Communicatiestrategieën waarvoor we kunnen kiezen bij het collegebesluit over de Overstapregeling (2 mei).
Concept bespreken op
Bespreken in BT van 11 april.
Gereed op 5 april
. Het lijkt me belangrijk om een week eerder een overleg te organiseren (zoals dat van vanmiddag) om het concept te bespreken.

Op basis van de richting die het BT op 20 maart geeft.

Inleiding
Wat staat er te gebeuren?

Waar staan we nu?
Inspraak geweest, luide roep om te duur.
Iedereen weet ervan
Communicatie was goed – middelen, bijeenkomsten, diverse kanalen
Framing in media lastig, nadruk op afkopen.

Iets over O&S onderzoek
Nul-meting in december 2014
582 Amsterdammers, 37% erfpachter
87% weet wat erfpacht is
46% weet dat het stelksel wordt vernieuwd
47% vindt de vernieuwing een goed idee. Erfpachters vinden dit voor 53%.
ETC

Najaar 2016 – nieuw onderzoek. Uitkomsten?
Herhalen?

BT moet besluiten over strategie.

Mbt de Inspraak

Communicatie rond de inspraak
Veel stakeholders hebben gereageerd

Doelstelling was:
Doelgroepen: erfpachters, amsterdammers, professionele partijen, belangengroepen, ambtenaren.

Wat was ook alweer de strategie voor communicatie?

- De juiste informatie op het juiste moment bij de juiste doelgroep
- In gesprek met de omgeving
- Betrokkenheid binnen de gemeente

Wat kwam eruit naar voren
Waarop wil het BT antwoord geven

Het nieuwe voorstel
Welke inspraakreacties krijgen een zichtbare plek in het nieuwe voorstel?
Welke niet?

Emotie – Inhoud
Veel nadruk op de inhoud tijdens de inspraak.
Vd Burg geschrokken van emoties
Inhoud kan kloppen, maar je moet dealen met emotie. En zonder draagvlak geen besluit.
Het is niet te winnen op inhoud alleen.

De erfpachter/belanghebbende
Wie krijgt het meeste zijn zin? Wie voelt zich wel/niet gehoord?
Belangrijkste partijen, en op inhoud
Doelgroepenoverzicht, stand van zaken, wat willen ze, wat krijgen ze.

Raadsleden moeten mening hebben. Obv inhoud en publieke opinie.

Scenario's
Nav 20 maart kennen we richting / gekozen bouwstenen.
Binnen een gekozen frame communiceren.
Er is een aantal scenario's te bedenken waardoor de gekozen communicatiestrategie moet worden bijgesteld:

Geen collegebesluit
Bespreken in de raad schuift op / wordt over de zomer heen getild
Wijziging inhoud (wat dan evt?)
Referendumverzoek

Frame
Welk frame kiezen we?

- Economisch, moreel, gezag, verantwoordelijkheid.
  Wat willen we? Wat is ons doel?
  Informeren? Overtuigen? Overhalen? .

Wat vertellen we?
Ook: als geen besluit: lege handen. Dus akkoord met "slecht" besluit of geen besluit.

Aandacht voor beleid grondwaardebepaling en aanvullend beleid.
En voor: niet ter inspraak maar wel meegenomen.

TAAL! Eenduidige woordkeuze

Hoe vertellen we dat?

(Afgezet tegen: wat lag er ook alweer voor – in geringe mate, gaat nu om het definitieve voorstel).

Flexibel plan

Kernboodschappen
(1 of 2, hetzelfde voor elke doelgroep)
Bestuur mag zelf meer vertellen. (deelboodschappen)

Op de eerste plaats: de insprekers.

Bijeenkomsten?
Klantenpanel, (10)(2e) .

Ambassadeurs?
(10)(2e) wil wel

Handelingsperspectief

Scenario's
In inhoud en tijdsverloop

Voordelen
Nadelen
Kostenindicatie

Toetsen??

Gevraagd besluit:
Aan te geven welke communicatiestrategie uit te werken zodat die op 2 mei gereed is
Uitwerken:

- Boodschappen
- Website op orde – weer apart deel??
- Webcare: veel meer aandacht voor
- Mbt inspraak: wat ging goed/wat kan beter
- Middelen (ook filmpjes)
  Op basis vd strategie: basisinfo, tweedelijns, dialoog..
  Campagne, Wikipedia, website, social, voorbeelden uitwerken!!, FAQ's, Def BSQ kaart, ambassadeurs?, brief,

- Uitrol kennisoverdracht (in gesprek) (VVE's)
- Ism makelaars/adviseurs/notarissen?