitgroeien tot een plek waar HBO'ers van verschillende achtergronden elkaar kunnen treffen en een learning community, een kenniscentrum, vormen, die ingezet kan worden als bedrijven in de regio behoefte hebben aan mensen met HBO-niveau. Hierdoor zullen deze leerlingen al werkend leren en door de samenwerking met onderwijs/onderzoek en met werknemers uit de regio een beeld krijgen van de baanperspectieven in de regio.

Maatregelen/Wat gaan we doen?

In aansluiting op de opgave, wordt de komende programma-periode ingezet op het ontwikkelen en vorm geven van 3 concrete activiteiten, te weten:

1. Organisatie Jaarlijkse Studentendag in de regio Noordwest. Dit is al een jaarlijkse bestaande activiteiten van de FA. Onderzocht wordt om dit evenement in september al uit te breiden met meer studenten en het programma uit te breiden met ontmoetingen met bedrijven, instellingen en de scholen in de regio (in het kader van het programma Leren en Werken in je eigen regio).
2. Versterken relaties met het HBO en WO met de regio (regierol), conform opgaven b. en c.
3. Doorontwikkelen tot regionaal kenniscentrum met learning communities, conform opgave a.

Betrokken partijen

Over de insteek van het programma is met name overlegd met de Academie van Franeker. Zij zijn de belangrijkste partij in deze Businesscase. Andere betrokken partijen zijn: onderwijs en ondernemers in de regio, bedrijvenorganisaties, MBO's, HBO's en universitair onderwijs (voor onze regio University College Leeuwarden (UCL), RUG, Universiteit Wageningen).



Programmalijn 3 Versterken woon- en vestigingsklimaat

Businesscase 8 Opstellen acquisitiestrategie en modernisering bedrijventerreinen

Ambitie/Doelstelling tot 2030

Doel is meer bedrijven aan te trekken en de clusters te versterken door de zichtbaarheid van de kansen en mogelijkheden voor nieuwe bedrijven in de regio te vergroten. Hiermee versterkt onze regio ons vestigingsklimaat en zet deze op de kaart. Meer broedplaatsen voor innovatie worden in plaats van willekeurige verzameling bedrijven.

Opgave 2021-2023

Er liggen vooral kansen bij de sectoren die nu al sterk zijn in de regio, zoals de maakindustrie en de maritieme sector. De aanwezige kennis en kunde van bedrijven en werknemers is een belangrijke vestigingsfactor voor nieuwe bedrijvigheid. Een acquisitiestrategie gericht op deze sectoren ligt voor de hand. De nabijheid van onderwijsinstellingen (zoals de maritieme academie) en van andere bedrijven (biedt mogelijkheden voor clustervorming) draagt verder bij aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat. Tevens is het van belang om voldoende geschikte bedrijfslocaties beschikbaar te hebben en daaraan bekendheid en profiel te geven.

Maatregelen/Wat gaan we doen?

Voor deze businesscase gaan we het volgende doen:

- a. Inventarisatie maken van de bedrijventerreinen. Welke type bedrijven zitten er op welk industrieterrein. Zijn er clusters te vinden van een bepaalde sector? Werken de burens (al) samen? Is er sprake van synergie?
- b. Zijn er uit deze inventarisatie onderscheidende kenmerken te constateren, zodat er een duidelijk profiel van een bedrijventerrein naar voren komt. Is dit het geval, dan helpt dit met het maken van een acquisitiestrategie en wordt het aantrekkelijk voor specifieke bedrijven.
- c. De provincie heeft al in kaart gebracht wat de kansen zijn voor bedrijventerreinen op het gebied van duurzaamheid en moderniseren. In samenwerking met provincie, maar vooral ook met de bedrijven, wordt gekeken hoe de transitie naar een circulaire economie en digitaal richting next economy handen en voeten kunnen krijgen. Welke behoefte hebben de bedrijven, waar lopen ze tegen aan en wat is nodig om de terreinen toekomstbestendig te maken?
- d. Daarnaast wordt de afweging gemaakt hoe beleidsmatig invulling wordt gegeven aan de nieuwe industrieterreinen (Kie II en Oostpoort III). Daarbij wordt onderzocht of er extra aandacht en ruimte is voor innovatieve broedplaatsen.

Als werkbudget wordt hiervoor €5.000,-- geraamd. De meeste werkzaamheden vallen onder de normale werkzaamheden van de gemeenten en provincie en worden in die begrotingen meegenomen. In het budget en in die begrotingen is geen rekening gehouden met de acquisitie (materiaal en menskracht)



Betrokken partijen

Triple Helix en de provincie.



Programmalijn 3 Versterken woon- en vestigingsklimaat

Businesscase 9: Regiomarketing en behoefteonderzoek

Ambitie/Doelstelling tot 2030

Doel van de businesscase regiomarketing is de regio op de kaart te zetten als een aantrekkelijke regio voor de doelgroepen: bedrijven, bezoekers en bewoners zodat meer mensen de regio gaan zien als fijne werk- en woonbestemming.. Door het voeren van een goede regiomarketing groeien Harlingen en Waadhoeke uit tot plekken waar toeristen graag recreëren, ondernemers zich willen vestigen en mensen graag wonen. Dit draagt bij aan het vinden en aantrekken van nieuwe werknemers op verschillende niveaus die voor het behoud en de groei van onze regio van vitaal belang zijn

Opgave 2021-2023

Voor een geslaagde marketingcampagne is het zaak om op zoek te gaan naar de identiteit, het DNA, van de regio. Waarin onderscheidt onze regio zich? Branding van de regio, het verhaal vinden dat bij de identiteit past, is de paraplu waarmee diverse marketingactiviteiten per doelgroep ontplooid kunnen worden. In het verlengde daarvan kan gerichte marketing worden ontwikkeld voor het aantrekken van ondernemers en nieuwe werknemers.

Tegelijk zal een behoefteonderzoek inzicht geven in de vraag welke bereidheid en wensen er zijn om in onze regio te komen werken en ondernemen (vacatures, wonen, bereikbaarheid, (culturele) voorzieningen).

Maatregelen/Wat gaan we doen?

- Het uitvoeren van een behoefteonderzoek om inzicht krijgen in de vraag welke bereidheid en wensen er zijn om in onze regio te komen werken en ondernemen (vacatures, wonen, bereikbaarheid, (culturele) voorzieningen). Tegelijk zal ook een onderzoek worden gestart naar de inwoners die juist de regio hebben verlaten. Ook dat kan waardevolle informatie opleveren voor de regiomarketing. Het uitgangspunt is dat dit door het projectteam zelf kan worden uitgezet.
- Het ontwikkelen van het regiomarketingbeleid. Deze aanpak omvat 2 fasen, te weten: Fase 1 vaststellen Identiteit en Fase 2 de doorvertaling van de resultaten van fase 1 naar de verschillende sectoren (recreëren, wonen, werken, enz.). Daarbij zullen ook de resultaten van het behoefteonderzoek vertalen in een vestigingsbeleid voor bedrijven en potentiële nieuwe werknemers buiten de regio. Zowel de ontwikkeling van fase 1 als in fase 2, zal deels worden uitbesteed.



Fase 1: Vaststellen identiteit

Vaststellen identiteit van de regio Harlingen / Waadhoeke; het DNA; de collectieve waarden; naar wie/wat de regio is en naar wat die wil uitdragen: de wensidentiteit. Een algemeen verhaal vertellen is niet genoeg: het moet onderscheidend zijn ten opzichte van andere (concurrerende) regio's en het moet herkenbaar zijn voor de inwoners en gebruikers van de regio; een inspirerend verhaal dat recht doet aan de regio. De uitdaging is een gezamenlijk beeld te vinden van een regio met twee onderscheiden kernen (Harlingen en Franeker); met ommelanden en kleinere kernen en buurtschappen in een provincie die al een duidelijk merk is. Wat hebben ze gemeen en wat onderscheidt ze? Wat zijn de samenhangende dragers en kan daarop een wensidentiteit gebouwd worden die aantrekkelijk en onderscheidend is?

- a. Om de identiteit te vinden gaat een groep representanten uit de regio input ophalen bij bewoners en ondernemers in de regio. Dat gebeurt door één-op-één gesprekken met bewoners en ondernemers uit een aselechte steekproef. Verder wordt het beeld ingekleurd met de resultaten van een enquête en met persoonlijke verhalen, waartoe we bewoners en ondernemers oproepen via plaatselijke mediakanalen.
- b. Aan de hand van de resultaten wordt vervolgens een aantal wens-identiteiten opgesteld die de verschillende aspecten van de regio in zich dragen en uitvergrooten (divergeren). Aan de hand van deze uiteenlopende beelden wordt er een wens-identiteit opgesteld (convergeren). Deze identiteit wordt beschrijven met behulp van merkwaarden; een verhaal en beelden uit de regio die de identiteit illustreren. Het resultaat wordt ter toetsing voorgelegd aan een bredere groep bewoners en ondernemers en beschrijven diverse mogelijkheden om het resultaat in de marketing en communicatie te gebruiken.



Fase 2: Van branding naar marketing

Branding is een pull strategie. Branding is weten wie je als regio bent, dat vertellen en laten ervaren. Het geeft je marketing inhoud en context. Marketing is het actief promoten van je regio. Het is een push tactiek. Je vertelt via verschillende kanalen en momenten wat je regio te bieden heeft. Branding geeft de richtlijnen voor wat je gaat vertellen, hoe en op welke manier in je marketingactiviteiten. Nu de identiteit met het overkoepelend verhaal, (het merk/brand) bekend is waarmee de regio zich kan onderscheiden en profileren, wordt in deze fase de slag gemaakt naar de uitvoer in marketing-activiteiten voor de verschillende doelgroepen en zal prioriteit worden gegeven om ondersteuning te bieden aan de businesscases 3 (maritieme sector), 4 (agrifood hub), 5a (leren in je eigen regio) en 8 acquisitiestrategie bedrijventerreinen.

De volgende stappen moeten hierin gemaakt worden:

- a. Samenstellen van een werkgroep met diverse stakeholders. Zij stellen een plan van aanpak op met daarin:
 - Opstellen van de marketingdoelstellingen.
 - Scherp stellen van de doelstellingen vanuit het sociaaleconomisch actieprogramma.
 - Omschrijving doelgroepen.
 - Omschrijving doelmarkten.
 - Bepalen strategie per doelgroep.
 - Omschrijven rollen en verantwoordelijkheden (partijen uit de 3 O's en bestaande marketingorganisatie – versterken/aanvullen).
 - Inventarisatie van bundeling van krachten en middelen.
 - Keuzes maken in te zetten middelen, planning en begroting.
- b. Uitvoer van het plan
 - Een werkgroep gaat aan de slag met de uitvoer van het marketingplan.

Voor Fase 1 wordt gerekend met een werkbudget van €12.500,--. Voor Fase 2 valt dat in dit stadium moeilijk aan te geven en zal via de rapportages en voorstellen aan de Bestuurstafel worden voorgelegd.

Betrokken partijen

Gemeenten Harlingen en Waadhoeke, Provincie Fryslân, Ondernemers, Stichting Bestemming Noardwest.



Programmalijn 3 Versterken woon- en vestigingsklimaat

Businesscase 10: Klankbord woon- en vestigingsklimaat

Ambitie/Doelstelling tot 2030

Onderwijs en ondernemers werken samen aan onderzoek en beleid om het woon- en vestigingsklimaat (wonen, werken, recreëren) voor werknemers (binden boeien en aantrekken) zo aantrekkelijk mogelijk te maken.

Opgave 2021-2023

Het in beeld krijgen bij bedrijven en inwoners wat de push en pull factoren zijn geweest bij hun beslissing om uit de regio te vertrekken c.q. er zich te vestigen.

Het laten aansluiten van het aanbod van wonen, werken en recreëren in de regio bij de behoefte van ondernemers die nieuwe werknemers naar de regio willen trekken en bij de behoeften van de werknemers in de regio.

Het beter kunnen inspelen op (dynamische) vraag vanuit bedrijfsleven en werknemers: tijdelijke huisvesting voor arbeidsmigranten of andere doelgroepen, behoeftes vanuit bedrijfsmatige specialisaties (digitalisering of andere infrastructuur), inzichten in ontwikkelingen van de bedrijvigheid, enz.

En om daarmee tot 2030 aan de werknemersvraag van de regio te voldoen en hiermee bij te dragen aan de 22% groei van het BRP tot 2033/36

Maatregelen/Wat gaan we doen?

Er zal in de eerste programmaperiode niet zelfstandig worden ingezet op deze businesscase. Het plan is om werkende weg de programmaperiode en in samenhang met andere businesscases hier zicht op te krijgen en in de loop van de periode alsnog te besluiten om het op te starten, dan wel als bijproduct van een andere businesscase te laten zijn. Via de rapportages wordt dit aangegeven.



Programmalijn 4 Slimmer samenwerken

Businesscase 11: Governance

Ambitie/Doelstelling tot 2030

De gezamenlijke ambitie voor 2030 is: een slagvaardige, passende en efficiënte samenwerking van de drie O's op het niveau van de regio Harlingen en Waadhoeke én met partijen buiten de regio. Voor het behalen van deze ambitie en de doelen uit het actieprogramma is samenwerking nodig in de regio en daar buiten. Slimme coalities zijn cruciaal om de businesscases verder uit te werken en te realiseren. We werken aan de volgende samenwerkingsverbanden.

Opgave 2021-2023

In het onderdeel **Projectinrichting en voorwaarden** is al ingegaan op de bestuurlijke en uitvoerende organisatie binnen het project in onze regio. In deze businesscase gaat het over de vorm en inhoud van de slimme samenwerking met externe overheidspartners in andere programma's. Dat zijn de provincie Fryslân, Coalities en Netwerken in Fryslân, de landelijke overheid en de Europese Unie.

Maatregelen/Wat gaan we doen?

- A. **Samenwerking regio en provincie Fryslân:** provincie Fryslân zet met de beleidsnota 2021-2025 een koers uit die inspeelt op wendbaarheid en weerbaarheid, demografische ontwikkelingen, een lerende economie en op transities als circulaire economie en de transities in de landbouw. Randvoorwaarde hierbij is dat de economische ontwikkeling ten dienste staat van een brede welvaart. Het actieprogramma economie kent vergelijkbare doelen en randvoorwaarden. Samenwerking in de uitvoering ligt voor de hand, waarbij we de doelen uit de beleidsnota integreren met de doelen uit het actieprogramma. Onderdeel daarvan is het tweede Coronaherstelpakket 'Lok op 1: No en Moarn'.
- B. **Overleggen en samenwerken met Coalities en netwerken in Fryslân:** op Friese schaal is een aantal samenwerkingsverbanden operationeel dat helpt de doelen uit het actieprogramma te realiseren. Actief wordt de samenwerking aangegaan met:
 - het Innovatiepact Fryslân (IPF). Dit is het economische netwerk van Fryslân. Het signaleert en agendeert het IPF de economische kansen voor de regio.
 - Ynbusiness. Dit platform is verbonden aan het IPF en ondersteunt ondernemers bij de groei van het bedrijf. Ynbusiness is inmiddels ingeschakeld bij de businesscases 1A en 1B uit die gaan over kennismakelaars en innovatietafels.
 - De Friese Ontwikkelingsmaatschappij (FOM). Het FOM helpt ondernemers met het realiseren van ideeën. Het FOM heeft fondsen beschikbaar waarmee het midden- en kleinbedrijf een steun in de rug krijgen voor investeringen.
 - De Regiodeal Noordoost-Fryslân, de versnellingsagenda. Deze deal zet in op een vitale, krachtige regio waar het goed wonen, werken, leren en recreëren is. Veel doelen uit de versnellingsagenda



zijn gelijk aan de doelen uit het actieprogramma economie. Wij gaan na of samenwerking voor beide regio's voordeel oplevert.

- C. ***Samenwerking regio en Rijk:*** in de nieuwe kabinetsperiode zal duidelijk worden of de regiodeals een vervolg krijgt en in welke vorm. Met Regio Deals zetten regio en Rijk zich samen in voor ruimtelijk- en sociaaleconomische structuurversterking van krimp- en grensregio's. Het actieprogramma economie past daar uitstekend in. Samen met de gemeenten Harlingen, Leeuwarden, de provincie en Wetterskip Fryslân wordt gewerkt aan een propositie, een narratief, waarbij we de structuurversterkende opgaven van de regio in samenhang beschrijven en verbinden met de landelijke opgaven. De regio is daarmee klaar voor een nieuwe samenwerkingsperiode met het Rijk. Deze propositie zetten we ook in voor sectorale budgetten die in de nieuwe kabinetsperiode beschikbaar komen bij ministeries als LNV, BZK en EZ (zoals bijvoorbeeld de mkb-Deals).
- D. ***Samenwerking Fryslân en Europese Unie:*** Europese middelen zijn bedoeld om ondersteuning te geven aan projecten die bijdragen aan het realiseren van de Europese ambities. De Europese ambities richten zich op brede welvaart en de Global Goals. Met samenwerking tussen overheden, kennisinstellingen, bedrijfsleven, clusterorganisaties wil Fryslân meer Europese middelen binnenhalen om te investeren in de brede welvaart. Deze vorm van samenwerking is gebundeld in de zogenaamde Friese projectenmachine. Harlingen en Waadhoeke nemen daar aan deel. Het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) is een geschikte bron om de innovatiekracht van het mkb te versterken.

Voor dit thema zijn (nog) geen middelen benoemd en gereserveerd.



6. Begroting UP

De concept-begroting voor dit UP over de periode 1 juli 2021 – 30 juni 2023 is als volgt:

Begroting UP	Looptijd 2 jaar	2021-2022	2022-2023	Totaal	Toelichting
Facilitair/overhead					
Programmateam	Extern: 2 dagen per week; 45 weken per jaar; 2 personen	€ 93.600,00	€ 93.600,00	€ 187.200,00	1 teamlid vanuit Onderwijs 1 teamlid vanuit Ondernemers 16 uur € 65,00 p/u/ 45 weken
	Inzet 16 uur uit eigen organisatie voor programmateam	€ 37.500,00	€ 37.500,00	€ 75.000,00	1 teamlid vanuit beide gemeenten
Externe communicatie-medewerker en ondersteuning secretariaat	Inzet 12 uur per week uit eigen organisaties	€ 27.000,00	€ 27.000,00	€ 54.000,00	
Medewerker accountancy	Inzet 4 uur per week uit eigen organisaties	€ 9.000,00	€ 9.000,00	€ 18.000,00	
Opstarten communicatie en vormgeven projectcommunicatie: projecthuisstijl, formats, sjablonen, website, socials		€ 25.000,00	€ 10.000,00	€ 35.000,00	
Ontwikkelen communicatiemiddelen (introductiefilm, filmporretten ondernemers, webinar, worldcafe, (digitaal) ontmoetingsplatform en/of netwerkbijeenkomsten		€ 25.000,00	€ 20.000,00	€ 45.000,00	
Organisatiekosten	CRM systeem	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 3.000,00	
Bedrijfsconsulenten 03	Via het 03 programma al toegezegd	€ 43.000,00	€ 43.000,00	€ 86.000,00	
Businesscases	Werkbudget	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 100.000,00	
Businesscases	Inzet formatie onderwijs, bedrijfsleven, enz.	€ 175.000,00	€ 175.000,00	€ 350.000,00	
Totaal programma		€ 486.600,00	€ 466.600,00	€ 953.200,00	
Dekking					
Businesscases, deel :					
Gemeenten		€ 311.600,00	€ 291.600,00	€ 603.200,00	
Onderwijs		€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 100.000,00	
Ondernemers		€ 100.000,00	€ 100.000,00	€ 200.000,00	
Provincie		€ 25.000,00	€ 25.000,00	€ 50.000,00	
Inzet businesscases		€ 486.600,00	€ 466.600,00	€ 953.200,00	
Verdeling Triple Helix					
Waadhoeke 2/3				€ 402.150,00	
Harlingen 1/3				€ 201.050,00	

Toelichting:

1. In de begroting is een onderscheid gemaakt in facilitaire/overheadskosten en de kosten inzet in uren. Bij de facilitaire kosten gaat het met name om het opbouwen en functioneren van de infrastructuur (organisatie, programma-administratie, pr/communicatie, enz.). Dit deel neemt vooral de overheid voor zijn rekening. Bij de inzet in de businesscases gaat het met name om het



inzetten van mensen en het gebruik van accommodaties. In dit deel wordt voornamelijk voorzien door de ondernemers en het onderwijs.

2. Om een omslachtig en omvangrijk systeem van facturatie te voorkomen, wordt de inzet door het onderwijs en de ondernemers in uren uitgedrukt. Eerdere ervaringen met het 03 programma (Leren en Werken in je eigen regio) geven aan dat de waarde van de inzet (uren x € 50 per uur) uitkomt op de genoemde bedragen van € 50k voor het onderwijs en €100k van het bedrijfsleven per jaar.
3. Hoewel in de begroting werkbudgetten opgenomen zijn verschillende activiteiten en businesscases, zijn geen vergoedingen geraamd voor de uitbreiding van het programmateam door de agrifoodsector en de maritieme sectoren. Zo is nog niet bekend hoe dat zijn beslag krijgt terwijl bovendien het idee leeft dat in zo'n geval de sector deze kosten voor eigen rekening neemt.
4. De bedragen zijn behalve de uurvergoeding allemaal netto. Daar waar BTW kan worden verrekend leidt dat tot verhoging budget.
5. De inzet van de bedrijfsconsulenten van het 03 programma is in dit programma meegenomen. Tot nog toe bestond daarvoor een afzonderlijk traject van besluitvorming (en dekking).



Bijlage:

Businesscases kunnen zijn online via deze link te vinden: [Sociaal Economisch Actieplan Harlingen en Waadhoeke - Public Result](#)

