

Provincie Flevoland,  
t.a.v. College van Gedeputeerde Staten  
Lelystad, 22-12-2020

Geacht college,

Op 24 augustus 2020 ontving de Reclame Code Commissie (hierna: RCC) een klacht over de huis-aan-huisuitgave 'Lelystad AirPort-krant'. De klacht betrof het mogelijk handelen in strijd met juiste overheidscommunicatie en het mogelijk ten onrechte bestempelen van deze uitgave als geen reclame. Op 21 december 2020 volgde, na verweer en de zitting, de uitspraak van de RCC (dossier 2020/00424). De commissie acht de krant inderdaad in strijd met artikel 11.1\* van het NRC (de Nederlandse Reclame Code) en beveelt aan dergelijke reclame achterwege te laten. Het is zeer gebruikelijk om uitspraken van de RCC navolging te geven.

1. Heeft het college van Gedeputeerde Staten (hierna: GS) kennisgenomen van bovenstaande uitspraak?
2. Welke waarde hangt GS aan deze uitspraak en dus aan een belangrijk instituut als de RCC?
3. De beslissing tot wel/niet uitbreiden Lelystad AirPort ligt volledig bij het Rijk. Wat was derhalve het doel van deze uitgave en wat ziet GS als de toegevoegde waarde van deze uitgave?
4. Vindt GS dat met de Airportkrant sprake is van correcte overheidscommunicatie en dat de algemeen geldende richtlijnen (commissie Wallage/commissie Wolffensperger) zijn gevolgd?
5. Een citaat uit 50 punten aanbevelingen voor communicatie (commissie Wolffensperger: is "randvoorwaarde voor het communicatieproces is dat burgers beschikken over de informatie die nodig is om hen op zinvolle wijze aan het proces te laten deelnemen". Vindt GS dat zij er alles aan gedaan heeft om iedere inwoner van juiste, volledige en genuanceerde informatie te voorzien?
6. Bij overheidscommunicatie is het gebruikelijk dat er pas gecommuniceerd wordt nadat alle betrokken overheden positief hebben besloten over de betreffende ontwikkeling. Waarom wijkt GS daar op dit onderwerp vanaf?
7. Overheidscommunicatie over losse projecten is (mede in verband met de kosten) op dergelijke schaal ongebruikelijk en komt zeer weinig voor. Hoe maakt GS deze ingewikkelde afweging en wat heeft in dit geval de doorslag gegeven over te gaan op deze vorm van communiceren? Waarom is er niet gekozen voor reguliere communicatie?
8. Deelt GS onze mening dat er, naast voorstanders, ook veel tegenstanders van uitbreiding zijn en dat er daarom zeer zorgvuldig en genuanceerd gecommuniceerd dient te worden? Zou GS in het kader van behoorlijk bestuur niet ook tegenstanders aan het woord moeten laten?
9. In de gedragscode integriteit staat zorgvuldigheid als een van onze kernwaarden genoemd. Daar staat onder andere dat "ons handelen zodanig is dat de belangen van burgers op gelijke wijze worden bejegend en dat belangen van partijen op correcte wijze worden afgesproken". Vindt GS dat deze uitgave daaraan voldoet?
10. Is GS het met ons eens dat veel aanprijzingen in de 'redactionele teksten' niet bijdragen aan het zorgvuldig en genuanceerd communiceren met onze inwoners?

11. In de krant wordt louter gesproken over de voordelen van Lelystad Airport, de nadelen worden niet genoemd. Waarom heeft GS er niet voor gekozen om middels deze krant objectieve informatie te geven aan burgers en zodoende ook de nadelen (zoals stikstofproblematiek, luchtvervuiling, geluidsoverlast en toename van verkeer) te benoemen, dan wel een gelijkelijk bedrag en inzet ter beschikking te stellen om tegenstanders van het vliegveld de mogelijkheden te bieden om op eenzelfde wijze de tegenargumenten te belichten?
12. Bij grote financiële uitgaven is het gebruikelijk om vooraf een kosten-batenanalyse te maken om zodoende ook de baten inzichtelijk te hebben. Kan GS deze analyse overleggen en onderbouwen wat feitelijk de kosten en de baten zijn van deze huis-aan-huis uitgave?
13. Is GS het met ons eens dat er zorgvuldig moet worden omgegaan met belastinggeld, en dat deze uitgave daarin (gezien deze uitspraak) tekort heeft geschoten? Waarom vindt GS het verantwoord om dergelijke bedragen uit te geven, aangezien het nog verre van zeker is of de uitbreiding wel doorgaat?
14. We nemen aan dat de uitspraak van de RCC gevolgd wordt. Kan GS toezeggen te stoppen met een financiële bijdrage aan deze uitgave, en zich te richten op de puur bestuurlijke taken? Zo nee, waarom niet?
15. Gaat GS een huis-aan-huis rectificatie verspreiden om conform de RCC-uitspraak aan de lezers van de krant aan te geven dat het hier ging om reclame en geen overheidsinformatie? Zo nee, waarom niet? En zo nee, wat gaat GS wel doen om het evenwicht in "overheidscommunicatie" te herstellen?

Namens de fracties van GroenLinks Flevoland en de Partij voor de Dieren Flevoland

Bas de Reus, Jesse Luijendijk

\*11.1 Reclame dient duidelijk als zodanig herkenbaar te zijn, door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins, mede gelet op het publiek waarvoor zij is bestemd.