Communicatie over overstap in andere gemeenten

UTRECHT

Situatie
Sinds 1989 kent de gemeente Utrecht eeuwigdurend erfpacht, waarbij afkoop de enige betaal mogelijkheid is. Dat is in 2016 omgezet naar mogelijkheid voor vol eigendom
30.000 woningen staan op erfpacht, er zijn 4.000 commerciële rechten en 56.000 woningcorporatie rechten.(311.367 inwoners)

Communicatie

- Er is en wordt niet intensief gecommuniceerd.

Erfpachters krijgen niet individueel een schriftelijke aanbieding. Er volgt alleen een bekendmaking in een huis-aan-huis en op de site. Er zijn geen targets en men wil ook niets 'verkopen'. Aanbiedingen worden gedaan op aanvraag.

- Het onderwerp leeft niet in Utrecht. Een enkele keer komt er een vraag van een notaris, maar er is geen hausse. Ontwikkelaars reageren enthousiast.

Dat de overstap naar eeuwigdurend en afgekocht in 1989 is gemaakt, speelt daarbij waarschijnlijk een rol. In de perceptie van veel mensen is de grond immers al (bijna) hun eigendom en zo wordt dat door makelaars in de markt ook gecommuniceerd.

- Utrecht kende geen grote canonsprongen; binnen een tijdvak van 50 jaar wordt het elke tien jaar herzien. Niet veel 'bezwaren' daardoor. Einde tijdvakken hebben zich nog niet voorgedaan, omdat erfpacht pas halverwege de jaren zeventig is ingevoerd.

- Een vereniging van erfpachters is niet bekend.

Contactpersoon
(10)(2e) communicatieadviseur
(10)(2e) @utrecht.nl

DEN HAAG

Situatie
(10)(2e) was in 1987 vanuit de inhoud betrokken bij de wijziging van het erfpachtstelsel. De communicatieadviseur van toentertijd is niet meer in beeld. (10)(2e) twijfelt zelfs, of er wel echt één communicatieadviseur was; waarschijnlijk werden er losse communicatieproducten afgenomen van afdeling communicatie.
In 2008 is er nog een aanpassing geweest op het stelsel. (10)(2e) was toen wethouder.
In Den Haag zijn zo'n 23.000 erfpachters (op 495.000 inwoners).
Het nieuwe stelsel is per wijk ingevoerd. De eerste wijk was een test, en dat is ook zo gecommuniceerd. De taxaties zijn uitbesteed aan een pool van makelaars. Niet door eigen mensen laten doen om schijn van belangenverstrengeling te voorkomen.

Communicatie

- In 2008 was er geen reuring.

Later wel: contracten (CHETs) lopen per buurt/blok af. Dat is nu nog aan de gang en levert nu en dan weer een stormpje op in de media, omdat de verhoging van het canon wordt gekoppeld aan het feit dat er een nieuw systeem is.

- Bij de wijziging in 2008 is ook niet veel gecommuniceerd.

De nieuwe AB's zijn door de raad vastgesteld.

- Ook toen is men de buurten in gegaan. De opkomst was hoog; 200 mensen per keer, en dat drie avonden lang, maar het ging meestal niet over de nieuwe AB's; daar hadden mensen niet zoveel belangstelling voor en er waren geen concrete nieuwe aanbiedingen.

- In de jaren 80 is nog wel een enquête gehouden door een Maurice de Hondt-achtig' bureau. Daaruit bleek dat 45% van de mensen belangstelling had om over te stappen. In de praktijk deed nagenoeg niemand dit. Maar het kostte dan ook 600 euro om dit überhaupt aan te vragen (leges, taxatiekosten etc.)
  Uiteindelijk heeft de gemeente daarom alles zelf laten taxeren en aan de hand daarvan aanbiedingen gedaan aan erfpachters. Toen is 15% overgestapt.

Contactpersoon

(10)(2e) (10)(2e) beleidsmedewerker, (10)(2e) @denhaag.nl

ROTTERDAM

Situatie

Er zijn grote verschillen met de Amsterdamse situatie:
- erfpacht in Rotterdam is *afgeschaft*. Grond kwam in eigendom van erfpachters.
- Rotterdam kende veel minder erfpachters dan Amsterdam. (R'dam heeft 610.386 inwoners. Omvang erfpacht was ca. 1/5 t.o.v. Amsterdam)
- er was niet op voorhand al weerstand, zeker geen georganiseerde weerstand.
- in 2003 was de wereld minder snel, minder digitaal

Communicatie

- Brief

Bij de start van het proces is een brief met procesinformatie naar alle erfpachters verzonden. Dus over de aanpak. De brief had de volgende elementen (helaas is de brief alsnog niet meer te vinden...):

- De invoering in tranches, met een pilotgebied
- Vermelding van de respectieve data in het proces
- Consequenties voor mensen die nú aan het verkopen waren en daarbij in een andere 'tranche' terecht kwamen
- Aankondiging van informatieavonden per gebied (die waren al op het niveau van: een concreet aanbod)
- Een concrete uitnodiging voor de avond was bijgevoegd.

Op de envelop was het onderwerp van de brief vermeld!

- Informatieavonden

Per gebied, met een algemeen deel en een 'spreekuur' waarin mensen individueel in gesprek konden over hun aanbieding voor overstap.

- Campagne

Rotterdam heeft niet gewerkt met posters. Uit onderzoek dat zij hebben gedaan/laten doen, komt naar voren dat posters nauwelijks effect hebben, niet aankomen of onthouden worden. Mensen zijn daarbij vooral geïnteresseerd in wat het voor hen persoonlijk betekent.

- Aandachtspunten

Wees transparant. Rotterdam plaatste zo snel als dat mogelijk was rekenmodellen op de site voor de diverse situaties. Met voorbeelden erbij waar mensen zich in konden herkennen.
Rotterdam werkte veel met factsheets en kernboodschappen, die veel werden herhaald.
Haak professionals/ intermediairs goed aan. Zoals wij dat nu doen in expertsessies klinkt goed. Geef hen ook tools om hun klanten weer te informeren.
Neem raad en raadscommissie goed mee; in Rotterdam werd duidelijk dat de materie voor hen ook te complex was en dat ze er niet mee uit de voeten konden.
Betrek collega's in stadsdelen/ gebieden etc. Omdat zij vragen gaan krijgen, en ook met oog op de informatieavonden.
Neem pers goed mee, ensceneer bijvoorbeeld een gesprek met wethouder en stakeholders.
Rotterdam heeft zelf ook vooral gewerkt met informatie op papier. (Digitaal speelde minder in 2002/ 2003)

- Inspraak

Rotterdam had geen inspraakproces. Het ging bij hen via de raad en daarna was het definitief. Na de brieven volgden gesprekken met een concreet aanbod. Er is verder geen inspraak geweest.
(10)(2e) twijfelt of de informatie te complex is voor mensen om direct op in te spreken. Maar dat hangt er wellicht ook vanaf, wat je precies in inspraak wilt brengen.

- Reacties

Het proces leverde wel vragen op, maar geen negatieve reacties. De hertaxaties leidden tot zeer veel bezwaren, waardoor het proces ook vertraagde. Maar ook dit leidde niet tot negatieve berichtgeving in media e.d. Daarbij merkt (10)(2e) op, dat de wereld in 2003 wel iets langzamer was dan nu; twitter, blogs en fora hadden nog niet zo hun intrede gedaan.
Overigens is (10)(2e) niet bij de informatieavonden geweest.

Contactpersoon

(10)(2e) communicatieadviseur gemeente Rotterdam
(10)(2e)@rotterdam.nl