

Opzet publiekscampagne Eindhoven Omgevingswet

Inleiding

Kenmerkend voor de Omgevingswet is enerzijds dat het een onderwerp betreft dat ons allemaal aangaat, onze leefomgeving. Anderzijds treffen de gevolgen van de wet ons zelden of misschien wel helemaal nooit, bijvoorbeeld bij een grote verbouwing waarvoor een vergunning nodig is, nieuwbouw direct in je omgeving of een wijziging van het bestemmingsplan in je omgeving. Daarnaast is het een veelomvattende wet met veel details, die niet voor iedereen relevant zijn.

In de communicatie wordt daarom vooral ingezet op een heldere dienstverlening. Zodra inwoners te maken krijgen met iets dat de Omgevingswet raakt, weten ze waar ze moeten zijn en volgen ze een logische klantreis. Hiervoor richten we goed werkende processen in, die ondersteund worden door heldere en correcte communicatiemiddelen, zoals de website en het KCC.

Aansluitend daarop is onder regie van BZK een publiekscampagne geïnitieerd, waar ook Eindhoven aan heeft bijgedragen. De campagne van BZK bestaat uit 3 delen:

1. Landelijke campagne gericht op het publiek, wordt georganiseerd door BZK
2. Landelijke campagne gericht op het bedrijfsleven, georganiseerd door BZK in samenwerking met de koepels.
3. Lokale campagne: bevoegd gezagen kunnen gebruik maken van door het Rijk opgestelde toolkit en organiseren zelf de campagne. Deze sluit aan op de campagne van het Rijk.

Deze notitie beschrijft de landelijke campagne en de wijze waarop Eindhoven hierop aansluit.

Doel van de campagne

De campagne is gericht op 'awareness': de ontvanger moet er kennis van kunnen nemen dat de omgevingswet in werking is. Hij is zich ervan bewust dat als hij -nu of in de toekomst- iets met de leefomgeving van doen heeft, weet hoe de toegang tot de dienstverlening geregeld is.

Strategie: online

De invoering van de Omgevingswet wordt vanuit het Rijk ondersteund met een online-campagne. Vanwege het brede spectrum van onderwerpen, en omdat de wet eigenlijk alleen van toepassing is als je initiatiefnemer bent (of als je geraakt wordt door initiatieven van anderen) is het noodzakelijk om de ontvanger gericht te kunnen benaderen. Daar is online bij uitstek geschikt voor. Daarnaast biedt online de mogelijkheid om via één klik achtergrond informatie te presenteren, en naar het juiste plek voor dienstverlening te verwijzen.

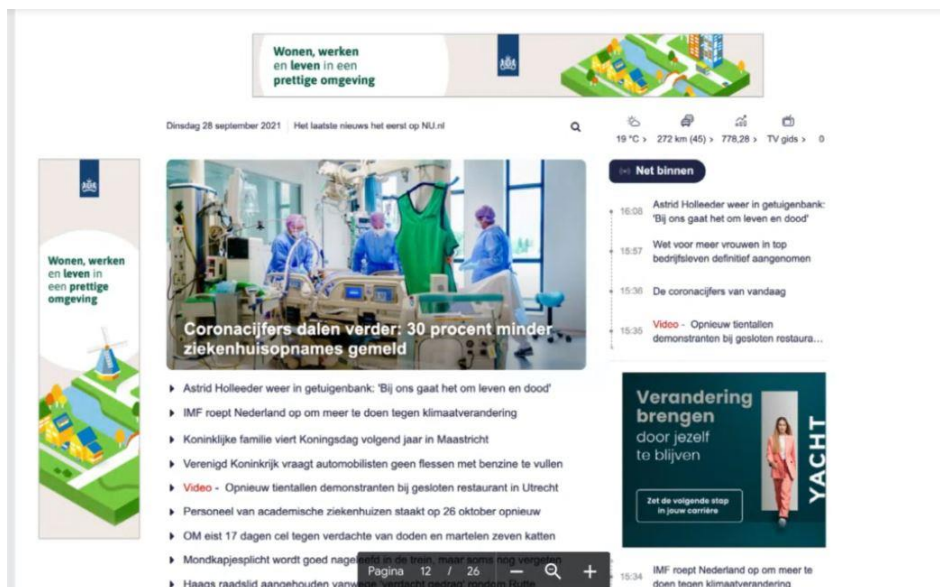
Vormgeving

Vormgeving landelijke campagne (publiek en zakelijk):

- Banner met een boodschap in (meestal twee delen) gekoppeld aan relevante thema's van de Omgevingswet
- Actie: klikmogelijkheid naar landingspagina met meer informatie
- De landingspagina bevat extra informatie, een animatie of infographic en een doorverwijzing naar de betreffende overheden (in tekst)

Vormgeving lokale campagne:

- Banner met een boodschap in (meestal twee delen) gekoppeld aan relevante thema's van de Omgevingswet
- Actie: klikmogelijkheid naar landingspagina met meer informatie op de gemeentelijke website
- De landingspagina bevat extra informatie, eventueel een animatie of infographic en een doorverwijzing naar de betreffende plek op de website waar de dienstverlening start. Deze plek verschilt per moment in de campagne: voor of na de startdatum van Omgevingswet.



Voorbeeld van een online banner advertentie, deze advertentie is een concept

Afzender en vormgeving

De afzender van de landelijke campagne is BZK, herkenbaar aan hun logo. Afzender van de lokale campagne is gemeente Eindhoven. Zowel landelijk en gemeente gebruikt de huisstijl die past bij de Omgevingswet. We zorgen er wel voor dat we voor Eindhoven herkenbare foto's gebruiken.

Boodschap

De boodschap wordt geformuleerd aan de hand van concrete thema's van de Omgevingswet die dicht bij de ontvanger staan. Zowel in de landelijke als lokale campagne worden deze thema's gebruikt.

Thema's inwoners:

- Omgevingswet algemeen
- Participatie
- Vergunningen en verbouwen
- Omgevingsloket

Thema's ondernemers:

- Bouwplannen / participatie
- Bouwplannen/ omgevingsvisie
- IPLO (voor meer informatie)
- Omgevingsloket

Voorbeelden: Thema uitgewerkt in een boodschap* :

Doelgroep: inwoners

Thema: participatie

Middel: animatie van twee banners op Nu.nl:

“Is er een nieuw bouwplan in je omgeving?” “Je mag meepraten!”

Er is een doorklikmogelijkheid naar de landingspagina met info over de Omgevingswet en participatie. Vervolgens is er een doorklikmogelijkheid naar het omgevingsloket.

Doelgroep: ontwikkelaars

Thema: omgevingsloket

Middel: animatie van twee banners op Bouwwereld.nl:

“Bedrijfspanid nodig? In het omgevingsloket vind je wat er kan en mag.”

Er is een doorklikmogelijkheid met info over de Omgevingswet en het omgevingsloket. Vervolgens is er een doorklikmogelijkheid naar het omgevingsloket.

*dit zijn concepten, het Rijk laat deze boodschappen testen bij communicatiespecialisten en de doelgroep

Timing

De landelijke campagne start 3 maanden voor de invoeringsdatum en loopt door tot 1 maand na de invoeringsdatum. De lokale campagne sluit hier op aan. Uitgaande van een startdatum op 1 januari 2023, betekent dat dus: 1 oktober 2022 t/m 1 februari. NB: de landelijke campagne start alleen als alle (politieke) besluitvorming volledig is.

Lokale campagne Eindhoven

We volgen de strategie van het Rijk, bij deze onderwerpen:

- Het doel, de thema's en in grote lijnen de boodschappen
- De tweedeling in doelgroep: inwoners en (lokale) ontwikkelaars
- De vormgeving, aangepast aan Eindhoven in beelden en logogebruik
- De timing van de campagne
- Focus op online bannercampagne, met gemeentelijke website als landingsplek

We vullen aan:

- Persoonlijke informatie aan ontwikkelaars bijvoorbeeld over het handboek omgevingsplan.
- Inzet van eigen media (online en offline) gericht op inwoners, zodat we zichtbaar zijn op plekken waar inwoners en ondernemers de informatie van ons verwachten.

Budget

De benodigde kosten voor de publiekscampagne worden gedekt vanuit het programma Omgevingswet.