

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Communicatieplan omgevingscommunicatie

zwolle

Levendigheid in het Broerenkwartier

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Op de plek waar tot 1965 de Michaëlskerk stond, staat nu het voormalige warenhuis van Hudson's Bay. Sinds 1 januari 2020 staat het gebouw leeg. In het najaar van 2020 heeft Junco het gebouw aangekocht met als doel een herontwikkeling te realiseren die bijdraagt aan het 'upgraden' van Het Broerenkwartier en de binnenstad. Over enkele jaren zal Het Handelshuys, zoals het voor nu genoemd is, een levendige verrijking zijn voor Zwolle.

**Ja, we gaan
onze binnenstad
repareren!**

De stad is van
ons allemaal.
Het Handelshuys
is in ontwikkeling.
Jouw stukje Zwolle.

Hoe, dat maakt
Junco duidelijk in dit
communicatieplan.

Uitgangspunten communicatieplan

Wat is omgevingscommunicatie?

- Informeren
- Luisteren en inleven
- Binnen kaders de omgeving betrekken, laten meedenken en inbreng geven

Dit communicatieplan maakt duidelijk

- Met wie we gaan communiceren en hoe
- Wanneer en hoe we doelgroepen in de projectomgeving betrekken
- Hoe we omgaan met eventuele zorgen en onzekerheden bij doelgroepen in de projectomgeving
- Hoe Junco gedurende het project zichtbaar, transparant, aanspreekbaar en gastvrij is
- Hoe we aansluiten bij een bredere context, namelijk verbetering van het Broerenkwartier en de binnenstad als geheel
- Hoe we de verantwoordelijkheid pakken voor communicatie, en in nauwe samenwerking met Gemeente Zwolle opzetten en uitvoeren

Tijdslijn

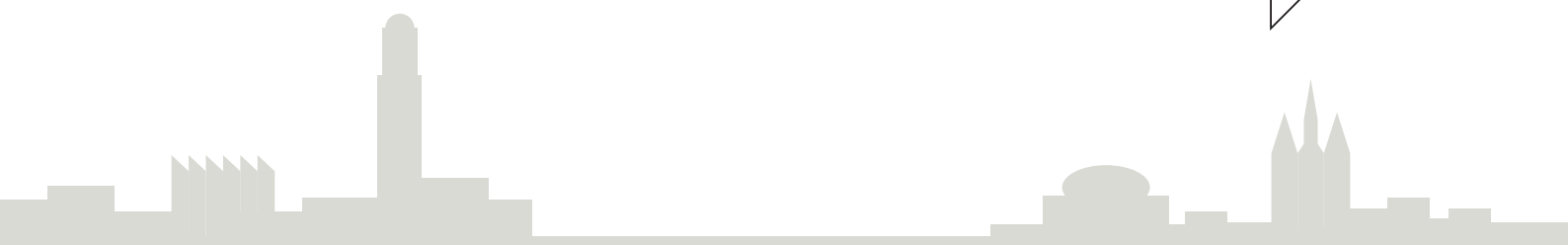
In deze ontwikkeling onderscheiden we globaal de volgende fasen.

In al deze fasen heeft communicatie een sleutelrol. De fasen zijn:

- 1 Stedenbouwkundig plan
- 2 (Definitief) Ontwerp
- 3 Herziening bestemmingsplan/omgevingsvergunning
- 4 Start verkoop/verhuur
- 5 Sloop bestaand en bouw nieuw tot en met oplevering

Dit communicatieplan is van toepassing op fasen 1 t/m 3 en gaat specifiek over omgevingscommunicatie, niet over branding en marketingcommunicatie.

Op dit moment is het project in fasen 1. We streven ernaar fase 1 t/m 3 eind 2021 te hebben waargemaakt, maar zijn daarin uiteraard afhankelijk van externe omstandigheden.



Het Handelshuys
in ontwikkeling

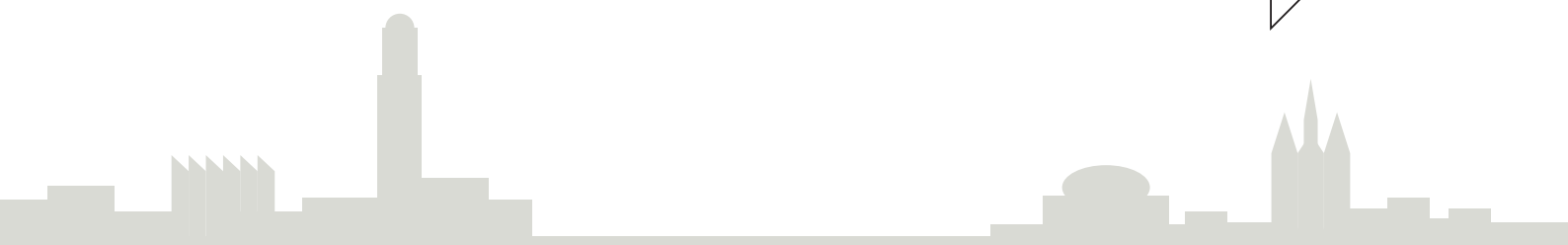
Aantoonbaar effect

Het effect van communicatie willen we voor zover mogelijk meetbaar en aantoonbaar maken. Effectieve communicatie helpt bij het creëren van draagvlak en vertrouwen, het wegnemen van onzekerheid of onrust, het zorgen voor begrip voor mogelijke overlast in het vervolgproject, maar vooral ook bij het verrijken van het ontwerp. Uiteraard binnen de mogelijkheden en kaders.

Communicatiedoelen

Wat we met effectieve omgevingscommunicatie willen bereiken is:

- De omgeving heeft er vertrouwen in dat zij -passend bij de mate van betrokkenheid- zorgvuldig, correct en tijdig geïnformeerd is over de ontwikkeling van Het Handelshuys
- De omgeving heeft een luisterend oor gevonden bij de ontwikkelaar, waardoor eventuele onzekerheid of onrust is weggenomen (en het aantal zienswijzen/bezwaren minimaal is)
- De omgeving is op de hoogte van volgende stappen en mijlpalen en kan consequenties overzien/inschatten



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Communicatiestrategie

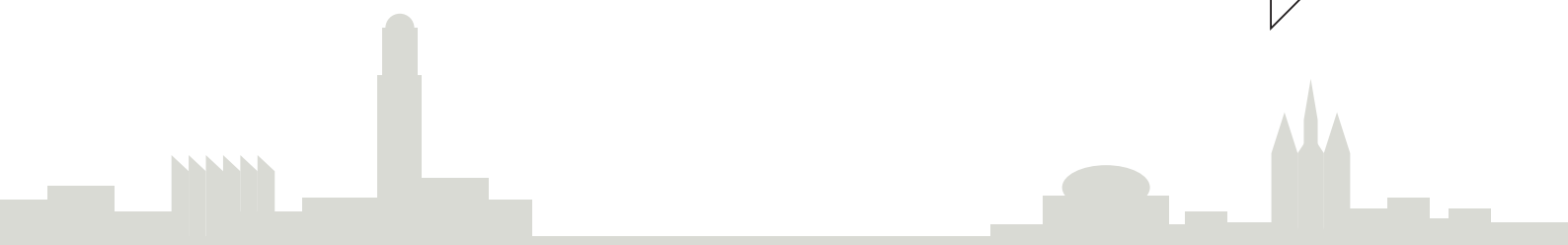
Vertrouwen in elkaar

Junco is een ontwikkelaar in Zwolle. In Zwolle hebben we met de omgeving en Gemeente Zwolle een gedeeld belang en daar lopen we harder voor! We zijn specialist in binnenstedelijke herontwikkeling. Panden die nu een doorn in ieders oog zijn, ontwikkelen wij tot leefomgeving waar gebruikers blij van worden. Wij willen waarmaken.

De strategie die we kiezen voor omgevingscommunicatie en -participatie is gebaseerd op vertrouwen. Junco wil het vertrouwen van de omgeving en gemeente winnen -of beter: verdienen- in dat wij met de ontwikkeling van Het Handelshuys daadwerkelijk met een gedeeld belang voor ogen waarmaken. Dus doen wat we zeggen en dat zo maatschappelijk bewust en sociaal betrokken als we kunnen. Tegelijk moeten wij ook de omgeving het vertrouwen geven dat we open staan voor, luisteren naar en binnen kaders iets doen met ideeën, suggesties en ook onzekerheden die leven in de omgeving.

De indicatoren voor vertrouwen zijn volgens Van Raaij (Bron W. van Raaij, Tilburg University): competentie, stabiliteit, integriteit, klantgerichtheid, transparantie, gemeenschappelijke waarden en reputatie. Onze strategie om elkaars vertrouwen te verdienen stimuleren we dan ook met de volgende deelstrategieën:

- > Geloven in elkaars competenties
- > Stabiele basis creëren
- > Gemeenschappelijk vertrekpunt
- > De omgeving raken
- > Wij zijn open



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Geloven in elkaars competenties

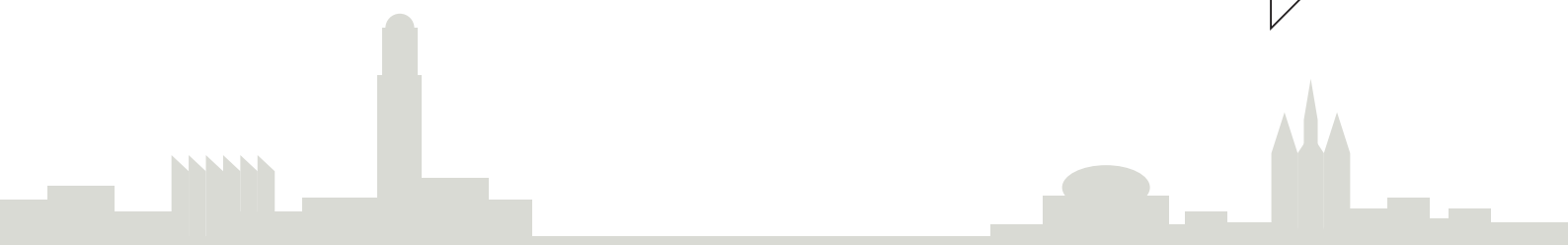
Junco heeft ervaring met vergelijkbare binnenstedelijke herontwikkelingen en omgevingscommunicatie. Met referenties kunnen we dat aantonen. Bovendien werken we samen met deskundigen en hebben we Gemeente Zwolle van meet af aan in onze plannen betrokken. Wij geloven ook in de competentie van de omgeving om projecten inbreng te geven en mee te denken.

Stabiele basis creëren

De ontwikkeling van Het Handelshuys is een volgende stap in de verbetering van het Broerenkwartier dat weer deel uitmaakt van het Programma Centrum-Binnenstad waarmee een upgrade van het totale stadscentrum beoogd wordt. In alle deelprojecten speelt Gemeente Zwolle een rol en worden vergelijkbare en soms zelfs dezelfde stakeholders betrokken. De Zwollenaar is over het algemeen trots op de stad en bereid bij te dragen aan verbetering ervan. Natuurlijk gelden er uiteenlopende belangen, maar de ervaring heeft uitgewezen dat effectieve omgevingscommunicatie heeft geholpen de omgeving te verbinden. We maken dankbaar gebruik van deze stabiele basis, eerdere ervaringen van de gemeente, stakeholders, contacten, feedback op wat wel en niet werkte en beschikbare communicatieconcepten. Tegelijk is Het Handelshuys een uniek project dat een eigen fundament en profiel, een eigen communicatieaanpak voor eigen mensen vereist.

Gemeenschappelijk vertrekpunt

We stellen voor een gezamenlijke basis te leggen, een positief frame als kapstok voor communicatie. Daarmee geven we de ontwikkeling van Het Handelshuys meteen een passende context en sluiten we aan bij de ambitie van Gemeente Zwolle om projecten in het Programma Centrum-Binnenstad in samenhang met elkaar zichtbaar maken.



Het Handelshuys
in ontwikkeling



Ja, we gaan onze binnenstad repareren! De stad is van ons allemaal.

Het
Handelshuys in
ontwikkeling

Jouw Stukje Zwolle

De omgeving raken

We hebben te maken met corona en met maatregelen om verspreiding van COVID-19 tegen gaan. Hoe lang maatregelen nog van toepassing zijn is lastig te voorspelen, maar mogelijkheden om in groepen bijeen te komen zullen in 2021 beperkt zijn. We zullen alternatieve en veelal digitale middelen moeten inzetten voor omgevingscommunicatie en -participatie. Gelukkig is de samenleving meer en meer gewend en vertrouwd geraakt met online communicatie. Waar mogelijk maken we gebruik van voor de doelgroepen bekende en door de doelgroepen gewaardeerde communicatiemiddelen, daarnaast zullen we verrassen met een aantal nieuwe, creatieve en wellicht effectievere middelen. Uitgangspunt: online waar mogelijk, offline waar nodig en kan.

Wij zijn open

Wij zullen van schetsontwerp t/m oplevering onze verantwoordelijkheid nemen voor omgevingscommunicatie en -participatie. Communiceren doe je met mensen. We willen communicatie zo persoonlijk mogelijk maken. Altijd open staan voor ideeën en suggesties, pro-actief vragen naar feedback en input en een luisterend oor bieden als betrokkenen onzeker zijn of onrust ervaren over projectontwikkelingen. We stellen 24/7 bereikbaarheid/aanspreekbaarheid voor. Is het niet fysiek, dan wel online. Maar altijd zo persoonlijk mogelijk. Een verpersoonlijking van Het Handelshuys.



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Omgeving

‘De omgeving’ is een breed begrip dat nader gespecificeerd moet worden.

Wie letterlijk en figuurlijk verder afstaat van het project, zal minder betrokken zijn en ook minder direct en persoonlijk betrokken worden in communicatie. Doelstellingen en gewenste effecten zullen per doelgroep verschillen. Na een omgevingsanalyse zullen de communicatiedoelgroepen geformuleerd worden, evenals de gewenste effecten die we bij deze groepen willen realiseren met de inzet van welke kanalen/middelen.

Door bundeling van ons eigen netwerk en een lijst met contacten en stakeholders van Gemeente Zwolle, zorgen we ervoor dat we alle betrokkenen bij project Het Handelshuys zo goed mogelijk in beeld hebben. Deze lijst is op dit moment mogelijk nog niet volledig. In nauwe samenwerking met de communicatieadviseur van de gemeente zorgen voor een complete lijst.

Eigenaren grond en onroerend goed projectomgeving

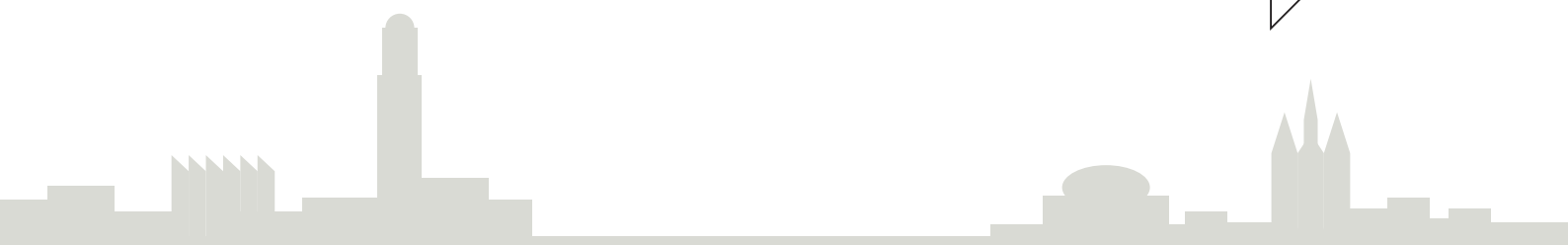
- Woningeigenaren
- Pandeigenaren (winkels, horeca, kantoren)
- Woningcorporatie(s)
- Beleggers
- VVE's

Bewoners

- Direct aanwonenden (huur en koop)
- Bewoners Broerenkwartier
- Bewoners Centrum-Binnenstad
- Inwoners Zwolle

Ondernemers

- Winkels en horeca direct aangrenzend
- Winkels en horeca Broerenkwartier
- Winkels en horeca Centrum-Binnenstad
- Winkels en horeca Zwolle
- Bedrijven/kantoren direct aangrenzend
- Bedrijven/kantoren Broerenkwartier
- Bedrijven/kantoren Centrum-Binnenstad



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Bezoekers projectomgeving

- Winkelend publiek
- Toeristen
- Verkeersgebruikers
- Werknemers

Gemeente Zwolle

- Raad
- College
- Stuurgroep, projectgroep, werkgroep, stedenbouwkundige, communicatieadviseur

Belangengroepen

- Koplopersgroep Broerenkwartier
- Vrienden van de Stadskern
- Bewonersvereniging Binnenstad Zwolle (BBZ)
- Citycentrum Zwolle (ondernemersvereniging binnenstad)
- ZwolleFonds (samenwerkingsverband ondernemers detailhandel, horeca en publieksgerichte ondernemingen binnenstad)
- Koninklijke Horeca Nederland Zwolle & Omstreken
- Historisch Centrum Overijssel
- Zwolse Historische Vereniging
- Stichting Milieuraad Zwolle
- Zwolle Groenstad
- Fietzersbond
- Toegankelijk Zwolle

Wijkvoorzieningen

- Scholen
- Zorg
- Cultuur
- Hulpdiensten
- Vervoersdiensten

Pers

[Perslijst nog aan te vullen]

- ZwolleNU
- Zwolle.Nieuws
- De Peperbus
- De Swollenaer
- Weblog Zwolle
- Zwolse Omroep organisatie
- RTV Focus Zwolle
- In de buurt Zwolle
- De Stentor

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Communicatiedoelgroepen

Om de communicatiedoelgroepen vast te stellen maakten we schillen van persoonlijk betrokken tot publiek betrokken via bijvoorbeeld de pers en publieke informatie van Gemeente Zwolle. We richten ons daarbij op de fasen 1 t/m 4 in project Het Handelshuys, dus van schetsontwerp tot en met herziening bestemmingsplan/omgevingsvergunning.

Persoonlijk betrokken

- Eigenaren grond en onroerende goed Broerenkwartier
- Bewoners Broerenkwartier
- Ondernemers Broerenkwartier: winkels, horeca, kantoren
- Koplopers Broerenkwartier

Bestuurlijk/politiek betrokken

- Gemeente Zwolle: stuurgroep, projectgroep, werkgroep, stedenbouwkundige, communicatieadviseur, architect
- Gemeente Zwolle: Gemeenteraad en College van B&W

Beïnvloeders/intermediairs

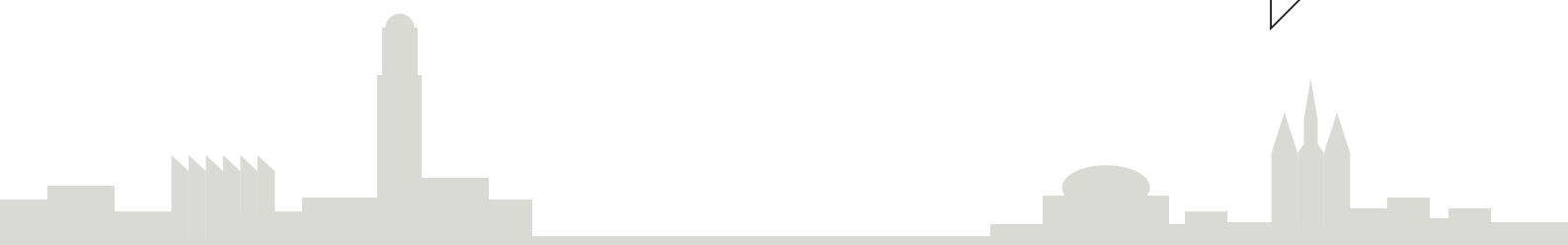
- Pers
- Belangengroepen: Vrienden van de Stadskern, BBZ, Citycentrum Zwolle, ZwolleFonds, Koninklijke Horeca Nederland Zwolle & Omstreken, Zwolle Groenstad, Fietsersbond, Toegankelijk Zwolle

Professioneel betrokken

- Hulpdiensten Centrum-binnenstad
- Vervoersdiensten Centrum-Binnenstad

Publiek betrokken

- Voorzieningen: Scholen, Zorg
- Belangengroepen: Historisch Centrum Overijssel, Belangengroep: Zwolse Historische Vereniging,
- Stichting Milieuraad Zwolle
- Bezoekers Broerenkwartier



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Communicatiematrix

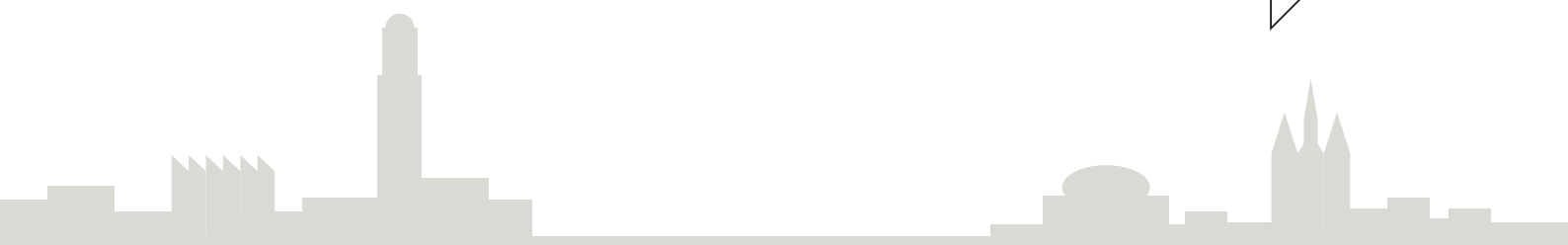
Per cluster hebben we ons afgevraagd hoe de betrokkenen nu tegenover de ontwikkeling staan. Met 'nu' verwijzen we naar het moment waarop het Stedenbouwkundig plan en het ontwikkelkader dat naar aanleiding daarvan is ontwikkeld, is besproken in de raadsvergadering en publiek gemaakt is. De betrokkenen zijn tot dan toe nauwelijks bekend met de inhoud van het plan. Uit een publicatie van 30 november vorig jaar in o.a. De Stentor kon het publiek opmaken dat een Zwolse partij het oude pand van Hudson's Bay wil kopen, het stratenpatroon vernieuwt, nieuw wil bouwen in blokken en ruimte creëert voor fietsenstalling.

Dat is natuurlijk gebaseerd op inlevingsvermogen en kan gestaafd worden in volgende gesprekken met Gemeente Zwolle en peilingen onder betrokken clusters.

We ontwikkelen een set basiscommunicatiemiddelen die voor elke betrokken communicatiedoelgroep van toepassing en beschikbaar is. Daarnaast zetten we specifieke communicatiemiddelen afhankelijk van sentiment en onzekerheid en gewenst effect bij een specifieke groep.

Als kick-off van omgevingscommunicatie zijn de volgende middelen ingezet:

- Presentatie Gemeenteraad
- Brief vanuit gemeente naar inwoners, pandeigenaren en ondernemers in het Broerenkwartier
- Basissite www.hethandelshuyszwolle.nl online
- Persbericht
- Interview Junco in de Stentor op 26 maart 2021



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Basisset

Middelen per fase:

Fase/moment	Communicatiemiddel
-------------	--------------------

STEDENBOUWKUNDIG PLAN

Week 13	Basiswebsite www.hethandelshuyszwolle.nl met: • basisinformatie • impressies • ruimte om mailadres achter te laten • ruimte om vraag te stellen • contact • ruimte voor link naar livestream • ruimte voor Q&A na informatiebijeenkomst
---------	--

Week 14	Livestream, registratie livestream, Q&A op website
---------	--

Week 24	Digitale nieuwsbrief: template
---------	--------------------------------

Nader te bepalen	Social media pagina's: LinkedIn, Facebook, Instagram, Youtube
------------------	---

Nader te bepalen	Aankleding projectgebied: bord/doek/markers
------------------	---

DEFINITIEF ONTWERP

Nader te bepalen	Showreel: geanimeerde video/infographic, max. 1.30 minuut met focus op impressies, facts & figures
------------------	--

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Persoonlijk betrokken

Sentiment t.o.v. plan:

Fijn dat er iets gebeurt in de stad, wat betekent deze ontwikkeling voor mij?

Onzeker over:

- Komt er een plan dat mij iets oplevert?
- Heb ik inspraak?
- Wat betekent dit plan voor mijn situatie?

Gewenst effect van communicatie:

- Vertrouwen in het resultaat/verbetering
- Vertrouwen dat er geen dingen gebeuren waar je slechter van wordt
- Vertrouwen dat er niets tegen jouw wil wordt doorgedrukt
- Gevoel dat je invloed hebt op het resultaat
- Wetenschap dat je een luisterend oor vindt in bij Junco

Het Handelshuys in ontwikkeling

Middelen per fase:

Fase/moment	Communicatiemiddel
STEDENBOUWKUNDIG PLAN	
Week 12	Brief gemeente
Week 14	Livestream
Zomer 2021	Persoonlijke keukentafelgesprekken
Week 24	Digitale nieuwsbrief
Eind augustus 2021	Uitnodigen informatiebijeenkomst
DEFINITIEF ONTWERP	
September 2021	• Informatiebijeenkomst (fysiek indien mogelijk, anders livestream) • Kijkdozen • Panelen met impressies • Digitale nieuwsbrief
Aansluitend	Keukentafelgesprekken voor belangstellenden (peiling tijdens Informatiebijeenkomst)
HERZIENING BESTEMMINGSPLAN/OMGEVINGSVERGUNNING	
Nader te bepalen	• Brainstormsessie om overlast te beperken • Digitale nieuwsbrief

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Bestuurlijk/politiek betrokken

Sentiment t.o.v. plan:

Positief, enthousiast

Onzeker over:

- Belangenbehartiging
- Co-creatie omgeving
- Politieke gevoeligheid
- Haalbaarheid/maakbaarheid

Gewenst effect van communicatie:

- Positieve houding
- Vertrouwen geven
- Exposure creëren
- Mandaat om uit te voeren

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Middelen per fase:

Fase/moment	Communicatiemiddel
STEDENBOUWKUNDIG PLAN	
Week 13	Q&A
Augustus 2021	Rapportage persoonlijke keukentafelgesprekken
Week 24	Digitale nieuwsbrief
Eind augustus 2021	Uitnodiging inspraakbijeenkomst
DEFINITIEF ONTWERP	
September 2021	• Inspraakbijeenkomst (fysiek indien mogelijk, anders livestream) • Kijkdozen • Panelen met impressies • Digitale nieuwsbrief • Kennisuitwisseling context verbetering Centrum-Binnenstad en verbetering Broerenkwartier
Nader te bepalen	Rapportage keukentafelgesprekken voor belangstellenden

Het Handelshuys
in ontwikkeling

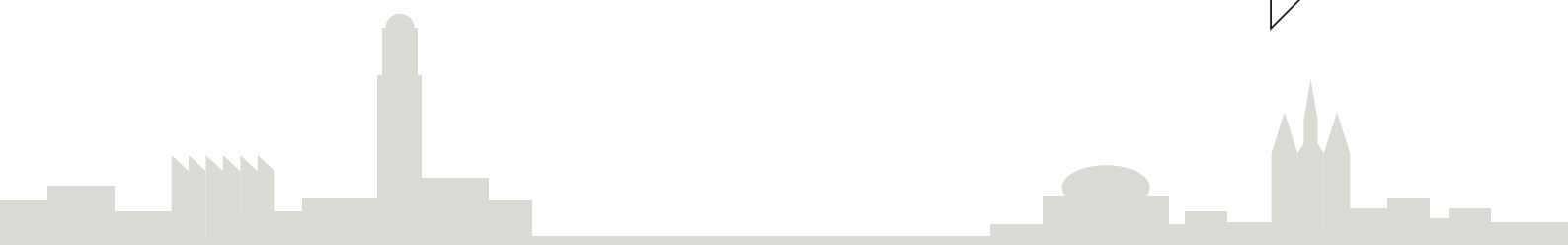
Middelen per fase:

Fase/moment**Communicatiemiddel**

HERZIENING BESTEMMINGSPLAN/OMGEVINGSVERGUNNING

Nader te bepalen

- Q&A
 - Uitnodiging brainstormsessie
 - Brainstormsessie om overlast te beperken
 - Digitale nieuwsbrief
-



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Beïnvloeders/intermediairs

Sentiment t.o.v. plan:

Afhankelijk van achterban maar gemiddeld neutraal, nieuwsgierig, overtuigd dat er iets moet gebeuren op die locatie

Onzeker over:

- Gaat alles volgens procedure planning
- Zijn er (politieke) gevoeligheden?
- Worden ieders belangen voldoende behartigd?

Gewenst effect van communicatie:

- Transparantie
- Negatieve publiciteit voorkomen
- Intermediairs die feiten doorgeven en achterban geruststellen

Het Handelshuys in ontwikkeling

Middelen per fase:

Fase/moment	Communicatiemiddel
STEDENBOUWKUNDIG PLAN	
Week 12	Persbericht, beeldmateriaal, informatiebronnen
Eind augustus 2021	Uitnodiging Inspraakbijeenkomst
DEFINITIEF ONTWERP	
September	• Persbericht, beeldmateriaal, informatiebronnen • Informatiebijeenkomst (fysiek indien mogelijk, anders livestream)

Het Handelshuys
in ontwikkeling

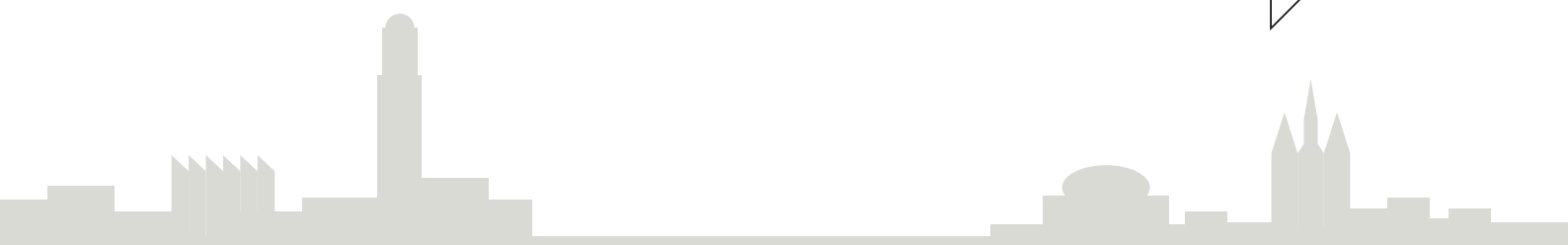
Middelen per fase:

Fase/moment**Communicatiemiddel**

HERZIENING BESTEMMINGSPLAN/OMGEVINGSVERGUNNING

Nader te bepalen

- Persbericht, beeldmateriaal, informatiebronnen
 - Uitnodiging brainstormsessie
 - Brainstormsessie om overlast te beperken
-



Het Handelshuys
in ontwikkeling

Professioneel betrokken

Sentiment t.o.v. plan:

Neutraal

Onzeker over:

- Veiligheid
- Bereikbaarheid

Gewenst effect van communicatie:

- Duidelijk maken dat we ze niet vergeten
- Gebruik maken van meedenkende houding en expertise

Middelen per fase:

Fase/moment

Communicatiemiddel

DEFINITIEF ONTWERP

Nader te bepalen

Brief met update

HERZIENING BESTEMMINGSPLAN/OMGEVINGSVERGUNNING

Nader te bepalen

- Brief met update
- Uitnodiging brainstormsessie
- Brainstormsessie om overlast te beperken

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Publiek betrokken

Sentiment t.o.v. plan:

Fijn dat er iets gebeurt met dit leegstaande pand in de binnenstad van Zwolle, nieuwsgierig

Onzeker over:

- Wat levert de ontwikkeling mij op?

Gewenst effect van communicatie:

- Trots op Zwolle (verbetering Zwolle-Binnenstad en Broerenkwartier)
- Voorsorteren op branding/marketingcommunicatie

Het Handelshuys
in ontwikkeling

Middelen per fase:

Fase/moment	Communicatiemiddel
SCHETSONTWERP	
Week 13	• Website website
Week 24	• Digitale nieuwsbrief (abonneren via website)
DEFINITIEF ONTWERP	
September 2021	• Online updates • Digitale nieuwsbrief • Guerrilla-actie • Presentatiematerialen voor publiek (kijkdozen, presentatiepanelen, kick-off uitingen)
HERZIENING BESTEMMINGSPLAN/OMGEVINGSVERGUNNING	
Nader te bepalen	• Digitale nieuwsbrief • Online updates

Het Handelshuys
in ontwikkeling