Communicatie 2016

Tot nu toe is de communicatie over de erfpachtvernieuwing relatief bescheiden van aard geweest. Reden hiervoor was vooral dat de verwachte onrust in de stad uitbleef. In tegendeel, er zijn zelfs bijzonder weinig vragen geweest op een paar uitzonderingen na. Er wordt echter wel in de media en bij bijeenkomsten in bijvoorbeeld de Zwijger en de Balie over gesproken en daar zijn vooral tegenstanders van erfpacht aan het woord. Bovendien is het referendum weer ter sprake gekomen, waarmee de omgeving is veranderd. De noodzaak om uit te leggen waarom de vernieuwing is ingezet is daarmee vergroot, maar het is ook verstandig de gemeente actiever te positioneren als betrouwbare afzender. Tijd dus om een actievere communicatiekoers te varen om ervoor te zorgen dat de gemeente bron van informatie is en niet alleen de buurman, SEBA of de krant.

De communicatiestrategie tot nu toe staat nog steeds in grote lijnen, al is de uitvoering ervan veel bescheidener van aard geweest dan eerder gepland. De invulling wordt wel verder aangescherpt, passend bij de momenten in het proces, zoals inspraak en besluitvorming.

De communicatie van de vernieuwing van het erfpachtstelsel tot nu toe:

1. De juiste informatie op het juiste moment bij de juiste doelgroep
2. In gesprek met de omgeving
3. Betrokkenheid binnen de gemeente

Bij de invulling van deze aanpak wordt één lijn toegevoegd:

De gemeente(met name Grond & Ontwikkeling) positioneren als expert op het gebied van erfpacht en zo als betrouwbare afzender en bron van informatie

De middelen:

a. Een flyer met de aankondiging van de inspraak van de Algemene Bepalingen (en dus nog niet de overstapregeling). Drukwerk niet inbegrepen.
b. Vier versies posters voor in abri's om inspraak aan te kondigen
c. Vier infographics, vergelijkbaar met de bestaande infographics
d. Animatiefilmpje van 2 minuten waarin wordt uitgelegd wat er nu ter inspraak ligt en wat er later nog volgt.
e. Tien informatiebijeenkomsten. Het gaat om het regelen van locaties, catering, aankleding (bijvoorbeeld banieren), uitnodigingen etc.
f. Vormgeving van een rekenmodule, vergelijkbaar met een hypotheekmodule
g. Vormgeving van een app voor professionals
h. Aandachtsverhogende gadgets die in eerste instantie naar de website verwijzen, maar later eventueel een wervende boodschap krijgen (stap over!)

Communicatiemomenten:

§ November/december 2015: voorbereiden campagne (incl betrekken bureau)
§ Januari: persconferentie college over contouren
§ Van college tot raad: aankondigen inspraak in gemeentelijke media
§ 3 februari cie RO
§ 10 februari: raad, go/no go referendum en campagne
§ 23 februari start inspraak
§ Maart informatiebijeenkomsten inspraak

§ Daarna inspraakbijeenkomst
§ April/mei terugkoppeling inspraak, besluitvorming AB
§ Wat gebeurt er tussen besluitvorming AB en eerste uitgifte?
§ Juli eerste nieuwe uitgifte
§ Juli start inspraak overstapregeling, rekenmodule klaar
§ Augustus inspraak
§ September/oktober resultaten inspraak en besluitvorming overstapregeling
§ November/december eerste overstappers