

**SCHRIFTELIJK ANTWOORD OP SCHRIFTELIJKE VRAAG BUITEN DE
GEMEENTERAADSZITTING**

2021/158

Indiener: F. Creyelman

Datum indiening: 26 december 2021

Vraag: Kostenbaten-analyse Warmste Week 2021

Coördinator: Directie Vrije Tijd (Mechelen Feest)

Antwoord college

Ook al was De Warmste Week een hele andere productie dan we initieel voor ogen hadden en werd het meer een media-event, Mechelen is nog nooit zo goed en zo veel in beeld geweest als die week. De Warmste Week was de citymarketing bij uitstek.

Een week lang uitzending van De Warmste Week Radio (te horen op MNM & Studio Brussel, maar ook te bekijken op tv), elke avond om 17u werd de Sint-Romboutstoren in beeld gebracht, ... Er was ook aandacht in het VRT journaal. Een hele opsomming aan media-aandacht, waar normaal gezien een zeer hoog prijskaartje aan verbonden zou zijn.

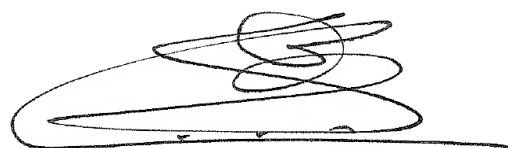
Daarnaast had stad Mechelen ook de kans om te laten zien waar zij voor staat, waar het beleid zo hard op inzet, nl. "Kunnen zijn wie we zijn", ongeacht je leeftijd, geslacht, afkomst,... Mechelen kwam die week in beeld - letterlijk en figuurlijk - als De Warmste Stad van Vlaanderen.

Mechelen, 11 januari 2022

Opdracht burgemeester wd.
van 21.10.2019, in toepassing
van artikel 280 decreet lokaal bestuur



E. Laga
Algemeen directeur



B. Siffer
Schepen