Communicatie erfpachtvernieuwing

Het proces van het voorbereiden, vormgeven en implementeren van het nieuwe erfpachtstelsel is lang, complex en risicovol. Goede communicatie is in elke fase nodig, zowel intern als extern. Maar daar hoort direct een winstwaarschuwing bij: in dit traject zullen altijd verliezers zijn. is niet mogelijk een stelsel te ontwikkelen dat voor iedereen bevredigend is. Erfpacht zit bovendien vrij stevig verankerd in het frame van de melkkoe en de geld verslindende overheid. De verwachting is dan ook dat de berichtgeving en het sentiment negatief zal blijven en op z'n best naar neutraal kan opschuiven. Dit leidt tot de volgende communicatieaanpak:

- **Degelijk en duidelijk:** we gaan op zoek naar het frame van de betrouwbare overheid. De toon zakelijk en feitelijk. Het bestaan van erfpacht staat niet ter discussie. Neutrale informatievoorziening, duiding van keuzes en beslissingen, feiten en cijfers staan centraal. Ook zijn dienstverlening en klantvriendelijkheid belangrijke thema's.
- **Open en transparant** waar dat kan en vertrouwelijk waar dat moet, bijvoorbeeld voor goede besluitvorming, om onrust op de huizenmarkt of verwarrende berichtgeving in de media te voorkomen. Hier hoort natuurlijk een zo groot mogelijke betrokkenheid bij van stakeholders.

Er is een aantal communicatiesporen waarin bovenstaande wordt uitgewerkt:

1. positionering van de vernieuwing; degelijk en duidelijk, open en transparant.
2. formele communicatie: inspraak en openbaar maken opdracht
3. externe communicatie; betrokkenheid van stakeholders, omgaan met tegenstand
4. externe communicatie; informeren van erfpachters
5. interne communicatie; betrokkenheid binnen de gemeente

1 Positionering van de vernieuwing; degelijk en duidelijk, open en transparant

Voor het succes van de vernieuwing is het niet nodig erfpacht te verkopen. We gaan een zakelijk traject in, waarin we sec een bestuursopdracht uitvoeren. Vertrouwen is het sleutelwoord. Daar bouwen we aan door consistent te zijn in ons gedrag en communicatie. Door degelijkheid en duidelijkheid te omarmen en open en transparant te zijn zoeken we een neutraler frame op, dat van de saaie betrouwbare overheid die onpopulaire beslissingen moet maken in het algemeen belang (rentmeester). We zijn transparant over het proces, planning en tussenresultaten. Expliciet waar we afwijken van wat we eerder afspraken. Wellicht is het een goed idee om mensen van Bureau Erfpacht als boegbeeld in te zetten (ik beantwoord uw vragen)

De Amsterdammer moet de gemeente vertrouwen op het moment dat ze een aanbod krijgen over te stappen. Dat is voor de huizenmarkt ook belangrijk. Hierbij hoort dat we een open wervingstraject ingaan voor het samenstellen van de grondwaardecommissie, iedereen welkom is bij onze congressen en thematafels en we onze keuzes altijd kunnen onderbouwen.
Aandachtspunten:

- Het is belangrijk bewust te zijn van de relatie tussen staande organisatie en systeem, en de vernieuwing. Ze worden organisatorisch zoveel mogelijk los van elkaar getrokken voor de efficiency. Maar in de communicatie is de staande organisatie essentieel als kanaal en constante factor. De vernieuwing is tijdelijk.
- Afzender van alle communicatie is gemeente Amsterdam.
- We maken communicatief beleid ipv dat we beleid communiceren. We zoeken naar zoveel mogelijk simplisme/uitlegbaarheid. We laten bij voorkeur het hele plaatje zien en niet alle losse onderdelen en nuances. We sluiten aan op wat er al is, zowel in middelen, kanalen als behoefte.
- Intern vergt deze vernieuwing veel van collega's, systemen en organisatie. Interne communicatie vergt dan ook extra aandacht.

2 Formele communicatie: inspraak en openbaar maken opdracht

Als het stelsel helemaal is uitgewerkt volgt formele inspraak. Maar de nauwe betrokkenheid en consultatie van stakeholders is ook zeer belangrijk voor de kwaliteit van onze plannen, draagvlakvergroting en betrokkenheid. We zullen op verschillende manieren stakeholders om hun input vragen:

- In het Erfpachtcongres op 30 oktober kondigt wethouder vd Burg de vernieuwing aan en roept hij op tot geduld. Tips en opmerkingen kunnen de aanwezigen al meegeven op papier of via de mail.
- Vooralsnog lijkt een breed geregisseerd maatschappelijk debat niet nodig. Wanneer blijkt dat er grote maatschappelijke onrust ontstaat, kan dit nog veranderen.
- Er zijn veel gemeentelijke partijen betrokken. Na collegebesluit houden we een bijeenkomst om deze mensen bij te praten en te vragen ambassadeur te zijn.
- Thematafels: specifieke uitwerkingsvragen leggen we voor aan relevante partijen die daarin ook echt mee kunnen denken. In deze overleggen kunnen vragen naar boven komen waarvan het slim is een bredere groep te polsen. Dat doen we dan met polls of enquêtes op internet.
- Consultatieronde. Het is aan te raden voor we formeel de inspraak ingaan iedereen de kans te geven bijgepraat te worden en hun reactie achter te laten. Dit kan in inloopbijeenkomsten, bijvoorbeeld in alle stadsdelen één. Er moet wel flink tijd worden ingeruimd om de reacties te verwerken en terug te koppelen.
- De stadsdelen hebben nu een andere rol dan in het vorige traject. Zij kunnen ook inspreken als het om een stadsbreed onderwerp gaat. Bestuurlijk overleg in een vroeg stadium is dan ook aan te raden.
- Tussen het college en de commissie nodigen we raadsleden uit om ze bij te praten over de ontwikkelingen.
- Rond het collegebesluit is er een persbriefing met wethouder vd Burg en inhoudelijke mensen en sturen we een persbericht uit. Op internet komt een uitgebreide q&a.

Uitzoekvragen:

-welke besluiten zijn inspraakplichtig en/of referendabel?

-zijn de handtekeningen die [redacted] eerder verzamelde weer inzetbaar voor een eventuele nieuwe referendumaanvraag?

3 Externe communicatie; betrokkenheid van stakeholders

De intermediaire groep is onze belangrijkste externe doelgroep. Dat zijn de banken en hypotheekadviseurs, makelaars en notarissen, de fiscus, de woningcorporaties en de vertegenwoordigers van het Amsterdamse bedrijfsleven. Op strategisch, tactisch en operationeel niveau heeft OGA en in het bijzonder Bureau Erfpacht relaties met hen. De communicatieaanpak is gericht op het investeren in de relatie met deze stakeholders. We nemen ze stapsgewijs mee in het proces en geven ze waar mogelijk een rol.

Naast de meer formele consultatiemomenten is het zaak deze partijen mee te nemen in het proces en periodiek te informeren. Hun eigen middelen en media zijn erg belangrijk in het bereiken van hun achterban.

- Zie krachtenveldanalyse in …
- Onze vrienden zijn: … Vrienden moet je koesteren door openhartigheid. Zij zijn inzetbaar als kanalen naar hun achterban en kunnen in het gunstigste geval ambassadeurs worden.
- Onze vijanden zijn: … Naar verwachting kunnen zij hooguit tegenstanders worden (vijanden met minder emotie en meer vertrouwen). Hier past alleen een formele correcte lijn.
- De belangrijkste ambassadeurs voor de vernieuwing zijn de wethouders.
- Het zou goed zijn als we mensen koppelen aan stakeholders voor relatiebeheer. Zij kunnen bijhouden of deze stakeholder voldoende geïnformeerd is.

- In het vorige traject zijn stakeholders meermaals vertrouwelijk betrokken. Dat ging heel goed. Bij thematafels praten we dan ook in vertrouwen met uitgenodigde partijen.
- Pers zal vooral contact hebben met de wethouder(s) omdat dit een belangrijk politiek dossier is. Wij leveren input en zitten wellicht bij interviews om inhoudelijke duiding te geven. Eerste moment is vlak voor of na het collegebesluit. Daarin zullen journalisten worden bijgepraat.
- Andere belangrijke contactmomenten: taxateursoverleg, lessen die OGA-collega's geven bij opleidingen voor makelaars en notarissen.

4 Externe communicatie; informeren van erfpachters

Basis op orde. De meeste erfpachters zitten naar alle verwachting niet te wachten op informatie over het proces. Zij willen alleen weten hoe hun individuele situatie er uit ziet. We sluiten aan op hun informatiebehoefte en gaan niet ongevraagd zenden, tenzij dit nodig is voor duidelijkheid. Wel kijken we of een digitale nieuwsbrief voorziet in een behoefte. Verder:

- De website www.amsterdam.nl/erfpacht is de basis. Hier moeten mensen informatie kunnen terugvinden en een ingang naar iemand die vragen kan beantwoorden.
  We zouden kunnen overwegen een pershoek te creëren.
  Als duidelijk is welke scenario's er komen, moeten we die zoveel mogelijk visualiseren in infographics, filmpjes of andere middelen. We maken mogelijk gebruik van verschillende prototypen die in het proces steeds terugkomen, zoals bijvoorbeeld doorsnee huishoudens (zowel met een nog lang doorlopend contract als bijna aflopend), een ondernemer, een makelaar of ontwikkelaar.
  De loketten (14020, stadsdeelloketten en online loket) informeren we ook actief.
  Twitter monitoren we. Directe vragen worden uiteraard beantwoord. Een meer actieve houding volgt mogelijk later, als blijkt dat daar een belangrijk gesprek plaatsvindt.
  Een goede rekenmodule op internet. Een app gaat waarschijnlijk te ver, omdat het om een eenmalige beslissing gaat.

5 Interne communicatie; betrokkenheid binnen de gemeente

- Dienstverlening en klantvriendelijkheid zullen als een rode draad in de vernieuwing terug komen, en hierin maken de medewerkers van Bureau Erfpacht het verschil. We zorgen regelmatig voor bijpraatsessies, up-to-date kernboodschappen en q&a's.
- Bijpraten alle collega's die betrokken zijn of een rol zouden kunnen spelen (stadsdelen, EZ, OGA, WZS, DFM, DJZ, BDA, DB)
- De stukken staan in een afgeschermde map in Docwerker. OGA-collega's die het voor hun werk nodig hebben om geïnformeerd te worden, krijgen wel toegang tot de mappen.
- Intern is 5.1.2e boegbeeld en beschikbaar voor presentaties, vragen en opmerkingen.

Communicatiekalender

30 oktober congres
18 of 25 november pva in college
Aansluitend persbriefing en persbericht
Eind november eerste thematafel
Begin december bijpraten raadsleden
Half december bestuurlijk overleg met stadsdelen
Begin januari bijeenkomst gemeentelijk betrokkenen
10 december cie
Begin februari inloopbijeenkomsten
Q4 2015 Inspraak vernieuwing erfpachtstelsel

Andere mijlpalen/communicatiemomenten:
Vorming commissie grondwaardebepaling
Advies commissie grondwaardebepaling (indicatie voorjaar 2015)
Maar ook: zelf- en nieuwbouwmarkten

Kernboodschap voor de definitiefase
Deze boodschap is vooruitlopend op een communicatiestrategie bedoeld om vragen te beantwoorden over de stand van zaken van de vernieuwing.

Het college heeft besloten een systeem in te voeren van eeuwigdurende erfpacht, waarin de hoogte van de gebruiksvergoeding nog slechts éénmalig wordt vastgesteld. Deze vergoeding groeit alleen nog mee met de inflatie. Hierdoor weet de erfpachter hoe hoog de gebruiksvergoeding is en heeft hij de zekerheid dat die (bij onveranderd gebruik) niet meer door de gemeente wordt aangepast. Dit geeft duidelijkheid voor erfpachters, kopers, verkopers en hypotheekverstrekkers.

Erfpacht is een recht om de grond van een ander te gebruiken. Voor dat gebruik betaalt u een vergoeding. Dit recht om de grond te gebruiken wordt elke 50 jaar opnieuw vastgesteld met een nieuwe grondwaardebepaling. Dat leidt soms tot nare verrassingen omdat de grondwaarde is gestegen tijdens de duur van het contract.

Het college is er op gericht om dit nieuwe erfpachtstelsel in deze collegeperiode in te voeren. Wanneer dat precies zal zijn is nog niet duidelijk. De invoering van het nieuwe stelsel moet zorgvuldig gebeuren en is tegelijkertijd complex omdat het om aanpassingen in beleid, systemen en organisatie vraagt. Zorgvuldigheid staat voorop.

Als u nu een huis koopt of verkoopt of er net een nieuwe gebruiksvergoeding wordt vastgesteld gebeurt dit onder de huidige erfpachtregels. Onderdeel van het nieuwe stelsel is een overgangsregeling voor de erfpachters in het huidige erfpachtstelsel naar het nieuwe stelsel. U kunt dan kiezen wat in uw situatie het beste aansluit; uw huidige contract af laten lopen of overstappen.'