

Vervolg artikel 38 vragen over Haarlem Marketing

1. Bij de beantwoording van de artikel 38 vragen over Haarlem Marketing (19 mei/14 juni 2016) is onze inleiding tot de vragen weggeknipt. In de inleiding stelde het CDA dat de bedenker van de campagne "Adem Haarlem" op zijn website melding maakt dat deze campagne gericht is op mensen die de hoofdstad Amsterdam **voorgoed** willen verlaten. Het woord 'vergoed' wordt letterlijk gebruikt. In Haarlem zou het tempo namelijk lager liggen en de maat menselijker zijn. Naar aanleiding hiervan heeft het CDA artikel 38 vragen gesteld. Waarom spenderen we belastinggeld aan het overhalen van Amsterdammers om hiernaartoe te verhuizen?
Het college antwoordde dat de campagne *niet* gericht is op Amsterdamse gezinnen die willen verhuizen, maar op toeristen. Waarom heeft het college onze inleiding weggeknipt? En waarom is het college niet ingegaan op hetgeen gezegd wordt op de website van het reclamebureau?
2. Waarom is het college van mening dat de campagne enkel gericht is op toeristen? Immers, de bedenker van de campagne 'Adem Haarlem' geeft op zijn website aan dat de campagne wel degelijk gericht is op Amsterdammers die willen verhuizen naar het rustigere Haarlem.
3. Kan het college vraag 7 t/m 11 van onze vorige artikel 38 vragen opnieuw beantwoorden? En nu wel met de feitelijke constatering in het achterhoofd dat de campagne wel gericht is op het overreden van jonge Amsterdamse gezinnen om zich hier te vestigen. Vindt het college de campagne nog steeds een goed idee?
4. Het CDA heeft ook signalen ontvangen dat verschillende nieuwbouwprojecten in Haarlem (zoals Neo Deo) bijna exclusief worden gepromoot onder Amsterdammers? Heeft het college hier weleens met de projectontwikkelaars over gesproken? Wat vindt het college hiervan?
5. Zijn er nog meer nieuwbouwprojecten die vooral bij Amsterdammers onder de aandacht worden gebracht?

Met vriendelijke groet,
Eva de Raadt
Raadslid CDA Haarlem