Voorstel communicatie na invoering eeuwigdurende erfpacht voor nieuwbouw
Notitie voor het kernteam, concept

25 april 2016

Vanaf 1 juli heeft Amsterdam eeuwigdurende erfpacht voor nieuwbouw.
Wat betekent dit voor communicatie? Deze notitie bestaat uit twee onderdelen:

1. Een overzicht van te informeren doelgroepen en een globaal zicht op de wijze waarop we dit willen doen. Zie bijlage.
   Verzoek aan kernteam: meekijken en aanvullingen/suggesties geven.
2. Een voorstel voor een informatiemarkt om zowel professionals (makelaars/ notarissen/ financieel adviseurs) als geïnteresseerden en belanghebbenden te informeren. Zie hieronder. Verzoek aan kernteam: instemmen met dit voorstel.

Eeuwigdurende erfpacht voor nieuwbouw: wat verandert er? Informatiemarkt
De informatiemarkt beoogt drie doelgroepen:

a. Aanstaande en huidige erfpachters.
   Mensen die in een 'bijna erfpachter' zijn, willen waarschijnlijk precies weten waar ze wanneer aan toe zijn. Voor bestaande erfpachters verandert er na 1 juli niets. Echter; ook dit vraagt om een goede en actieve duiding en kan toch vragen of wens tot gesprek opleveren.
b. Professionals als financieel adviseurs, makelaars en notarissen. Waarom verdienen zij extra aandacht?
   - Zij krijgen vragen van klanten (nieuwe en bestaande erfpachters) en moeten hen kunnen informeren en adviseren;
   - Zij moeten weten, hoe de verandering hun werk wel en niet raakt en op welke manier;
   - We willen professionals actief betrekken bij het nieuwe 'product', het hoe en waarom, zodat zij dit zoveel mogelijk meenemen in hun gesprekken met (aanstaande) erfpachters;
   - We willen dit moment aangrijpen om de noodzakelijke kennis onder professionals te vergroten;
   - We willen zoveel mogelijk (kans op) een gesprek met de mensen die hiermee moeten gaan werken, zodat we goed inspelen op de vragen die zij vanuit hun dagelijkse praktijk hebben.

Aanvankelijke idee was om hiervoor aan te haken bij bestaande bijeenkomsten van koepelorganisaties (als MVA, KNB, SEH, VEH etc). Dat is arbeidsintensief en niet volledig; niet elke professional is bij een koepel aangesloten.

c. Daarnaast worden uiteraard ook collega's van harte uitgenodigd.

Wat?
Om die reden willen we een informatiemarkt eeuwigdurende erfpacht voor nieuwbouw.
Die zou volgend voorjaar een vervolg moeten krijgen als de overstap mogelijk is geworden.
De informatiemarkt zou plaats kunnen vinden in week 28; 11 t/m 15 juli. Dit is de laatste week voor de zomervakantie. Dat geeft, na het raadsbesluit op 22 juni, 2,5 week tijd om reserveringen van ruimte, advertenties etc. definitief te maken.

Hoe?
De opzet is analoog aan de informatiemarkt bij de inspraak.
Mensen worden opgevangen door hosts.

In de 'filmzaal' van de foyer houden we elk half uur een presentatie waarin het algemene verhaal wordt verteld. Hier is gelegenheid tot het stellen van vragen.
De panelen worden aangepast. Ook hier staan mensen bij ('inhoud') die vragen kunnen beantwoorden.
Aan tafels kunnen mensen aanhaken op specifieke deelonderwerpen.

Inhoud
Wat moeten (aanstaande) erfpachters weten? Op onderstaande punten wordt input verzameld die de basis is voor alle teksten die we willen communiceren rondom de invoering. Deze input is ook basis voor het verhaal dat we tijdens de informatiemarkt kunnen/ moeten houden.

1. Algemeen, kernboodschap
2. Waarom eeuwigdurende erfpacht
3. Proces (KORT)
4. Wat is het verschil
   a. Schematisch
   b. rekenvoorbeelden
5. Wat is het waardeverschil
6. Het vervolg: inspraak overstapregeling, uitgangspunten hiervan etc.

Wat moeten professionals weten? Uit een eerste inventarisatie komt het volgende naar voren:

1. Algemeen, kernboodschap
2. Waarom eeuwigdurende erfpacht
3. Proces (KORT)
4. Wat is het verschil
   a. Schematisch
   b. rekenvoorbeelden
5. Wat is het waardeverschil
6. Wat betekent dit voor lopende onderhandelingen?
7. GPB: wat gaat anders en waarom gaat het nu anders?
8. Aanvulling voor notarissen:
   a. uitgiftebeleid moet naar notarissen. Hoe?
   b. model akte voor uitgifte. Hoe?
9. Aanvulling voor financieel adviseurs:
   a. Hypotheekverstrekkers: zij mogen meer gaan vergelijken met eigendom
   b. Hypotheekbemiddelaars: zij mogen canon meer gaan zien als vermogensvorming. Hiertoe moet het basismodel (de CD-rom) opnieuw worden aangepast.
   c. Hoe zit het met de fiscaliteit?
10. Het vervolg: de overstapregeling, uitgangspunten etc.

Bekendmaking van de bijeenkomst
We plaatsen advertenties in enkele publieksmedia (kranten die in Amsterdam verschijnen.
We vragen koepelorganisaties om tijden te communiceren en aanmeldingen bij te houden zodat we een idee hebben van de belangstelling.
Bijvoorbeeld: MVA: 12 juli tussen 16.00 en 20.00, KNB: 13 juli tussen 16.00 en 20.00 etc.
We informeren professionals zowel gericht via koepels en breed via vakmedia (een uitgebreide lijst van de laatste is voorhanden.) In dat laatste geval communiceren we alle mogelijke data en vragen we mensen via de mail te laten weten, in welk tijdvak ze komen.
Verder gebruiken we alle gemeentelijke digitale en papieren kanalen.
Ook collega's bieden w e mogelijkheid om te komen via intranet, Weekbericht, posters etc.