Geachte wethouder van der Burg,

Op uw verzoek ligt vooruitlopend op het communicatieplan een nadere inschatting van de benodigde communicatiecapaciteit en -middelen voor de vernieuwing van het erfpachtstelsel vanuit het perspectief stevig in te zetten op communicatie. In deze presentatie is als achtergrond de communicatiestrategie opgenomen, in het A3 overzicht de financiële vertaling.

De definitieve invulling van de middelen zal gedurende het proces worden afgestemd op de situatie. Op deze manier kan steeds worden ingespeeld op de publieke opinie, hoe stakeholders zich opstellen, maar ook op inhoudelijke keuzes die nog worden gemaakt en de communicatie nog zullen beïnvloeden (zoals overstapregeling en advies grondwaardecommissie).

De voor u liggende inschatting is gebaseerd op voorbeeldcampagnes, eerdere ervaringen met complexe communicatietrajecten en afstemming met Bestuursvoorlichting, Campagnebureau en ABC.

Als de presentatie of tabel vragen oproept dan horen we die graag.

Vriendelijke groet,

(10)(2e) (ABC), (10)(2e) (10)(2e), (10)(2e) (10)(2e) en (10)(2e) (10)(2e) (VES)

# Van Startdocument naar communicatieplan en budgetprognose

- Afspraken in BT 11 november:
  - 16 december uitgewerkt communicatieplan
- Verzoek van de wethouder aan ABC op 12 november
  - Advies over benodigde capaciteitsinzet en middelen
  - In overleg met woordvoering en team VES
  - Doel om in college van 18/11 te kunnen komen adequaat en daarmee vergroot communicatiebudget
- Wat ligt er voor u
  - Inzicht op basis van gebundelde expertise (ABC, VES, woordvoering)
  - Nog geen communicatieplan, wel nader uitgewerkt beeld
  - Indicatieve raming

# Communicatiedoelen

- Zorgen voor de juiste informatie op het juiste moment
  - Individueel
  - Juridisch en technisch juist
- Bouwen aan goede beeldvorming en vertrouwen
  - Van negatieve connotatie naar positieve connotatie
  - Het zien van de mogelijkheden
- Weten wat er leeft en wat erfpachters en Amsterdammers beweegt
  - Wat verwachten erfpachters en hoe spelen we daar op in
  - Wat is de beeldvorming van Amsterdammers

# Communicatieaanpak

- De juiste informatie tijdig bij de erfpachters
  - Actieve, reactieve, passieve en intermediaire communicatie afhankelijk van fase en behoefte doelgroep
- In gesprek met de omgeving
  - Bestuurlijke lijn (betrekken raadsleden, Bestuurscommissies)
  - Overtuigen van de voordelen van het stelsel
  - Luisteren en reageren
- Betrokkenheid binnen de gemeente
  - Informeren en betrekken ambtenaren

# Communicatiemijlpalen

- 21 november 2014 **Openbaarmaking Startdocument**: interview en low profile
  collectief, nadruk op pers, social media, stakeholdermanagement, basisinformatie op orde (website, factsheets, q+a, toolkit voor stakeholders)
- Jan-feb 2015 **Samenstelling grondwaardecommissie**: interview en high profile
  collectief, nadruk op pers, social media, interviews
- april2015 **Advies grondwaardecommissie**: campagne 1: duiding
  collectief en individueel, opbouwen van een zo groot mogelijk bereik en informatieniveau, wat betekent het voor u (individuele brieven)
- Oktober 2015 concept stelsel gereed, **start inspraak**: campagne 2: dit is het
  collectief en individueel, campagne laait weer op om te informeren, plus nadruk op stakeholders en individu
- Feb-mrt 2016 **Definitief besluit**: campagne 3: wat betekent het voor u
  individueel (brieven met mogelijkheden) en collectief met nadruk op pers, social media en relatiemanagement (wat is er met inspraakreacties gedaan?)
- Zomer 2016 **Eerste uitgifte** in het nieuwe stelsel: interview en high profile
  feestelijk moment, plus nadruk op individuele communicatie (steeds meer gericht op afspraken gemeente en erfpachter)

# 21 november interview en low profile

**Naast het interview met de Telegraaf wordt een aantal zaken in gang gezet om de basisinformatie op orde te hebben en de organisatie klaar te hebben staan voor met name reactieve communicatie:**

- Einde middag: Dagmail met Startdocument en uitnodiging raadsleden
- Versturen persbericht aan brede perslijst (door stadhuis)
- Live zetten internet en intranet, inclusief mogelijkheid om onder een artikel te reageren
- Mail Pierre van Rossum aan heel OGA
- Mailing aan belangrijkste stakeholders met stukken
- Mediawatch en webcare

24 november:

- Briefing Bureau Erfpacht door (10)(2e) (10)(2e) met oproep tot extra alertheid
- Digitale nieuwsbrief naar alle stakeholders

25 november:

- Bijeenkomst ambtenaren die met erfpacht te maken heben (OGA, Wonen, PMB)

December: consultatie van stakeholders (notarissen, banken, makelaars, Vereniging Eigen Huis, SEBA)

# Capaciteit, het basisteam

**Communicatie team Vernieuwing: 4,1 fte (2,5 fte in januari 4,1 fte vanaf maart)**

- Senior communicatieadviseur (coördinator 0,9fte + senior 0,5 fte)
- Medior communicatieadviseur (0,9 fte)
- Communicatiemedewerker (1,8 fte)

**Communicatie-inzet lijnorganisatie**

- Communicatieadviseur Bureau Erfpacht (0,6 fte, vanaf 2015 1 fte)
- Inhoudelijke ondersteuning in de communicatie: webcareteam OGA, Bureau Erfpacht en inhoudelijke experts
- Callcentre 14020 (eerste én tweede lijn)
- Bestuursvoorlichting

# Extra capaciteit, voor calamiteiten

- Afspraak met ABC over directe inzet calamiteitenteam communicatie
  - 3 tot 5 fte per direct beschikbaar
  - gedurende 2 tot maximaal 4 weken
  - Werkvelden mediawatch, social media, campagnes, stakeholdermanagement, interne communicatie, tekstschrijver, organisatie en uitvoering
- Callcenter 14020 (eerste én tweede lijn)
- Bestuursvoorlichting (collegiale achtervang)
- Bureau Erfpacht en inhoudelijke experts (collegiale achtervang)

# Budget (indicatief)

- Basisteam 4,1 fte ( euro)
- Calamiteiten team 5 fte, 6 wkn (x euro)
- Materieel:
  2015:
  2016: