



19 mei 2016

Artikel 38 vragen Haarlem Marketing

Op grond van artikel 38 van het Reglement van Orde wil ik de volgende vragen stellen aan het college van B&W.

De eerste 6 vragen zijn technisch van aard, de laatste 6 zijn politiek. Vanwege de samenhang en de efficiëntie dien ik ze tegelijk in.

Haarlem Marketing wordt gefinancierd met Haarlems belastinggeld. Haarlem Marketing heeft in september 2015 gekozen voor een samenwerking met het Ei van Ubachs, een vooraanstaand Amsterdams communicatiebureau (o.a. bekend van “Even Apeldoorn bellen”). Uit deze samenwerking is een grootschalige reclamecampagne voortgekomen die zich richt op: jonge gezinnen met kinderen die de drukte van Amsterdam **voorgoed** achter zich willen laten (staat onder meer te lezen op website Ei van Ubachs).

Kortom, d.m.v. deze reclamecampagne worden Amsterdamse gezinnen overgehaald om te verhuizen naar Haarlem.

De reclamecampagne bestaat o.a. uit NS-bilboards, abri's, mupi's, advertenties in de Volkskrant en het Parool en een promotiefilm. Daarnaast loopt er ook nog steeds een fotowedstrijd.

Vraag 1:

Wat is er betaald aan het Ei van Ubachs? En/of is de betaling gekoppeld aan een prestatie? Inclusief de promotiefilm die op een later moment nog aan de campagne is toegevoegd.

Vraag 2:

Is de campagne via een tender toegekend? Indien ja, gaarne toevoegen bij deze beantwoording. Indien nee, hoe is de samenwerking met het Ei van Ubachs dan tot stand gekomen?

Vraag 3:

Een advertentie in Parool of Volkskrant kan al snel oplopen tot 30.000 euro per dag. Hoeveel advertenties zijn er geplaatst, over welke periode en wat waren de totale kosten? Graag uitgesplitst naar krant.

Vraag 4:

Welke kosten waren er verbonden aan de NS-bilboards, abri's en mupi's etc?

Vraag 5:

Staan er nog toekomstige uitgaves op stapel? Worden de advertenties en/of billboards etc nogmaals geplaatst? Zo ja hoeveel, wanneer en wat zijn daarvan de kosten?

Vraag 6:

Wat waren de totale kosten van deze campagne? Inclusief (eventuele) toekomstige kosten.

Politieke vragen:

Uit het Haarlems Dagblad d.d. 14 mei 2016:

“Vorige jaar verkozen ruim 2100 Amsterdammers Haarlem als nieuwe woonstad.” “De Amsterdamse huizenzoekers jagen de prijzen van woningen in Haarlem omhoog. Het gaat vooral om mensen in de leeftijd tussen de dertig en veertig jaar, oftewel vaak gezinnen met kinderen”

Vraag 6:

Volgens het Ei van Ubachs richt de campagne zich op ‘jonge gezinnen met kinderen’, maar ook op buitenlands toeristen. Het CDA vindt dit laatste vreemd aangezien alle advertenties in het Nederlands zijn opgesteld en buitenlandse toeristen het Parool en de Volkskrant niet lezen. Is het college het met het CDA eens dat de reclamecampagne in *essentie* gericht is op het overhalen van jonge Amsterdamse gezinnen om een huis te kopen in Haarlem?

Vraag 7:

Waarom vindt het college het van belang dat jonge Amsterdamse gezinnen naar Haarlem verhuizen? Staan de huizen in Haarlem te lang te koop? Of zijn de huizenprijzen in Haarlem te laag en is extra concurrentie welkom?

Vraag 8:

Zijn dit soort reclamecampagnes goed of slecht voor de doorstroming vanuit sociale huurwoningen (tegengaan van scheefwonen)? Schaarste zorgt voor hogere huizenprijzen en maakt het moeilijker om vanuit een sociale woning te verhuizen naar koopwoning, eens of oneens?

Vraag 9:

De reclamecampagne is gericht op 'jonge Amsterdamse gezinnen **met** kinderen'. Haarlemse Basisscholen barsten bijna uit hun voegen. Veel Haarlemmers kunnen hun kinderen niet meer naar school sturen in hun eigen buurt, maar moeten uitwijken naar de andere kant van de stad. Is het college van mening dat een reclamecampagne als deze bijdraagt aan een oplossing van dit probleem, of het juist verergert?

Vraag 10:

Er zijn Haarlemmers die overwegen om - bijvoorbeeld na gezinsuitbreiding - uit te wijken naar gemeenten als Hoofddorp, Vogelenzang, IJmuiden etc. De huizenprijzen in Haarlem zijn simpelweg te hoog geworden. Wel hebben deze mensen jarenlang belasting betaald in Haarlem. Belastinggeld dat door Haarlem Marketing wordt gebruikt om extra concurrentie te generen op de Haarlemse huizenmarkt. Kortom, Is het college het met het CDA eens dat deze Haarlemmers meebetalen aan hun eigen gedwongen HEXIT?

Vraag 11:

Is het college het met het CDA eens dat Haarlems belastinggeld beter kan worden besteed aan het werven van (buitenlandse) toeristen en ondernemers? Niet in de minste plaats, omdat de Amsterdammers toch wel komen, daar hoeven we geen extra belastinggeld aan te spenderen. Zou een Engelstalige campagne, of een campagne specifiek gericht op ondernemers dan niet logischer zijn?

Eva de Raadt

CDA Raadslid Haarlem