

Activiteitenverslag Mechelen MeeMaken 2018

2018 was het tweede werkingsjaar.

Er werd vooral gewerkt aan het op punt stellen van de klassieke shoppingevenementen, daarnaast werden er een aantal kleine, tussentijdse acties toegevoegd. Er wordt momenteel samengewerkt met een evenementenbureau voor de praktische uitwerking en opvolging van deze shoppingevents, alsook met een online agency voor de communicatie.

De grote aandachtspunten buiten de shoppingevents waren:

- De marketingcampagnes verder uitwerken op basis van de ervaringen voordien en met de bedoeling om bijna constant aanwezig te zijn op sociale media, ook tussen de grote evenementen door
- Het aanbod van muziek in de winkelstraten te verzorgen, verbeteren van de installatie en de zoektocht naar aangename winkelmuziek
- Samenwerking met diverse organisaties zoals Unizo, vzw mmMechelen Feest, Visit Mechelen, e.d.

Terugkerende, algemene activiteiten/kosten

- Voeren van een boekhouding
- Verzekeringen
- Faciliteren van vergaderingen, de maatschappelijke zetel van de vereniging werd verplaatst van een postbus naar een kantoor bij het Oh!
- Verzamelen van gegevens: dit jaar werden er geen bevestigingen bij bezoekers afgenomen, we evalueren nu de passantentellingen. Wel werden regelmatig bevestiging via de nieuwsbrief uitgestuurd alsook kleine polls afgenomen bij de handelaars via de gesloten Facebookgroep. Op die manier trachten wij snel een nieuwe activiteit te evalueren of kort de mening van de handelaars te peilen. Zo werden de handelaars o.a. bevraagd over: hun gebruik van plastic (juni), hun mening over een vaste maandelijkse koopzondag (juli), hun mening over laatavondopeningen (juli)
- Marketing en communicatie: voor de communicatie rond grote events wordt steeds als basis gebruikt gemaakt van de communicatiekanalen aangeboden door Marcom (digitale zuilen, bovenstraatbanners, affiches parkings ...) aangevuld met eigen communicatie. Zo werkten we voornamelijk online, zowel via advertenties als via social media. Voor de herfst- en winterevents werd eveneens geadverteerd op de regionale zender RTV. Er wordt nog altijd vooral gefocust op de grote events maar tussendoor worden regelmatig kortere campagnes gelanceerd zodat we redelijk constant aanwezig zijn. Enkele voorbeelden: Valentijn, een shoppingcampagne gekoppeld aan de opening van het vernieuwde museum Hof van Busleyden, Shoppen met Bach, terug naar school met een kleurwedstrijd, ... Voor de events worden nog altijd raamstickers gemaakt, die worden verspreid door de EcoKoeriers.

- Voor de shoppingevents werd een samenwerking opgestart met een professioneel eventbureau. Zij zorgen voor de praktische uitwerking, het boeken van de animaties, de opvolging op het event zelf, e.d.
- De bestaande muziekinstallaties in het kernwinkelgebied werden verder geoptimaliseerd. Er werd een overeenkomst afgesloten met een nieuwe firma (This Plays 2) voor het aanleveren van muziek.

Vaste shoppingevenementen

- Winkelzondag 07/01 met animatie
- Warm welkom weekend 16-17-18/03
Op zaterdag was er animatie in de straten, o.a. bloemenmeisjes op stelten.
Op zondag reed de catwalktruck opnieuw uit, nu versierd met een frisse groene looper en een dak vol lentebloemen. Het was berekend die dag, maar toch waren er heel wat handelaars extra in vergelijking met de vorige editie.
- Lentebraderie 11-12/05
De organisatie was nu volledig in handen van MMM. De kramen werden door MMM besteld, betaald en doorgerekend aan de handelaars. Er was wat minder bewaking deze keer, wel beter gespreid. Er waren geen incidenten, deze formule lukt dus. Tijdens de braderie werd voor het eerst een boerenmarkt (Den Boerenbuiten) georganiseerd door het team van Hoogstraat Natuurlijk. Beide organisaties vulden elkaar goed aan. In de toekomst wil MMM ook de organisatie van den Boerenbuiten op zich nemen.
- Winkelzondag solden 01/07 met animatie
- Herfstbraderie 07-08-09/09
Deze braderie was voor het eerst gespreid over 3 dagen. De kostenpost bewaking werd hierdoor wel een stuk zwaarder. Op zondag waren er nog verschillende dingen te doen in de stad, waardoor er heel veel volk rondliep. Dit was positief voor de handelaars die buiten stonden, er waren op zondag wel minder deelnemers aan de braderie.
- Warm welkom weekend 05-06-07/10
Animatie op vrijdagmiddag & zaterdag, catwalktruck op zondag, versiering in herfstkleuren. Op zondag was het ook M-Fair in Lamot. Er werd samengewerkt tussen beide organisaties o.a. voor de publiciteit. M-Fair kreeg een aparte stop in het midden van de Onze-Lieve-Vrouwestraat. Tevens ging op zaterdag 6/10 ook EV World door, een congres rond elektrische voertuigen in Thomas More. Er werden door de organisatoren van EV World elektrische shuttles naar het WWW ingelegd.
- Black Friday 23 november
Shoppingevent tot 20u00 waarbij de handelaars speciale kortingen en/of hapjes, drankjes aanboden. Aankleding van de stad in zwart en goud, animaties op basis van vuur
- Koopzondagen eindejaar 16-23-30/12
Dit jaar weer drie shoppingweekends in december. Opnieuw wordt samengewerkt met Mechelen Houdt je Warm, de animaties zijn op elkaar afgestemd. Dit wil zeggen dat alles in het teken van vuur staat. Er wordt opnieuw een eindejaarswedstrijd georganiseerd, administratief eenvoudiger, maar opnieuw met een mooie prijzenpot.

Tussentijdse acties

- Valentijnsactie. Er werd een lovewall geïnstalleerd op de IJzerenleen waarvan gretig gebruik gemaakt werd. Op die locatie vond tevens een klein optreden plaats en werden de prijzen van de eindejaarswedstrijd overhandigd aan de winnaar. Hostessen deelden in de winkelstraten chocolaatjes uit.
- Paasactie: enkele hostessen deelden paaseitjes uit aan de bezoekers van de winkelstraten
- Ter gelegenheid van de opening van het nieuwe Museum Hof van Busleyden werden enkele hostessen in Bourgondische kostuums gedurende twee zaterdagmiddagen en een woensdagmiddag op pad gestuurd om de shoppers te verrassen met een wedstrijd waarmee ze duotickets voor het nieuwe museum konden winnen. Een deel van de tickets werd aangekocht door MMM, een ander deel werd gesponsord door het museum zelf.
- Er werd samengewerkt met Visit Mechelen op verschillende vlakken: enerzijds werd een van de video's van de zomercampagne van 2017 van Visit Mechelen door MMM vzw opnieuw ingezet als tussentijdse communicatiecampagne (tweede helft mei). Voor de zomercampagne 2018 van Visit Mechelen investeerde MMM mee in de video gericht op de sociale genietter. Visit Mechelen hernieuwde ook haar stadsplannen waarvan MMM er 20.000 aankocht, dit om haar handel en horeca te ondersteunen in het vervullen van haar taal als ambassadeurs. Deze plannen werden bovendien van een aparte cover voorzien, specifiek gericht op shoppen. Ook inhoudelijk zorgde MMM voor input voor het stadsplan. Op het stadsplan werd het kernwinkelgebied duidelijk aangeduid en staat ook een verwijzing naar www.shoppeninmechelen.be op. De stadsplannetjes werden al verspreid over handel en horeca en worden enthousiast onthaald.
- Shoppen met Bach, op zaterdag 18/08 gaf een celliste een mini-concert op 8 verschillende locaties verspreid over het winkelgebied. Ook dit werd erg geapprecieerd door de bezoekers aan de stad, alsook door de deelnemende handelaars. Deze actie werd in 2017 nog georganiseerd door vzw mmMechelen Feest als onderdeel van Maanrock, maar nu dus door vzw Mechelen MeeMaken in samenspraak met vzw mmMechelen Feest.
- Eind augustus werd een 'Terug naar school'-actie georganiseerd. Er werd een kleurplaat ontwikkeld in schoolthema, die te verkrijgen was bij 11 deelnemende handelaars (met specifiek school/kinderaanbod). Deze werd enthousiast onthaald door de bezoekers alsook door de deelnemende handelaars. Elke deelnemende handelaar stelde een waardebon ter beschikking als prijs.
- Halloween: tussen het WWW in oktober en Black Friday eind november wordt nog een actie rond Halloween voorzien.

Netwerkmomenten

- Eind januari 2018 vond de nieuwjaarsreceptie van Mechelen MeeMaken vzw plaats. Hier waren zo'n 180 genodigden (handel, horeca en diensten) aanwezig. Deze konden kennis maken met interessante partners (Telenet, Joyn, EcoKoeriers, e.d.). Tevens werd ook de activiteiten en budgetten van Mechelen MeeMaken van het voorbije jaar toegelicht. Deze transparantie werd erg geapprecieerd. Ook een nieuw communicatiekanaal, het platform Mechelen Winkelstad, werd hier voorgesteld.

- Begin mei vond Mechelen Culinaire plaats. De eerste dag van dit event werd exclusief voor bedrijven als netwerkmoment voorbehouden. Mechelen MeeMaken kocht hiervoor tickets aan zodat geïnteresseerde handelaars en horeca-ondernemers hierop aanwezig konden zijn. Er waren een 40-tal aanwezigen van Mechelen MeeMaken.
- Na afloop van de koopzondag van 1 juli werd een eigen netwerkmoment georganiseerd. Op een zonovergoten terras op de Korenmarkt konden zo'n 35 handelaars de vermoeidheid van de koopzondag van zich afschudden.
- Uitreiking van de Mechelse Troeven zal verschoven worden naar begin 2019. Het is een organisatie van Unizo Mechelen in samenwerking met Mechelen MeeMaken. Op deze avond worden Mechelse handelaars met een speciale verdienste in de kijker gezet.