1. Capaciteitsinzet

A: Capaciteitstoedeling

Om meer grip te krijgen op de inzet van capaciteit kiezen voor het toedelen van een bezetting per rve en stadsdeel op basis van de ervaringscijfers van de afgelopen 2 jaar.

Hierbij geldt het afwegingskader als uitgangpunt:
Bestuurlijke prioriteit, wettelijke verplichting, van belang voor de Amsterdammer of van essentieel belang voor de organisatie.

Werkwijze:

- We stellen de toedeling van capaciteit per clusterteam vast obv de ervaringscijfers van 2014 en 2015 en op basis van de issues en clusterthema's.
- We inventariseren half jaarlijks eventuele knelpunten waar we rekening mee moeten houden zoals grote nieuwe issues: bijvoorbeeld vluchtelingen.
- De capaciteit wordt vastgelegd voor twee jaar: 2016 en 2017.
- De rve's met meer projecten/programma's en dus meer financiering kunnen incidenteel meer inhuren, zij krijgen daarom een lagere structurele bezetting.
- Piekbelasting, opvangen van ziekte of vakantie: sturing hierop in je eigen team. Kijk binnen rve's of er ruimte is om in een andere rve tijdelijk bij te springen. Meer teamgericht werken ipv individueel aan een eigen project.
- Extra capaciteit nodig?
    - Geen budget: her prioriteren in het eigen team.
    - Wel budget: aanvraag bij Interim voor externe inhuur
- Flexpool:
    - Tijdelijke flexibele inzet op een project of programma
    - Vervanging langdurige ziekte
    - Vervanging zwangerschap

De toedeling van capaciteit wordt gecommuniceerd met rve-directeuren en stadsdeelsecretarissen.
Teamleiders maken het ook bekend aan de opdrachtgevers waar ze direct mee samen werken.

B: Kerntaken communicatie

De nieuwe aanvragen die worden gedaan bij de teamleider binnen komen, worden afgenomen ahv bijgaande opdrachtbeschrijving. Maak daarbij ook gebruik van de kerntakenlijst en de bijgevoegde communicatieproductenlijst.

Opdrachtbeschrijving

1Waarom dit project / onderwerp? Wat zijn *aanleiding, doel en resultaten*?

- Bepaal of dit valt binnen ons afwegingskader (vraag achter de vraag)
  - Voor de A'dammer, bestuurlijke prio, wettelijk verplicht, cruciaal voor organisatie

Per direct op zoek naar een stevige communicatieadviseur in het team Communicatie van de projectorganisatie Vernieuwing Erfpachtstelsel. (1fte)

Aanleiding:

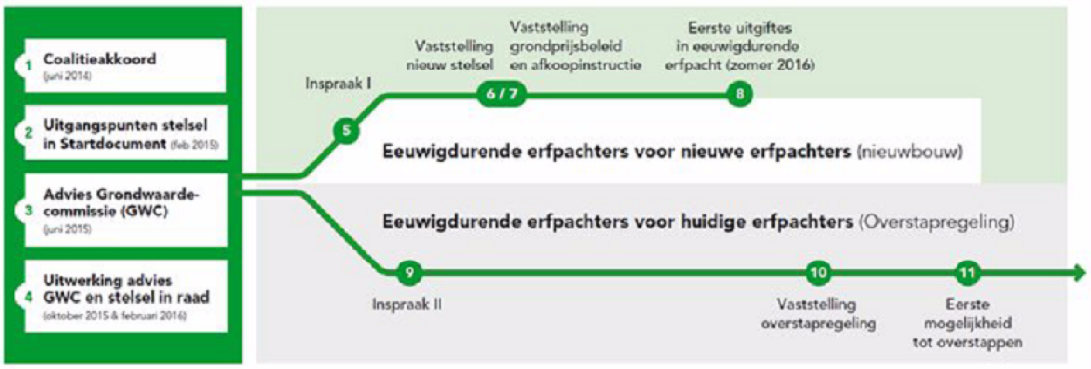
- Bestuurlijke prioriteit: vernieuwing van het erfpachtstelsel

Doel en gewenste resultaten: Met communicatie een bijdrage leveren aan

- De start van het nieuwe eeuwigdurende erfpachtstelsel voor nieuwbouw
- De overstapregeling voor bestaande erfpachters

2. Stand van zaken: wat is al gebeurd, wat is nog nodig en *is het project nog wel nodig*

Amsterdam voert eeuwigdurende erfpacht in om erfpachters meer zekerheid te geven over hun erfpachtkosten. Dit gebeurt langs twee sporen:



We zitten nu in de aanloop naar besluitvorming over eeuwigdurende erfpacht voor nieuwbouw (nummer 6/7). Eind mei besluit het college, eind juni de raad en daarmee gaat het nieuwe stelsel voor nieuwe uitgiften in.
Tegelijkertijd en daarna stellen we de overstapregeling op, in voortdurend contact met stakeholders en werken we toe naar inspraak over de overstapregeling in oktober.

3. Wat zijn de betrokken partijen (intern of extern) en met welke heeft communicatie te maken.

- Bepaal of stakeholdersanalyse nodig is. Complex met meerdere stakeholders?

Er is een uitgebreide krachtenveldanalyse gedaan. De belangrijkste partijen:

Intern: ongeveer 120 collega's die direct met erfpacht te maken hebben, stadsdelen,
Extern: 110.000 erfpachters (250.000 contracten), professionals zoals makelaars, notarissen, banken, financieel adviseurs

4. Waar liggen de risico's en de kansen van het project, waar communicatie een rol bij kan spelen?
    - Bepaal het afbreukrisico van het project. Bestuurlijk gevoelig? Mediagevoelig? Is het een onderwerp voor de issuelijst. Moet er een mediastrategie komen?

Bestuurlijke prioriteit, zeer media-gevoelig, zeer hoog afbreukrisico.

5. Wat verwacht de opdrachtgever van communicatie
    - Bepaal n.a.v. lijst kerntaken of wij dit wel/niet zien als communicatie
    - Bepaal op welk niveau de inzet van communicatie noodzakelijk is? Bijv: strategievorming of uitvoer van een bestaande strategie
    - Bepaal of er een specifiek communicatieproduct nodig is (zie onder).

De adviseur is onderdeel van een team o.l.v. de senior adviseur (projectleider communicatie) en helpt bij de uitvoering van de bestaande strategie en acties.

6. Wat is de periode van het project?
    - Wat is de periode die je kunt afbakenen om een communicatieresultaat te boeken? Is de communicatie inzet op te delen: bijv start met strategie door Senior en daarna uitvoer strategie door adviseur. Gebruik hiervoor onderstaande menukaart.

De vernieuwing werkt toe naar het raadsbesluit in maart 2017. Communicatie-inzet zal zeker tot dan nodig zijn. Met een mogelijke piek rond de inspraak wanneer wellicht meer inzet nodig zal zijn. Daarna gaat het over naar de lijnorganisatie van G&O. We onderscheiden de volgende fasen: -tot eind juni voorbereiding start (besluitvorming) nieuwe stelsel -zomer: voorbereiding inspraak overstapregeling in oktober -eind 2016-voorjaar 2017: voorbereiding (besluitvorming) overstapregeling -vanaf maart 2017: eerste overstappers

7. Is het incidenteel of structureel werk

Incidenteel als project, maar de verwachting is dat de implementatie van de overstap tot jarenlang meer werk zal leiden. Afspraak is dat de implementatie van de overstapregeling onder verantwoordelijkheid van de projectorganisatie valt, maar gaandeweg zal er steeds meer communicatiewerk regulier worden. De communicatie-aansturing en -inzet zal uiteindelijk verschuiven van de projectorganisatie naar de lijnorganisatie.

8. Heeft de opdrachtgever budget vrijgemaakt voor communicatie

Ja

2. Communicatieproducten

1. Welk deelproductproduct gaan we leveren *
2. Welke communicatieve resultaten worden geboekt na de afgesproken periode?
3. Welke capaciteit is daar voor nodig (niveau)
4. In welke periode en voor hoeveel uur
5. Kijk niet alleen vanuit lokaal team maar ook wat dit betekent voor Middelen / Specialisten

* Voorbeelden inzet

Communicatiestrategie

De inzet van begint over het algemeen met het bepalen van de strategie. De tijdsinvestering is niet zo maar te kwantificeren. De duur van het opleveren van de strategie hangt af van de complexiteit van het onderwerp, het aantal betrokkenen, de bestuurlijke gevoeligheid etc. Om toch houvast te bieden onderstaand een aantal elementen / een menu waaruit een strategie kan bestaan, inclusief de gemiddelde tijdsbesteding. Het gaat hier dus om de strategie, niet om de uitvoering.

- **Strategisch stakeholdermanagement**

In kaart brengen en duiden van de (rol van de) stakeholders. Vinden van (gedeelde) belangen van de gemeente en die van de verschillende stakeholders. Bepalen van de strategie mbt de stakeholders. Inclusief Factor C – sessie (onderdeel ringen van invloed). Het stakeholdermanagement is nauw verweven met het issues management.
Uren: 40 uur

- **Kernboodschap**

Op basis van de project/programma/beleidsdoelstellingen bepaal je de kernboodschap. De kernboodschap kan gekoppeld worden aan de stakeholdersanalyse waarbij je per stakeholder aparte kernboodschappen formuleert. Inclusief Factor C-sessie (onderdeel kritiek-repliek).
Uren: 40 uur

- **Communicatiekalender**

Het gaat hier om het intern/extern markeren van mijlpalen, in de schijnwerpers zetten van bijzondere prestaties, momenten etc.
Uren: 20 uur

- **Issue management**

Analyse en prioritering van issues aan de hand van de impact op de organisatie / project. Op basis van een grondige analyse wordt een strategie bepaald voor de belangrijkste issues inclusief de wijze van permanente monitoring.
Uren: 20 uur analyse i.s.m. woordvoerder en clusterstrateeg

- **Mediastrategie en woordvoering**

Mediastrategie ontwikkelen, operationaliseren. Daarbij is het doel om duurzame relaties op te bouwen met vertegenwoordigers (social) media. Gebaseerd op wisselwerking en transparantie (zelf ook als eerste slecht nieuws brengen).
Uren: 20 uur analyse i.s.m. woordvoerder

- **Online communicatiestrategie**

Online communicatie gaat over het gesprek. Belangrijker dan je eigen verhaal vertellen is het luisteren naar de mening, opmerkingen en suggesties van volgers, critici, fans, geïnteresseerden en belanghebbenden. Door hierop in te gaan ontstaat een online dialoog die de uitstraling van de gemeente inkleurt en gestalte geeft.
Uren: 20 uur

- **Interne communicatiestrategie**

Wijze van activeren en internaliseren van kernwaarden, kernboodschap en het werken aan een communicatieve organisatie.
Uren: 20 uur

- **Middelenanalyse**

Op basis van de strategie worden de middelen bepaald in nauwe samenwerking met de middelenadviseur.
Uren: 20 uren

180 uur, wat neer komt op 8 weken fulltime (het ene onderdeel kan wat meer tijd in beslag nemen, het andere wat minder).

Uitvoering communicatiestrategie

Na strategie volgt uitvoering. Hieronder een richtlijn om de inzet vanuit Advies / Interim te kwantificeren:

Grote Bouw-/renovatieprojecten

V.b. Renovatie Leidseplein
In aanloop:

- sr. 4 uur = 0,11 fte (bewaken strategie, voortgang)
- ondersteuning 20 uur = 0,56 fte (uitvoer)

In uitvoering

- sr./adv. 4 uur = 0,11 fte (bewaken strategie, voortgang)
- ondersteuning 32 uur = 0,89 fte (uitvoer)

Middelgrote Bouwprojecten

V.b brug Ceintuurbaan

- sr./adv. 8 uur = 0,22 fte (bewaken strategie, voortgang, uitvoer)
- ondersteuning 4 uur = 0,11 fte (uitvoer)

Kleine Bouwprojecten

V.b Wegwerkzaamheden

- adv. 2 tot 4 uur p/wk = 0,05 tot 0,11 fte (uitvoer)
- ondersteuning 4 uur = 0,11 fte (uitvoer)

Beleidsprojecten High Impact

Vaak bestuurlijke prio's

- sr. 8 tot 16 uur = 0,22 tot 0,44 fte (bewaken strategie, voortgang)
- ondersteuning 16 tot 24 uur = 0,44 tot 0,67 fte

Beleidsprojecten Medium Impact

V.b. diversiteit & burgerschap

- adv./sr. 4 tot 8 uur = 0,11 tot 0,22 fte (bewaken strategie, voortgang, uitvoer)
- ondersteuning 4 uur = 0,11 fte

Beleidsprojecten Low Impact

V.b. praktijkproef A'dam

- adv./sr. 2 tot 4 uur = 0,06 tot 0,11 fte
- ondersteuning 4 uur = 0,11 fte

Gebeidsontwikkeling

V.b. gebiedsontwikkeling Westpoort

- adv./sr. 16 tot 24 uur = 0,44 tot 0,66 fte (bewaken strategie, voortgang, uitvoer)
- ondersteuning 4 uur = 0,11 fte (uitvoer)

Communicatie per SD-gebied

- adv./sr. 10 tot 16 uur = 0,28 tot 0,44 fte
- ondersteuning = idem

Communicatie per stadsdeelthema

- adv./sr. 4 tot 8 uur = 0,11 tot 0,22 fte
- ondersteuning idem

Interne communicatie

Interne communicatie: willen we centraler gaan organiseren. Kwantificering volgt.