

AV Mechelen MeeMaken november		
Datum	06/11/2017	
Tijdstip	19.00 – 20.30	
Plaats	Conventus	
Aanwezigen	Dienst economie	Ellen De Weerdt, Evelien Morreel
	CBS	Katleen Den Roover
	Algemene leden Mechelen Meemaken vzw	Roel Lenaerts, Marc Van den Wijngaert, Guido Verlinden
	Mechelen MeeMaken vzw	Geert Milis, Christian Michiels, Kurt Biesemans, Debbie Waterschoot, Stephanie Fierens, Raf Pauwels, Stijn Bevernage, Eva Ellegeest, Guy Van Lint, Birgitte van de Graaf, Nico Maes
	Verontschuldigd	Nancy Vermeylen, Leo Lenaerts

1. Goedkeuring Verslag AV April	Geert Milis	
Melding: - Tijdens de vorige AV werden logo, begroting en uitbreiding van de RVB besproken. Al deze punten zijn ondertussen reeds in werking. - In de toekomst zal bij het uitsturen van het verslag gevraagd worden om eventuele opmerkingen te bezorgen voor een bepaalde datum. Indien er geen opmerkingen zijn wordt het verslag als goedgekeurd beschouwd. Tijdens de vergadering zal er dan enkel een formele goedkeuring plaatsvinden.		
Reactie AV: - De AV gaat akkoord met het voorstel om de verslagen automatisch goed te keuren indien er geen opmerkingen komen alvorens de vooropgestelde datum is verstreken. - De AV keurt het verslag van april formeel goed.		
Actie: - /		

2. Goedkeuring jaarkalender 2018	Geert Milis	
Melding: - De evenementenkalender 2018 werd als volgt opgesteld en omvat 8 koopzondagen: - o Zondag 7 januari 2018: Solden (koopzondag) - o Woensdag 14 februari: Valentijnsactie - o 16, 17, 18 maart: Warm Welkom Weekend (18 maart koopzondag) - o 11, 12 mei: lentebraderie - o 1 juli: solden (Koopzondag) - o 7, 8, 9 september: herfstbraderie (9 september koopzondag) - o 5, 6, 7 oktober: weekend van de klant + Warm Welkom Weekend (7 oktober koopzondag) - o 23 november: Black Friday avondshopping - o Eindejaar: 16, 23 & 30 december (3 koopzondagen) - Het voorstel voor de kalender 2018 werd reeds goedgekeurd door de RVB en werd voorgesteld en goedgekeurd tijdens een overleg met de ketens. - Andere betrokken stadsdiensten hebben reeds gunstig advies gegeven voor de data. Monumentenzorg geeft gunstig advies mits opmerkingen. Bezwaar voor 9/9: combinatie Open Monumentendag en koopzondag is ok; doch de braderie is enigszins storend voor de geleide wandelingen/de fietsende OMD-ers/ Jazz at Home/het aanzicht van de gevels die gefotografeerd worden...		

Reactie AV: - De vraag wordt gesteld of het niet verwarrend gaat zijn om WWW en dag van de klant te laten samenvallen. Dit jaar werden de events op twee verschillende data ingepland en de handelaars wisten niet goed op welke dag dat ze nu effectief moesten open zijn. Beide events laten doorgaan op 1 dag zal de versnippering meer tegengaan. - Er wordt gevraagd naar de openingsuren van de soldendata. Er zal gecommuniceerd worden dat de winkels tussen 11 en 17 uur open zullen zijn. Er is twijfel of wel degelijk alle zaken om 11 uur hun deuren zullen openen. De uren werden bevraagd via een FBpoll en hieruit bleek de meerderheid te opteren om te openen tussen 11 en 17 uur. - De AV gaat akkoord met de jaarkalender 2018.
Actie: - Samenzitten met UNIZO voor de combinatie van dag van de klant en WWW. - Kalender voorleggen op College van schep en burgemeester op 10 november.

3. Huishoudelijk reglement	Geert Milis	
Melding: - De vraag wordt gesteld of de AV akkoord gaat met het huishoudelijke reglement.		
Reactie AV: - Schepen Den Roover geeft aan dat niet de correcte stappen zijn ondernomen ter voorbereiding van de AV. De agenda moet eerst voorgelegd worden op het college alvorens de algemene vergadering mag plaatsvinden. Dit is niet gebeurd waardoor schepen Den Roover zich zal onthouden voor dit agendapunt en het volgende agendapunt nl de begroting. Indien er vanuit het college opmerkingen komen zullen deze punten opnieuw moeten voorgelegd worden aan de AV. - De AV gaat akkoord met het huishoudelijke reglement met onthouding van schepen Den Roover.		
Actie: - Voorleggen van het huishoudelijk reglement aan het college.		

4. Begroting	Geert Milis	
Melding: - Begroting 2017: Dit jaar zitten we perfect binnen budget. - Begroting 2018: ° De kost van de catwalktruck was in 2017 €32 000. Deze kost ligt veel te hoog. In 2018 wordt de catwalktruck op € 25 000 gebudgetteerd. De veiligheidskosten gepaard aan de organisatie zorgen deels voor de grote kost. ° Loonkost voor de medewerker ter ondersteuning van Mechelen Meemaken wordt op € 10 000 gebudgetteerd. ° De prijzenpot van JOYN wordt op € 10 000 gebudgetteerd.		
Reactie AV: - De AV stelt de vraag of er een duidelijk verschil te merken is in het aantal deelnemers tussen de eerdere invulling van de catwalk en de vernieuwde catwalktruck. Dit jaar hebben er 31 zaken effectief deelgenomen aan de catwalktruck. Bijkomend zijn er ook nog een aantal zaken die hebben meegewerkt aan de omkadering van het event. Het aantal deelnemers ligt beduidend hoger dan vorige edities (gemiddeld zes handelaars met modeshow) - Op welke kosten met betrekking tot de catwalktruck kan bespaard worden? De VIP bus en de kost voor het coördineren van de modeshows zijn kosten die gedrukt kunnen worden. De kost van de		

presentator ligt ook hoog maar bleek een enorme meerwaarde te zijn. - Dit jaar heeft Mechelen Meemaken de truck als sponsoring gratis mogen gebruiken. De truck was niet helemaal geschikt omdat het afdekzeil en de zijbalken niet verwijderd mochten worden. Het lijkt dus nuttiger om tijdens de volgende editie een truck te huren die meer mogelijkheden biedt qua aankleding. - Er wordt aangegeven dat de kost voor het eindejaarsmagazine in 2018 hoger moet dan € 4000. - De kostprijs voor de braderie in het najaar zal ook hoger liggen in 2018 gezien deze 3 dagen zal doorgaan. - De kost voor het huren van de postbus in het Oh! is aanzienlijk hoog gezien ook het gebruik van de co-workingspaces in deze kost vervat zit. Gezien Mechelen Meemaken hier geen gebruik van maakt moet deze kost gedrukt worden. Hiervoor zijn reeds de eerste stappen ondernomen. - Er moeten dringend stappen ondernomen worden omtrent de aanstelling van een boekhouder. - Mechelen als winkelstad op de kaart zetten verloopt goed maar hoe kunnen we op de meest efficiënte manier reclame maken om een wijder publiek te bereiken? Het lijkt nuttig om ook reclame te maken in grotere magazines zoals flair, Libelle, Metro, ... Momenteel wordt er veel in Randon geadverteerd maar de AV twijfelt of hiermee wel het beoogde doelpubliek van Mechelen Meemaken wordt bereikt. - Er wordt aangekaart dat een groot deel van de bezoekers/klanten niet online bereikbaar zijn waardoor het belangrijk blijft om een goede mix tussen online- en printcampagnes te bewaren. Online campagnes bieden wel het voordeel dat het klikgedrag van de bezoeker goed kan opgevolgd worden. - Goedkeuring van de begroting door de AV met onthouding van schepen Den Roover.
Actie: - Bezorgen facturen Evita aan Christian. - Stijn vraagt minimum 3 offertes op bij mogelijke boekhouders. Er zijn reeds twee contacten met boekhouders die Evelien aan Stijn zal bezorgen. - Navragen hoeveel andere steden investeren in online- en printcampagnes. - Offertes opvragen bij grotere magazines voor advertentieruimte. Dienst Toerisme contacteren voor de prijzen van Metro. - Overzicht opstellen van huidige communicatiekosten van Mechelen MeeMaken met een opsplitsing tussen digitaal en analoog.

5. T-shirts #2800Love	Geert Milis	
Melding: - Doel van de t-shirts is om eenheid en samenhang te creëren in Mechelen en tijdens events een visuele trekker te zijn. - Momenteel zijn er 1000 stuks gedrukt en is de T-shirt reeds onder de aandacht van de pers gekomen. - Er wordt aan de AV gevraagd hoe zij de verdeling van deze t-shirts aan de handelaars zien verlopen. Bedeling of ophaling? Werken met een reservatiesysteem? Communiceren via nieuwsbrief en FB? Tekenen voor ontvangst?		
Reactie AV: - De AV besluit om in eerste instantie de t-shirts te laten ophalen door de handelaars bij Conventus. Dit in combinatie met de afhaling van hun Black Friday pakket. De handelaars dienen af te tekenen voor ontvangst. De communicatie hierover zal via FB en de nieuwsbrief verlopen. - Elke handelaar krijgt 2 t-shirts. - Er zijn al enkele particulieren die interesse hebben getoond in de aankoop van een t-shirt. Momenteel worden de t-shirts nog niet te koop aangeboden. Maar dit zou in de toekomst een optie kunnen zijn mits deze in een andere kleur wordt aangeboden als merchandising.		
Actie: - Communiceren via FB en de nieuwsbrief dat de handelaars hoe, waar en wanneer ze de t-shirts kunnen ophalen.		

6. Varia	Geert Milis	
Melding: - /		
Reactie AV: - Er worden tuinkaarsen uitgedeeld aan de handelaars die ingeschreven hebben om deel te nemen aan Black Friday maar krijgen de handelaars die een zwarte loper bij Birgitte hebben besteld ook een tuinkaars? Ja, de meeste deelnemers op deze lijst hadden zich ook ingeschreven bij Evelien - Birgitte haalt twee acties aan uit andere steden: een juttentasje met #BXLlove en een reuze kerstbal met rode loper waarvoor je een foto kon nemen. Met extra gadgets wachten we af hoe de T-shirts nu aanslaan. Een decoratief element zoals die kerstbal kan een leuke foto-actie zijn, vb. met Valentijn - Er wordt aangegeven dat tijdens Maanrock de Hallestraat volledig wordt afgesloten waardoor het cliënteel van de horecazaken ginds niet kan meegenieten van het festival. De vraag of hier iets aan kan gebeuren wordt gesteld. De organisatie van Maanrock valt onder Mmmechelen Feest. Mechelen Meemaken kan wel een doorgeefluik zijn voor bezorgdheden maar kan niets garanderen.		
Actie: - /		