



**WERKEN AAN EEN STERK
NOORDWEST-FRIESLAND**

WWW.HETGOUDVANNOORDWEST.NL



Samenvatting SEAP 3 – Derde planperiode (2026-2028)

Het Sociaal Economisch Actieprogramma (SEAP) voor Noordwest-Friesland (Waadhoeke, Harlingen en Leeuwarden incl. buitengebied) loopt van 2020 tot 2028 en is sinds 2023 onderdeel van de Regio Deal. Het programma werkt met uitvoeringsfasen van 2 à 3 jaar. Na SEAP 1 (2022-2023) en SEAP 2 (2024-2025) start in 2026 SEAP 3, dat loopt tot en met 2028.

Doel SEAP 3

De focus ligt op het ontwikkelen en bestendigen van businesscases, zodat economische groei wordt gerealiseerd en duurzaam verankerd in reguliere programma's. De ambitie is om richting 2028 maximaal resultaat te behalen, ondanks dat SEAP formeel daarna doorloopt.

Belangrijkste wijzigingen SEAP 3

Drie nieuwe businesscases: MKB-dienstverlening (BC1) vervangt Kennismakelaars en aanjagers. Organiserend vermogen bedrijventerreinen (BC7). Arbeidsmarktbehoefte (BC9) vervangt Verbeterde afbouw arbeidsmarkt, met bredere focus. Businesscases Behoefteteonderzoek en Acquisitiestrategie worden geïntegreerd in Regiomarketing (BC8). Integratie van de sector Recreatie & Toerisme via Het Goud van Noordwest blijft onderdeel.

Het programma omvat veertien businesscases verdeeld over drie lijnen:

- Innovatie & Ondernemerschap
- Woon- en Vestigingsklimaat
- Onderwijs & Arbeidsmarkt.

Trends en Ontwikkelingen met impact op de regio

SEAP 3 houdt rekening met externe ontwikkelingen die de regionale economie beïnvloeden:

- Energietransitie – groei hernieuwbare energie, aanleg energiehub's, klimaatdoelen 2030/2050.
- Stikstofproblematiek – impact op landbouw, bouw en natuur; mogelijke maatregelen variëren van veereductie tot technologische innovaties.
- Wereldwijde handelsspanningen – risico's voor export/import en toeleveringsketens.
- AI en automatisering – efficiëntere processen, nieuwe bedrijfsmodellen, verschuiving in functies.
- Digitale marketing – groei van datagedreven en gepersonaliseerde benadering via online kanalen.
- Technologische innovaties – o.a. AI, biotechnologie, duurzame energie, IoT.
- Resultaatgericht werken – meer focus op output en autonomie werknemers.
- Veranderende arbeidsmarkt – digitalisering, flexibilisering, toename zzp/hybride werk, belang van levenslang leren en soft skills.

Businesscase 1: MKB Dienstverlening

Programmaliijn: Innovatie & Ondernemerschap

Programmaleider: Jeroen de Boer

Achtergrond en probleemstelling:

Het midden- en kleinbedrijf (MKB) vormt het grootste deel van de Nederlandse bedrijven en is verantwoordelijk voor ruim 70% van de werkgelegenheid. In Noordwest-Friesland ligt dit aandeel nog hoger. Ondernemers staan voor uitdagingen zoals digitalisering, verduurzaming, arbeidsmarktontwikkelingen en circulair ondernemen, terwijl veel bedrijven onvoldoende verandervermogen hebben om hierop in te spelen. Daarnaast is de publieke ondernemersdienstverlening versnipperd en complex, waardoor het lastig is voor ondernemers om de juiste ondersteuning te vinden.

Doelstelling:

Het MKB in al zijn diversiteit ondersteunen en stimuleren bij zowel grote als kleine veranderingen. Dit omvat het aanbieden van advies, kennis, tools en gunstige omstandigheden zoals innovaties, shared services, exportmogelijkheden en subsidies. Het doel is om de uitvoeringskracht van ondernemers te vergroten en samenwerking binnen ondernemerskringen te bevorderen.

Resultaat en afbakening:

- Vraaggestuurde, samenhangende en efficiënte ondernemersdienstverlening.
- Laagdrempelige toegang tot informatie en ondersteuning voor ondernemers.
- Betere aansluiting van dienstverlening op de behoeften van ondernemers.
- Meer houvast bij belangrijke transitie's zoals digitalisering.

Aanpak en planning:

1. In kaart brengen van ondernemersverenigingen en MKB-samenwerkingsverbanden.
2. Afstemming van MKB-dienstverlening met regionale ondernemersloketten.
3. Opbouwen van een datafundament voor structurele dienstverlening.
4. Vergroten en delen van kennis onder ondernemers en dienstverleners.
5. Ontwikkelen van een model voor ondersteuning aan ondernemersverenigingen.

Businesscase 2 : Innovatietafels**Programmalijn: Innovatie & Ondernemerschap****Programmaleider: Jeroen de Boer****Achtergrond en probleemstelling:**

In Noordwest-Friesland worden minder succesvolle innovaties door MKB-bedrijven ontwikkeld vergeleken met andere regio's. Ondanks financiële stimulering door de overheid blijft innovatie achter.

Doelstelling:

Het organiseren en begeleiden van innovatietafels om het aantal succesvolle innovaties in de regio te vergroten, met speciale aandacht voor kleine MKB-bedrijven.

Resultaat en afbakening:

- Innovatietafels leiden tot concrete innovatieprojecten in sectoren zoals landbouw, maritiem, techniek en bouw.
- Focus ligt op regionale samenwerking en praktische innovaties binnen het MKB.
- Minimaal tien innovatietafels per jaar over verschillende sectoren.

Aanpak en planning:

- Input uit gesprekken met ondernemers vertalen naar innovatievraagstukken.
- Programmeerteam organiseert en begeleidt innovatietafels en stimuleert samenwerking tussen ondernemers, onderwijs en ondersteunende organisaties.

Businesscase 3: Ondernemers- & mentorprogramma
Programmalijn: Innovatie & Ondernemerschap
Programmaleider: Jeroen de Boer

Achtergrond en probleemstelling:

MKB-bedrijven in Noordwest-Friesland zijn gemiddeld kleiner en ondernemers hebben een brede verantwoordelijkheid. Er is behoefte aan structurele kennisontwikkeling, begeleiding en ondersteuning bij bedrijfsvoering en het strategisch gebruik van AI.

Doelstelling:

Het faciliteren van ondernemers door middel van kennis, scholing en persoonlijke begeleiding, zowel in groepsverband als één-op-één.

Resultaat en afbakening:

- Structureel vervolg op succesvolle programma's zoals miniMaster voor toekomstbestendig ondernemen en Ondernemersprogramma voor starters.
- Specifieke AI-bijeenkomsten en innovatietafels voor begeleiding in AI-strategie en implementatie.
- Minimaal twee series per jaar voor beide programma's, en vier AI-bijeenkomsten per jaar.

Aanpak en planning:

- Twee edities per jaar van miniMaster en Ondernemersprogramma voor starters.
- Eén-op-één begeleiding via REO-programma van Ynbusiness, waarbij regie bij de hulp vragende ondernemer ligt.

Businesscase 4: AgriFood Hub
Programmalijn: Innovatie & Ondernemerschap
Programmaleider: Jeroen de Boer

Achtergrond en probleemstelling:

De agrarische sector is een stuwende kracht in Noordwest-Friesland, inclusief de verwerkende industrie en apparatenbouw. Het cluster heeft extra aandacht nodig om samenwerking, kennisdeling en innovatie te bevorderen.

Doelstelling:

Opzetten en onderhouden van een platform voor samenwerking binnen het AgriFood-cluster, gericht op nieuwe technieken, korte ketens en een doorlopende leerlijn via een Groenlyceum.

Resultaat en afbakening:

- Uitbreiding van bestaande innovatietafels binnen het AgriFood-cluster.
- Ontwikkeling van een kennisnetwerk voor samenwerking en kennisdeling binnen het cluster.
- Start collectief Korte Keten-initiatief in 2026 met 15-20 agrarische ondernemers.
- Groenlyceum: doorlopende leerlijn voor leerlingen van VO naar MBO niveau-4 diploma.

Aanpak en planning:

- Innovatietafels verder ontwikkelen met wetenschappelijke maatstaven voor monitoring.
- Stimuleren van gezamenlijke verkoop in korte ketens.
- Samenwerking met MBO Aeres en AMS voor Groenlyceum.

Businesscase 5: Maritieme Hub
Programmalijn: Innovatie & Ondernemerschap

Programmaleider: Jeroen de Boer

Achtergrond en probleemstelling:

De maritieme sector is cruciaal voor de economie van Noordwest-Friesland, met bedrijven die profiteren van de zeehaven in Harlingen en de ketens waarin zij werken.

Doelstelling:

Oprichten en onderhouden van een platform voor samenwerking binnen het maritieme cluster, met een bovengemiddelde regionale en bovenregionale impact.

Resultaat en afbakening:

- Groei van het maritieme cluster tot het belangrijkste cluster in Noord-Nederland.
- Integratie van fysieke factoren (haven) en onderwijs (VMBO-MBO-HBO) om het cluster te versterken.
- Samenwerking met bestaande entiteiten zoals Stichting Maritieme Erfgoed Alliantie, Maritieme Academie Harlingen, Stichting Kom aan Boord en Circulair Maritiem Programma.

Aanpak en planning:

- Vorming van het maritieme cluster verder uitbouwen en coördineren via programmateam en partners.

Businesscases 6 en 7: Verduurzamen Bedrijventerreinen en Versterken organiserend vermogen

Programmalijn: Versterken Woon- en vestigingsklimaat

Programmaleider: Baukje Postma

Inleiding

Bedrijventerreinen zijn essentieel voor de Nederlandse economie: op slechts 3% van het landoppervlak wordt 40% van het bruto regionaal product verdiend en 30% van de beroepsbevolking werkt er. Tegelijk zijn het plekken waar grote transitieën samenkomen: energie, klimaat, circulariteit, mobiliteit en arbeid. De eerste SEAP-cyclus bracht bewustwording, maar toonde ook versnippering. Met SEAP III wordt programmatisch gewerkt aan toekomstbestendige bedrijventerreinen, in lijn met het landelijke Programma Verduurzaming Bedrijventerreinen (PVB). Twee samenhangende businesscases geven hier invulling aan:

De eerste fase van SEAP (Sociaal Economisch Actieprogramma) heeft bewustwording en eerste acties opgeleverd, maar ook laten zien dat versnippering dreigt. Daarom is in SEAP III een programmatische en integrale aanpak nodig. Hiervoor worden twee samenhangende businesscases ingezet:

- **BC 6: verduurzaming bedrijventerreinen** (energie, groen, circulair).
- **BC 7: versterken van het organiserend vermogen** (samenwerking, fondsen, parkmanagement)

Businesscase 6 – Verduurzaming bedrijventerreinen

Achtergrond en probleemstelling

Bedrijventerreinen staan voor grote uitdagingen: energietransitie (met netcongestie als knelpunt), klimaatadaptatie (water, hitte, biodiversiteit) en circulaire economie (reststromen, hergebruik). Veel bedrijven willen verduurzamen, maar missen kaders, regie en uitvoeringskracht.

Doelstelling:

Bedrijven toekomstbestendig maken door verduurzaming op drie centrale thema's:

- Energie: energiebesparing, meer duurzame opwek, collectieve voorzieningen (energiehub), elektrificatie mobiliteit.
- Groen & klimaatadaptatie: tegengaan hittestress, aanleg groen en waterberging, versterken biodiversiteit.
- Circulariteit: afvalreductie, reststromen uitwisselen, duurzaam bouwen en renoveren.

Resultaat en afbakening

12 bedrijventerreinen in Noordwest-Friesland krijgen een uitvoeringsplan met toekomstbeeld en acties.

Focus ligt op energie, groen en circulair.

Aanpak en planning

- Uitvoeringsplannen per bedrijventerrein (12 terreinen in totaal).
- Inzet van drie aanjagers voor advies, bijeenkomsten en begeleiding van collectieve trajecten.
- Samenwerking tussen ondernemers, gemeenten, provincie, netbeheerders en andere partners bevorderen.
- Communicatie via bijeenkomsten, mediakanalen en best practices.

Businesscase 7 – Versterken organiserend vermogen**Achtergrond en probleemstelling**

Veel bedrijventerreinen missen structurele samenwerking en slagkracht. Er zijn weinig actieve verenigingen, nauwelijks parkmanagement en weinig financiële structuren (behalve in Harlingen). Zonder collectieve organisatie blijven initiatieven kleinschalig en wordt de versnelling richting 2030/2050 niet gehaald.

Doelstelling

- Structurele samenwerking en organisatiekracht opbouwen op 12 bedrijventerreinen.
- Oprichting van ondernemerscollectieven (vereniging, coöperatie, BIZ) in 2027.
- Onderzoek naar ondernemersfondsen (o.a. Waadhoeke).
- Eerste stappen naar parkmanagement zetten.
- Convenanten afsluiten tussen ondernemers, gemeenten, provincie en partners.

Resultaat en afbakening

Uitvoeringsplannen per terrein, met visie, agenda en rolverdeling.

Ondernemerscollectieven in 2027 operationeel.

Onderzoeksresultaat ondernemersfondsen opgeleverd.

Convenanten en eerste parkmanagers geïnstalleerd.

Niet inbegrepen: volledige professionalisering parkmanagement (voorzien na 2028).

Aanpak en planning

2026: inventarisatie, plannen en draagvlakonderzoek fondsen.

2027: oprichting collectieven, kwartiermakers/parkmanagers.

2028: borging via convenanten, evaluatie en voorbereiding volgende fase.

Communicatie via bijeenkomsten en diverse kanalen.

Kern

- BC 6 richt zich op de inhoudelijke verduurzaming (energie, groen, circulair).
 - BC 7 legt de organisatorische basis (samenwerking, collectieven, fondsen, parkmanagement).
- Beide cases zijn onlosmakelijk verbonden: zonder samenwerking geen verduurzaming, en zonder concrete verduurzaming geen blijvende motivatie voor samenwerking.

Businesscases 8: Regiomarketing – Wonen en Werken
Programmalijn: Versterken Woon- en vestigingsklimaat
Programmaleider: Baukje Postma

Businesscase 8 – Regiomarketing – Wonen en werken

Achtergrond en probleemstelling

Regiomarketing positioneert de regio als aantrekkelijke plek om te wonen, werken, ondernemen en recreëren. In een concurrerende markt en met uitdagingen zoals vergrijzing en personeelstekorten, is het belangrijk zowel nieuwe bewoners/bedrijven aan te trekken als huidige inwoners te binden. In SEAP II is gewerkt aan merkstrategie en identiteit; in SEAP III wordt dit geïntegreerd met eerdere businesscases over behoefteonderzoek en acquisitiestrategie. Samenwerking vindt plaats met Merk Fryslân/IPF.

Doelstelling

Hoofddoel: De regio positioneren als aantrekkelijk woon-, werk- en vestigingsgebied. Opschaling naar integrale marketing (wonen, werken, ondernemen en toerisme).

Subdoelen:

- Huidige bewoners en bedrijven binden en als ambassadeurs inzetten.
- Nieuwe bewoners, bedrijven en talent aantrekken.
- Stuwende sectoren promoten om talent en innovatieve bedrijven aan te trekken.
- Structurele samenwerking organiseren (Goud van Noordwest, gemeenten, ondernemers, onderwijs).

Doelgroepen

- Bewoners: trots versterken en ambassadeurschap.
- Bezoekers: uitnodigen tot ontdekking en beleving.
- Bedrijven: aantrekkelijk vestigingsklimaat, met focus op stuwende sectoren.
- Bollebozen: afgestudeerden en terugkeerders betrekken.
- Bestuurders: overtuigen van economische en maatschappelijke waarde.

Resultaat en afbakening

Opgeleverd: merkidentiteit met toolkit/merkboek, campagnes voor doelgroepen, ambassadeursnetwerk, communicatiestructuur, monitoringdashboard en onderzoek naar strategieën elders. Niet inbegrepen: oplossingen voor krimp/arbeidsmarkt, individuele bedrijfsacquisitie, structurele organisatie van evenementen.

Aanpak en planning

Projectonderdelen:

- A. Merkstrategie & Identiteit – eigen merkidentiteit formuleren en vastleggen (2025 afgerond, toetsing bestuurders volgt).
- B. Campagnes – segmentgerichte communicatie en promotie stuwende sectoren.
- C. Mobilisatie & ambassadeurschap – bewoners en ondernemers activeren.
- D. Implementatie & communicatie – via website, sociale media, events.
- E. Evaluatie & monitoring – KPI's, dashboard en borging via Goud van Noordwest.

Planning 2025–2028:

- 2025: merkontwikkeling afronden.

- 2026: start campagnes.
- 2027: activering ambassadeursnetwerk.
- 2028: structurele implementatie & evaluatie.
- Vanaf 2028: borging en doorontwikkeling.

Businesscases 9: Toeristische Regiomarketing – Visit Noardwest Fryslân

Programmalijn: Versterken Woon- en vestigingsklimaat

Programmaleider: Baukje Postma

Achtergrond en Probleemstelling

Noordwest-Friesland wil steviger gepositioneerd worden als toeristische bestemming. De provincie Fryslân en NBTC verwachten een groei van minimaal 10% in bezoekers, overnachtingen en bestedingen. Sinds 2025 valt toeristische regiomarketing onder het Goud van Noordwest. Een meerjarenplan (2025–2028) is ontwikkeld in samenwerking met stakeholders. De campagne "Zin in...Kilometers Geluk" startte in augustus 2025, gericht op wandelroutes en Geluksplekken.

Doelstelling Hoofddoel:

Noordwest-Friesland positioneren als toeristische bestemming.

Subdoelen:

1. Regiomarketing organiseren: samenwerking tussen regio's en campagnes integreren.
2. Slow toerisme uitbouwen: wandelroutes en Geluksplekken.
3. Bezinningstoerisme promoten: verhaallijnen, nichecampagnes, beursdeelname.
4. Ambassadeurschap versterken: inwoners en ondernemers betrekken.
5. Samenwerking toeristische sector vergroten.
6. Professionalisering van toeristische regiomarketing.

Resultaat en Afbakening

Opgeleverd:

- Structurele regionale samenwerking en werkgroepen.
- Uitgebouwde slow- en bezinningstoerisme-infrastructuur (Gelukswijzer, verhaallijnen, online campagnes).
- Geactiveerd ambassadeursnetwerk met toolkits.
- Professionele marketingorganisatie via Goud van Noordwest.

Aanpak en Planning

1. Regiomarketing organiseren:
 - Netwerkbijeenkomsten (foldermarkt voorjaar, inspiratiebijeenkomst najaar).
 - Ondersteuning ondernemers via aanjager.
 - Structureel overleg met lokale citymarketing en Merk Fryslân/Visit Wadden.
 - Data monitoring en extern onderzoek (o.a. De Wadden, 2028).
2. Slow Toerisme uitbouwen:
 - Beheer website, social media, database.
 - Content & promotie: magazine, evenementen, inspiratiekaarten, Gelukswijzer en Smaakwijzer.
 - TIP's verbeteren zichtbaarheid toeristische informatiepunten.
3. Bezinningstoerisme versterken:
 - Verhaallijnen jaarlijks uitwerken met ambassadeurs.
 - Online nichecampagnes (2026–2028).
 - Slim meeliften op partners en campagnes van Merk Fryslân/Visit Wadden.
4. Ambassadeurschap stimuleren:
 - Inwoners betrekken via verhaallijnen.
 - Toolkits ontwikkelen (2025–2026).
 - Lokale media inzetten.

Businesscases 10 t/m 14:

Programmalijn: Onderwijs en Arbeidsmarkt

Programmaleider: Harry Hoefakker

Introductie

De regio Noordwest-Friesland staat voor een belangrijke uitdaging: namelijk het benutten en behouden van talenten, het vergroten van arbeidsparticipatie en het aanpakken van personeelstekorten in cruciale sectoren zoals techniek, zorg, maritiem, groen en economie. Onderwijs en Arbeidsmarkt spelen hierbij een centrale rol. Goed onderwijs vormt de basis voor een duurzame instroom van gekwalificeerd personeel, terwijl een goed functionerende arbeidsmarkt ervoor zorgt dat talenten effectief worden ingezet en behouden. De businesscases 10 tot en met 14 richten zich op verschillende, maar onderling verbonden aspecten van deze opgave:

- **Businesscase 10 – Leren en werken in je eigen regio:** richt zich op het verbinden van jongeren, herintreders, statushouders en zij-instromers met bedrijven in de regio. Initiatieven zoals regionale LOB-evenementen, vacaturebanken, werkcarroussels en sectorgerichte versterkingsprogramma's zorgen voor een directe koppeling tussen onderwijs en arbeidsmarkt.
- **Businesscase 11 – Regionale arbeidsmarktbehoefte:** inventariseert vraag en aanbod, identificeert tekorten en overschotten, en stimuleert gerichte omscholing en versnelde leertrajecten voor diverse doelgroepen, zoals voortijdige schoolverlaters, statushouders en herintreders.
- **Businesscase 12 – Werkcarroussels per sector:** biedt mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt de kans om praktijkervaring op te doen en hun talenten te ontwikkelen, waardoor hun instroom in de arbeidsmarkt wordt vergroot.
- **Businesscase 13 – Actualisering plan Arbeidsmigranten:** focust op de duurzame inzetbaarheid van arbeidsmigranten, door hen goede huisvesting, voorzieningen en sociale inbedding te bieden, zodat essentiële sectoren continu operationeel blijven.
- **Businesscase 14 – Talenten in de regio behouden:** richt zich op het behouden van jongeren en hoger opgeleiden in de regio door zichtbaarheid van onderwijs- en carrièrekansen te vergroten, en samenwerking tussen onderwijsinstellingen en bedrijven te intensiveren.

Hoewel elke businesscase van het SEAP III programma een eigen focus en doelgroep heeft, is samenwerking tussen de businesscases cruciaal. Kennisdeling, gezamenlijke planning en cross-overs (bijvoorbeeld tussen techniek, groen en maritieme sectoren of tussen werkcarroussels en regionale leertrajecten) zorgen voor een integrale aanpak. Door dit netwerk kunnen onderwijs, overheid en bedrijfsleven gezamenlijk de arbeidsparticipatie verhogen, tekorten opvangen, en de regio NWF economisch en sociaal versterken.

Het succes van deze programma's hangt af van intensieve samenwerking en afstemming tussen onderwijsinstellingen, overheden, bedrijven en maatschappelijke organisaties. Alleen door het bundelen van krachten en het benutten van elkaars expertise kan de regio een toekomstbestendige arbeidsmarkt creëren waarin talenten zich ontwikkelen, behouden blijven en optimaal bijdragen aan de regionale economie.

Communicatie SEAP III

Gea Iedema

Achtergrond en probleemstelling

Tijdens SEAP II (2024–2025) is de communicatie al sterk opgeschaald, vooral richting ondernemers. Toch blijft er behoefte aan meer zichtbaarheid bij nieuwe doelgroepen en een integrale,

toekomstgerichte communicatiestrategie. Succesvolle formats zoals de 24-karaatsverhalen worden voortgezet en gekoppeld aan digitale platforms (wrk.frl, Kom aan Boord, Gouden Jeugd, Wijzer.frl).

Doelstelling

De communicatie binnen SEAP III moet:

- De naamsbekendheid van Het Goud van Noordwest vergroten (met focus op mkb).
- Noordwest-Friesland neerzetten als aantrekkelijke woon-, werk-, ondernemers- en toeristische regio.
- De maatschappelijke en economische impact van SEAP zichtbaar maken.
- Ondernemers, onderwijs, overheid en partners actief betrekken.

Resultaat

- Een sterke merkidentiteit en herkenbare verhalen (met 24-karaatsverhalen als kern).
- Gerichte campagnes per programmalijn.
- Monitoring van bereik, zichtbaarheid en betrokkenheid.
- Verdubbeling van het bereik op sociale media, maandelijkse praktijkverhalen, 4 nieuwsbrieven per jaar (met extra's rond activiteiten), en structurele zichtbaarheid van behaalde resultaten ("Gouden momenten").

Aanpak en planning

De aanpak rust op vier pijlers:

1. Strategische communicatie – kernboodschappen, doelgroepen en mediakeuze.
2. Contentcreatie – video's, artikelen, visuals, podcasts en radioprogramma Omroep Zilt.
3. Evenementen & participatie – bijeenkomsten, colleges, regiотours, roadshows.
4. Monitoring & bijsturing – meten van bereik, engagement en sentiment.

Planning richt zich op lancering SEAP III (website, koppelingen vacaturebanken, nieuwe campagnes), verdieping van thematische campagnes en uitbreiding naar landelijke media.

Governance SEAP III

De organisatie van SEAP III is opgebouwd uit drie lagen:

Strategisch (bestuurlijk) – De SEAP-Bestuurstafel, waarin overheid, onderwijs en ondernemers (triple helix) vertegenwoordigd zijn. De bestuurstafel bewaakt planning, financiering en voortgang. Voorzitter is de burgemeester van Harlingen.

Tactisch (management) – Het programmteam (met vertegenwoordigers vanuit overheid, onderwijs en ondernemers). Dit team initieert, coördineert en regisseert de uitvoering, verzorgt secretariaat en communicatie, en stuurt de aanjagers/kennismakelaars aan.

Operationeel (uitvoerend) – De uitvoering van businesscases en projecten, ondersteund door aanjagers (praktisch aansturen) en kennismakelaars (inhoudelijke expertise). In de startfase zijn circa tien personen/organisaties betrokken, meestal parttime.

Deze structuur zorgt voor duidelijke rolverdeling, slagkracht en flexibiliteit in de uitvoering.

Begroting SEAP III

Periode: 2026–2028 (3 jaar), aansluitend op het einde van de RegioDeal.

Beschikbaar budget (RegioDeal 1A/1B): € 2.646.445,- (excl. btw).

Belangrijkste posten:

Programmteam: € 797.330,-

Secretariële ondersteuning: € 226.980,-

Communicatie: € 180.000,-

Organisatiekosten: € 109.500,-

Werkbudget businesscases: € 1.332.634,- (nog vrij te verdelen).

De verdeling van middelen wordt door het programmateam bewaakt en periodiek besproken in de bestuurstafel.

Begroting Toeristische Regiomarketing (Visit NW Fryslân – separaat budget)

Periode: 2026–2028.

Beschikbaar via RegioDeal 1C: € 531.423,-.

Belangrijkste posten:

Aanjager: € 220.320,-

Ondersteuning: € 120.960,-

Communicatie & magazine: € 90.000,-

Projecten Visit NW: € 100.143,-

De totale uitvoering is begroot op € 888.500,- voor 2025–2028; aanvullend financiering wordt gezocht via fondsen en subsidies.