Voorwoord

Groningen, 29 mei 2017

Beste lezer,

Voor u ligt het jaarverslag van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen, de MARUG. Als bestuur kijken wij met veel plezier terug op een succesvol jaar, waarin wij een aantal veranderingen hebben doorgevoerd.

Allereerst hebben we de digitale uitstraling van de MARUG versterkt. Een vereniging als de MARUG hoort voorop te lopen op marketinggebied en het hebben van een representatieve website speelt daarin een sleutelrol. Daarom hebben we een volledig nieuwe front-end van de website ontwikkeld in samenwerking met Genkgo. Daarnaast is er een nieuwe promotievideo geschoten, deze is aan het begin van het collegejaar gepresenteerd. Ook hebben we op verschillende manieren de actualisatie van de ledengegevens verbeterd en onze leden gestimuleerd om deze gegevens up-to-date te houden. Ten tweede zijn er vele stappen gemaakt in de internationalisering van de MARUG. Zo is door middel van het aanstellen van de International Ambassadors een groot aantal internationale studenten enthousiast geworden over een (actief) lidmaatschap bij de MARUG. Verder is er ook een inhousetour naar Duitsland opgezet om recruitment voor internationale studenten te faciliteren.
Tot slot hebben wij de betrokkenheid van de bachelor en pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroot. Dit hebben we onder andere bewerkstelligd door een vakkoppeling met het vak Marketing BDK, het aanmaken en onderhouden van de pre-master Marketing Facebookgroep en het aanbieden van informatiebrochures.

Met vriendelijke groet,

MARUG Bestuur 2016-2017,

Nick van de Gevel	*Voorzitter*	Maaike van Os	*Secretaris*
Loy Löwik	*Penningmeester*	Martijn Diekmann	*Externe Betrekkingen*
Maylen de Koning	*Interne Betrekkingen*	Miranda Leijen	*PR & Promotie*

Inhoudsopgave

Agenda **4**

Notulen Halfjaarlijkse Algemene Ledenvergadering **5**

1. MARUG Basisvoorwaarden **22**

2. Beleidsplan MARUG Bestuur 2016-2017 **23**

2.1. Digitale uitstraling en administratie van de MARUG versterken 23

2.1.1. Website vernieuwen 23

2.1.2. Actualiseren ledenadministratie 23

2.1.3. Nieuwe promotievideo 24

2.2. Internationalisering van de MARUG 24

2.2.1. International Ambassadors aanstellen 24

2.2.2 Recruitment voor internationale studenten 25

2.2.3. Waarde van het MARUG lidmaatschap vergroten voor internationale studenten 25

2.3. De betrokkenheid van bachelor en pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten 26

2.3.1. De betrokkenheid van de bachelorstudenten bij de MARUG vergroten 26

2.3.2. De betrokkenheid van de pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten 26

2.3.3. Informatiefolders aanbieden 27

3. Beleidsplan omtrent commissies en evenementen **28**

3.1 MARUG Conference 28

3.2. Marug.nl Media Team 28

3.3. Promotie- en Activiteiten Commissie 28

3.4 Mind over Marketing 29

3.5. International Marketing Experience 29

3.6 Master Marketing Team 30

3.6.1. Career Day 30

3.6.2. Brand Experience 30

3.6.3. Master Marketing Seminar 30

3.6.4. Intelligence Event 31

3.7 Battle of Marketeers 31

3.8 Inhousedagen 31

3.9 Dublin Inhousetour 31

3.10 Germany Inhousetour 32

3.11 Marketing Classes 32

3.12 Plus Inhoudelijk evenement 32

3.13 Recruitment Days 33

3.14 ComMa Congres 33

3.15 Commercial Night 33

3.16. Cursussen 34

3.17 Campus Recruiters 34

3.18 Marketing Associatie Nederland 34

4. Financieel jaarverslag 2016-2017 36

4.1 Voorwoord 36

4.2. MARUG Balans 37

4.3 Toelichting MARUG Balans 38

4.4. Winst/verliesrekening MARUG Bestuur 39

4.5 Toelichting Winst/verliesrekening MARUG Bestuur 40

4.6 Winst/verliesrekening MARUG Activiteiten 41

4.6.1 MARUG Activiteiten baten 41

4.6.2 MARUG Activiteiten lasten 42

4.6.3 Afrekening evenementen 43

4.7 Toelichting MARUG Activiteitenbegroting 46

4.8 Goedkeuring 47

5. Actieve leden 2016-2017 48

6. Jaarplanning 2016-2017 52

Agenda

Betreft	Algemene Ledenvergadering MARUG
Plaats	Van Swinderen Huys, Oude Boteringestraat 19, Groningen
Datum	29 mei 2017
Begintijd	19.30 uur

1. Opening
2. Vaststellen agenda
3. Mededelingen
4. Ingekomen stukken
5. Vaststellen notulen d.d. 14 november 2016
6. Secretarieel jaarverslag 2016-2017
7. Mogelijkheid tot vragen
8. Financieel jaarverslag 2016-2017
9. Mogelijkheid tot vragen
10. Voorstel tot wijzigen huishoudelijk reglement
11. Installatie Raad van Voorzitters MARUG 2017-2018
12. Décharge verlening Raad van Voorzitters 2016-2017
13. Installatie Raad van Toezicht MARUG Conference 2017-2018
14. Décharge verlening Raad van Toezicht MARUG Conference 2016-2017
15. Installatie Kascontrolecommissie MARUG 2017-2018
16. Décharge verlening Kascontrolecommissie MARUG 2016-2017
17. Installatie Kascontrolecommissie MARUG Conference 2017-2018
18. Décharge verlening Kascontrolecommissie MARUG Conference 2016-2017
19. Installatie MARUG Bestuur 2017-2018
20. Décharge verlening MARUG Bestuur 2016-2017
21. Pauze
22. Beleid MARUG Bestuur 2017-2018
23. Mogelijkheid tot vragen
24. Begroting MARUG Bestuur 2017-2018
25. Mogelijkheid tot vragen
26. Rondvraag
27. Afsluiting

Notulen Halfjaarlijkse Algemene Ledenvergadering

Datum: 14 november 2016
Locatie: Het Heerenhuis
Tijd: 19.30 uur
Technisch voorzitter: Ludo Prinzen

Aanwezig:
Annabelle Waldus, Nynke Rozema, Bas Wagenmaker, Renee Boukens, Suzanne Busch, Christel Overmars, Marleen Rijpkema, Quin Kroon, Peter Lammers, Agnes Lieftinck, Doreen Posthuma, Ruth van Dongen, Dennis Kant, Jord Schepel, Lisanne Venema, Eline Nieboer, Britt Piket, Liesanne Rooks, Luuk Appels, Roelof Takens, Rogier Muis, Jelle Schaap, Yanne de Lang, Eline Klaver, Daniël Lutjens, Niki Gerards, Victor Laan, Julia Weekenstroo, Daan de Weger, Fleur Bastin, Anmarie Germs, Jochem Lubsen, Hylke Kroon, Leo Wijnstra, Tijmen Oudshoorn, Thomas Jonkman, Claudia de Boer, Talitha la Macchia, Lori Spruijt, Lotte Logher, Amber Zijlstra, Sim Kersten, Kevin Bood, Ivar Willemstein, Esmee Groen, Carmen Hoormann, Thomas de Ruiter, Hannah Kistemaker, Eline de Groot, Loes Kistemaker, Querien Ornstein, Robin Gringhuis, Marijke Tadema.

1. Opening
Ludo Prinzen opent de Halfjaarlijkse Algemene Ledenvergadering om 19.35 uur.

2. Vaststellen agenda
Er zijn binnen de daarvoor gestelde termijnen geen agendapunten binnengekomen.
De agenda wordt vastgesteld.

3. Mededelingen
Telefoons dienen uitgeschakeld te zijn. Er mag niet gerookt worden in de zaal. Iedereen dient de presentielijst te tekenen. Wanneer er vragen zijn dient dit door handopsteking bekend te worden gemaakt. Bij vragen dient er te worden opgestaan, de naam duidelijk genoemd te worden en vervolgens de vraag worden gesteld. Als iemand de zaal wil verlaten dient diegene zijn hand op te steken zodat de secretaris dit kan notuleren.

4. Ingekomen stukken
Er zijn geen ingekomen stukken.

5. Vaststellen notulen ALV 23 mei 2016
De notulen worden vastgesteld.

6. Secretarieel halfjaarverslag 2016-2017
Nick van de Gevel geeft een korte presentatie.

7. Mogelijkheid tot vragen over het secretarieel halfjaarverslag 2016-2017
Bas Wagenmaker: Dankjewel voor je presentatie Nick. Ik had een paar vragen. Allereerst was ik benieuwd wanneer de website opgeleverd gaat worden, want volgens mij waren jullie van plan om eerst, al eerder op te leveren maar is de deadline uitgesteld?

Nick van de Gevel: Ja, klopt. We willen liever een perfecte website dan dat we nu snel afronden. Maar het doel is begin december om hem op te leveren.

Bas Wagenmaker: Oké, mooizo. En volgens mij had ik deze opmerking al eerder gemaakt maar ik vond de landing space erg rood, dus misschien die achtergrondafbeelding toch zwart wit maken in plaats van alles rood.

Nick van de Gevel: Goede tip.

Bas Wagenmaker: Verder was ik erg benieuwd naar hoe jullie de Plusleden gaan motiveren om ook daadwerkelijk gebruik te maken van de mogelijkheden die jullie hebben aangeboden. Het is natuurlijk heel goed dat ze straks kunnen invullen van oké waar werk je nu, maar op het moment dat je het niet afdwingt of ze op een andere manier motiveert om het te doen ben ik bang dat ze het alsnog niet zullen doen.

Nick van de Gevel: Je bedoelt op de mogelijkheid die we geven bij het inschrijven voor bijvoorbeeld een Plusborrel of Plus evenement?

Bas Wagenmaker: Ja. Want Plusborrel komt bijvoorbeeld 50 man, we hebben iets meer Plusleden dus dan heb je maar een heel klein deel natuurlijk.

Nick van de Gevel. Ja. Dit willen we sowieso doen, maar daarnaast willen we ook nog gaan kijken, maar we zijn nu zo druk met Genkgo bezig met de website, we willen ook nog gaan kijken of dat het mogelijk is om in de nieuwsbrief een module op te nemen waarbij een persoonlijk bericht bovenaan komt te staan van 'Hey Bas, kloppen deze gegevens?' en dan de gegevens kort eronder, waardoor je direct daar persoonlijk aangesproken wordt en die gegevens kunt veranderen. Of kunt aanpassen.

Bas Wagenmaker: Oké, goeie. Dankjewel. En de laatste vraag die ik had, gaat over internationalisering, want ik merk dat jullie steeds meer dingen in het Engels gaan doen. Het maandelijkse praatje is nu al in het Engels, meerdere cursussen worden dus al Engels. Wat nog meer? Hebben jullie een grens getrokken? Of kijken jullie per stap hoe je dit aanpakt?

Nick van de Gevel: Ja. Echt per stap. Ook met de website hebben we hier over nagedacht. We proberen hier daarin nu de afweging te maken, voorheen waren alle promo-uitingen in zowel het Nederlands als in het Engels. Inmiddels is dat allemaal ook naar het Engels gegaan. Dus ja inderdaad stap voor stap kijken we daarna.

Bas Wagenmaker: Oké, dan wil ik nog wel adviseren om daar een langetermijnstrategie voor neer te zetten. Voordat we over een halfjaar hier ook in het Engels zitten terwijl dat misschien niet wenselijk is.

Nick van de Gevel: Ja, goeie. Thanks.

Renee Boukens: Bedankt voor je presentatie. Ik had twee vraagjes, allereerst over die Duitse inhousetour. Hoe gaan jullie dat precies aanpakken, want ik hoorde geen sollicitaties voor de commissie?

Nick van de Gevel: Nee.

Renee Boukens: Nee? Oké. En wordt het wel behandeld als een commissie? Is er een RvT die er op staat, is er al contact met bedrijven in Duitsland ?

Nick van de Gevel: Goede vraag. Allereerst, Martijn en Loy zullen de RvT vormen van deze Duitse inhousetour. En er is op dit moment nog geen contact geweest met Duitse bedrijven omdat we dat de Duitse studenten willen laten doen, en die zijn dus nog niet in de commissie op dit moment.

Renee Boukens: Oké. En behandelen als commissie?

Nick van de Gevel: Ja. Sorry.

Renee Boukens: Oké. Dan, ja wanneer willen jullie die gaan samenstellen? Want jullie wilden het in het voorjaar doen, dus, toch? Als ik het goed begrijp.

Nick van de Gevel: Ja. Het doel is om deze voor de kerstvakantie samen te stellen. Als ik het niet goed zeg, dan...

Loy van de Gevel: Ja. We zijn al in gesprek met Duitse studenten, dus je kan het wel verwachten binnen twee weken eigenlijk.

Renee Boukens: Oké, want een inhousetour denk ik organiseren in twee maanden, ja, ik weet niet.. Het is wel kortdag. Toch? In het voorjaar?

Nick van de Gevel: Ja, is zeker goed om mee te nemen.

Renee Boukens: En dan tweede vraag, wat me opvalt, is dat het lettertype anders is, ik weet niet of jullie je huisstijl gaan aanpassen of dat dit een foutje is?

Nick van de Gevel: Wie weet.

Doreen Posthuma: Ja, mijn vraag is al beantwoord. Die ging namelijk over de Plussers.

Dennis Kant: Bedankt voor je presentatie Nick. Ik had een aantal vragen en de eerste was over het mogelijk maken van creditcardbetalingen op de website. Ik vroeg me af, is hier eigenlijk heel veel vraag naar?

Nick van de Gevel: Met het oog op internationalisering denken we dat studenten die bijvoorbeeld nog geen betaling via iDeal kunnen doen of geen Nederlands bankrekeningnummer hebben dat dan een creditcardbetaling zeker goed vraag naar kan zijn.

Dennis Kant: Goeie. Nog een vraagje over de nieuwe promotievideo, ik vroeg me af, hebben jullie hier eigenlijk nog veel reacties op gehad? Zie je ook dat jullie daadwerkelijk meer inschrijvingen bijvoorbeeld hebben gewoon tijdens de promotieweek?

Nick van de Gevel: Goede vraag. Natuurlijk tijdens de promotieweek zie je wel een stijging in het aantal aanmeldingen, maar dat kan aan heel veel dingen liggen. Dus om dat nou echt aan de promotievideo toe te schrijven is wel moeilijk. De reactie is goed, dus ja. Alleen in hoeverre het meetbaar is, ja alleen die klikken zien we, en klik op bericht heb je nog, en bereikte personen, dus dat is ongeveer 2.000 en 1.100.

Dennis Kant: Oké, klinkt goed. En de laatste vraag dan over de internationale studenten die jullie willen aanstellen als commissieleden. Jullie hebben nu nog geen internationale studenten. Waarom willen ze dan bijvoorbeeld nu wel in deze commissie eigenlijk?

Nick van de Gevel: Nou, op dit moment is er één commissie opengesteld voor, waren er sollicitaties voor één commissie, het Media Team, en helaas zijn de internationals die daarvoor gesolliciteerd hebben het niet geworden. En er worden nu, op dit moment wordt de Commercial Night en het Master Marketing Team Spring wordt nu binnenkort geworven, en die is ook weer open voor internationale studenten. En dan natuurlijk de Duitse inhousetour die op dit moment geworven wordt. Dus we hopen binnenkort meer internationale studenten actief te hebben.

Jord Schepel: Dankjewel voor je presentatie Nick. Ik ben eigenlijk benieuwd, want jullie willen nu die Duitse inhousetour gaan doen, waarom hebben jullie voor Duitsland gekozen?

Nick van de Gevel: We hebben voor Duitsland gekozen omdat het percentage internationals van de master Marketing wordt steeds groter, en van dat percentage internationals is meer dan de helft Duits. Dus om de Duitse studenten die mogelijkheid te bieden. En daarnaast hebben we dus onderzoek gedaan naar andere verenigingen die wellicht relaties hebben met het buitenland, en daaruit kwam dus dat met Duitsland veel samengewerkt wordt. Dus vandaar het idee.

Jord Schepel: Maar de tour wordt wel in het Engels, niet dat je andere studenten anders buitensluit ofzo?

Nick van de Gevel: Nee, we sluiten geen studenten buiten.

Leo Wijnstra: Nick, bedankt voor je presentatie. Om mooi even aan te haken op de inhousetour. Hebben jullie al een soort van analyse gedaan bij Duitse bedrijven of er überhaupt vraag is naar Nederlandse studenten?

Nick van de Gevel: Nee, zoals ik aangaf, we hebben onderzoek gedaan naar andere marketing associaties in Nederland die dat dus succesvol doen, en vanuit daar hebben we de Duitse inhousetour bedacht.

Leo Wijnstra: Oké, bedankt. Ik heb ook nog een vraagje over de MARUG Pool, ik vroeg me af, hoeveel mensen zitten er momenteel in de Pool en zijn jullie tevreden met de groei ten opzichte van afgelopen jaar?

Nick van de Gevel: Ja, die zou ik graag aan Martijn willen geven. Hoeveel er precies in zitten?

Martijn Diekmann: Het exacte aantal weet ik zo niet, maar in ieder geval wel een grote groei ten opzichte van vorig jaar. We hebben met de Career Day bijvoorbeeld bij de inschrijvingen ook aangegeven, de student de optie gegeven om aan te geven dat ze in de MARUG Pool willen. En heel veel studenten hebben aangegeven dat ze in de MARUG Pool willen. Dus vervolgens hebben we nieuwe Campus Recruiters aangesteld, en ja sinds twee weken een plan opgesteld om die mensen die hebben aangegeven dat ze bij de MARUG Pool willen te gaan benaderen. In verband met tentamens hebben we besloten om dat zeg maar vanaf deze week op te pakken. Dus we verwachten dat het percentage flink zal stijgen aankomende tijd.

Leo Wijnstra: Kun je ongeveer een schatting geven hoe groot die Pool nu is?

Martijn Diekmann: Ja, dat zal zo rond de 120 zijn. Waarvan een deel al een baan heeft gevonden, ik weet niet het exacte aantal.

Leo Wijnstra: En tot nu toe zijn er nog niet echt mensen geplaatst bij bedrijven?

Martijn Diekmann: Jawel.

Leo Wijnstra: Oké, en dat is, hoeveel zijn dat er ongeveer?

Martijn Diekmann: Dit jaar of vorig jaar?

Leo Wijnstra: Totaal?

Martijn Diekmann: Beetje lastig in te schatten, maar zo rond de, vanaf het nieuwe jaar 20.

Leo Wijnstra: En het systeem bevalt goed? Van de Campus Recruiters?

Martijn Diekmann: Ja. Het is ideaal dat je studenten die de master Marketing volgen, die dichter bij de student staan natuurlijk dus die zich daar gewoon beter op kunnen inleven. Dus dat gaat goed.

Leo Wijnstra: Even kijken. Ik zag op jullie website dat jullie Media Team druk bezig is met het schrijven van allemaal mooie artikelen, ik zie ook mooie artikelen voorbij komen, bijvoorbeeld Tony's Chocolonely, Booking.com, en Dopper, ik vraag me af, betalen die bedrijven ook voor die posts?

Nick van de Gevel: Nee, betalen ze niet voor.

Leo Wijnstra: Oké, is gewoon vrijwillig vanuit het Media Team?

Nick van de Gevel: Ja, gratis reclame.

Leo Wijnstra: Kun je iets vertellen over de gemiddelde clicks per artikel?

Nick van de Gevel: Ik heb dit opgezocht, voor gemiddeld wordt een blog tussen de 100 en de 200 keer bekeken, een aantal uitschieters, 328 keer Guusje Steenbeek, No Guts No Glory. Helaas niet aanwezig hier. Maar gemiddeld tussen de 100-200. De recruitment blog door de oud international 137. De international die oud student is, sorry. Die 137 dus.

Loes Kistemaker: Ik vroeg me af hoeveel mensen op de link in de nieuwsbrief hebben geklikt om hun persoonlijke gegevens aan te passen?

Nick van de Gevel: Daar heb ik niet naar gekeken. Maaike, heb jij daar naar gekeken?

Maaike van Os: Nee daar hebben we op het moment nog niet naar gekeken. Maar we hebben het pas vorige week verstuurd, maar daar moeten we nog naar kijken.

Jochem Lubsen: Nick, bedankt voor je presentatie. Jullie hebben een nieuwe commissie toegevoegd die ook open is voor internationale studenten. Zijn jullie ook van plan om meer commissies open te stellen?

Nick van de Gevel: Op dit moment niet, naast de commissies die al open zijn, de Commercial Night, Master Marketing Team, en dus de Duitse inhousetour en het Media Team, maar dat hebben we eigenlijk besloten al tijdens de ALV dat we die dit jaar open gaan stellen.

Jochem Lubsen: Oké. En waarom juist deze commissies en andere niet?

Nick van de Gevel: We denken dat deze commissies daar geschikt voor zijn.

Jochem Lubsen: Goed, jullie hebben een takenpakket opgesteld voor de International Ambassador. Wat voor taken kan ik hier onder verwachten?

Nick van de Gevel: Zoals die oud student, bijvoorbeeld, heeft gepost een blog over hoe het is om bij de MARUG actief te zijn en wat de MARUG voor jou kan betekenen, dus vergelijkbaar daarmee. Ons doel is om in januari twee blogs daarvan te hebben gepubliceerd. Dus, nou, één is er dus gepubliceerd op 20 oktober, en de andere zal dus voor januari, of in januari gepost worden. En daarnaast is de bedoeling dat zij ook aanwezig zijn op evenementen, en dus op die manier alle internationals kunnen enthousiasmeren om betrokken te zijn bij de MARUG.

Jochem Lubsen: Oké. En jullie stellen straks een of twee International Ambassadors aan?

Nick van de Gevel: Twee.

Jochem Lubsen: Twee. Ieder actief lid dat jullie werven?

Nick van de Gevel: Dat ligt eraan hoeveel actieve leden er zijn.

Jochem Lubsen: Oké, maar waarom twee en waarom niet een?

Nick van de Gevel: Het doel is twee. Maar we kijken wel hoe ver we komen.

Jochem Lubsen: Goed, bedankt.

Thijmen Oudshoorn: Bedankt voor je presentatie Nick. Ik vroeg me af, zijn jullie ook nog van plan om naast de vakkoppeling met bachelorstudenten op een andere manier bachelorstudenten te targeten de rest van het jaar?

Nick van de Gevel: Op dit moment hebben we daar nog geen concrete plannen voor.

Thijmen Oudshoorn: Daar gaan jullie nog over nadenken?

Nick van de Gevel: We denken wel na over een nieuwe vakkoppeling, in samenwerking met de vakgroep Marketing, alleen hier zijn nog zodanig niet concrete plannen over, dat is eigenlijk alleen omdat er aangegeven is vanuit het bedrijf en vanuit de vakgroep dat de vakkoppeling zo goed is bevallen dat we daar die opties open willen houden. Maar dat is het ook.

Thijmen Oudshoorn: Maar naast de vakkoppeling dus niet?

Nick van de Gevel: Nee.

Annabelle Waldus: Nick, bedankt voor je presentatie. Jullie gaven aan dat je 58 leden op zo'n Facebook groep hebt voor de pre-master en ik vroeg me af wat voor dekkingsgraad jullie daarmee behalen?

Nick van de Gevel: Hoeveel er op dit moment pre-master Marketing studeren dus?

Annabelle Waldus: Ja dus 58 van de hoeveel?

Maaike van Os: Er is ongeveer een groep van 80 studenten.

Lotte Logher: Ik heb nog een paar vragen over. Deze is al een beetje half beantwoord eigenlijk maar ik dacht dat ik net meekreeg dat je Plussers niet alleen naar de bedrijven wil vragen waar ze nu werkzaam zijn maar ook naar algemene informatie?

Nick van de Gevel: Ik dacht alleen het bedrijf toevoegen.

Maaike van Os: Ja het is bij de inschrijvingen voor Plus evenementen gaan we de optionele optie zeg maar om het bedrijf in te vullen, het is ook niet verplicht, maar daar kunnen wij bijvoorbeeld weer relevante informatie uit halen, en in de Plusmail komt ook een link.

Lotte Logher: Ja, precies. Dan nog een Plusgerelateerde vraag, wat Bas net ook even aanstipte, in principe is de actieve groep Plussers die echt naar evenementen toe komt nou, max. 10% van het totaal aantal Plussers dat je hebt. Is het ook de bedoeling, want ik hoorde nu zeg maar via emails om ze zo te bereiken, veel Plussers lezen dit niet, ook als je kijkt naar click rates en hoeveel mensen überhaupt een mail openen, is het ook de bedoeling om die niet actieve Plussers ook te benaderen hiermee? Om dat ook te vernieuwen? Of is dat iets waarvan je denkt dat laten we zo?

Maaike van Os: Ja dat proberen we altijd wel natuurlijk, ook met de ledenincasso zijn we daar weer heel erg veel achteraan geweest, omdat heel veel gegevens inderdaad niet meer kloppen, en van mensen waar we geen respons van hebben gekregen of waar het gewoon niet van klopt of die het niet willen geven, die melden we gewoon ook af als lid, want als we ze niet kunnen incasseren dan kunnen ze ook geen lid zijn.

Lotte Logher: Ja. Oké, duidelijk. Oja, laatste vraagje. Je noemde al iets over dat jullie bij andere verenigingen hebben gepeild in hoeverre zegmaar inhousetouren naar Duitsland haalbaar zijn. Hebben jullie dan ook informatie gekregen over in hoeverre Duitse bedrijven daar open voor staan? Want ik kan me voorstellen dat ze, het kan natuurlijk iets heel ergs Nederlands zijn, dus dat het misschien helemaal niet daar gebruikelijk is om zulke dingen te organiseren. Heb je daar informatie over?

Nick van de Gevel: Ja. Zover, in Maastricht bijvoorbeeld, zijn ze hier heel erg ver in, vooral in het gebied van Duitsland, daar is het eigenlijk op gebaseerd. En daar is dus de animo vanuit bedrijven groter dan verwacht.

Lotte Logher: En dat is ook marketinggerelateerd?

Nick van de Gevel: Ja. Dat is de marketing vereniging.

Lotte Logher: Top, dankjewel.

Carmen Hoormann: Dankjewel voor je presentatie Nick. Ik had allereerst een vraagje over de promotievideo. Namelijk, ik vroeg me af welke taal de ondertiteling wordt?

Nick van de Gevel: Engels.

Carmen Hoormann: Oké, want dat vroeg ik me af, waarom er eigenlijk ondertiteling is, het filmpje is toch in het Engels?

Nick van de Gevel: Bijvoorbeeld als je in de trein zit, en je scrolt door Facebook heen, dat je dan sneller blijft kijken als er ondertiteling onder de video staat.

Carmen Hoormann: Oké. En ik vroeg me ook af of jullie dit filmpje elk jaar opnieuw willen gaan gebruiken?

Nick van de Gevel: Ik weet niet of hij over 10 jaar nog representatief is, maar we hebben hem wel met het oog op dat hij meerdere jaren gebruikt kan worden gemaakt. We hebben ook bijvoorbeeld bij het voorstellen, als ik dat soort interview doe, dan staat er ook 'MARUG Chairman 2016-2017'.

Carmen Hoormann: Nee maar omdat je zegt 'I'm currently the chairman'.

Nick van de Gevel: 'Currently'. Dus 2016-2017 hebben we er daarom onder gezet.

Carmen Hoormann: Oké, prima. Ja ik had nog één vraagje, ik vroeg me af, jullie willen de inhousetour commissie voor Duitsland uit drie leden laten bestaan. Ik vroeg me af of dat voldoende is? Het lijkt me best wel wat werk. Vooral omdat je nu voor het eerst naar het buitenland gaat. Of naar Duitsland gaat.

Nick van de Gevel: Goede vraag. Wij denken dat het voldoende is, we hebben hier over nagedacht. Maaike en Martijn organiseren, daar is geen commissie voor, organiseren de inhousetour naar Dublin, die zal volgende week plaatsvinden. Dus we denken dat 3 Duitse studenten daarbij en misschien moeten Martijn en Loy dan wat extra bijspringen, dat dat voldoende is.

Carmen Hoormann: Oké, dankjewel.

Ivar Willemstein: Bij afgelopen consti's hebben we het wel eens gehad over Commotie en daarmee is mijn interesse gewekt voor het ComMa Congres. Ik vroeg me af hoe de samenwerking is verlopen met Commotie? En daarnaast, jullie geven aan dat de belangstelling van communicatiestudenten voor marketing is vergroot, zie je dat terug in de ledenaantallen of aanwezigheid bij andere activiteiten?

Nick van de Gevel: Leuk dat je het vraagt, goede vraag. Erg tevreden over de samenwerking met Commotie. Alles is goed gegaan, weer een mooi evenement neergezet met een mooi aantal deelnemers, en ook goed geëvalueerd door studenten. Dus daar zijn we enthousiast over. Voor de stijging in ledenaantallen voor Communicatie- en Informatiewetenschappen, dat bedoel je dan toch?

Ivar Willemstein: Ja nou of ze actief zijn en of ze deelnemen aan activiteiten.

Nick van de Gevel: Ik weet niet of dat we dat gemeten hebben?

Maaike van Os: Ja we hebben na het ComMa Congres een aantal nieuwe communicatiestudenten als aanmelding gehad, dat ligt rond de 5. Daarnaast heeft één van die meiden ook aangegeven om actief te willen worden. En vooral de ComMa commissie zelf, de Commotie leden daarvan zijn nu heel actief bij de MARUG en een meisje is ook opnieuw actief geworden bij de MARUG. En we zien dus inderdaad dat ze wel door het congres ook naar onze activiteiten komen.

Ivar Willemstein: Oké, Dankjewel.

Nick van de Gevel: Beantwoordt dat je vraag?

Ivar Willemstein: Ja.

<u>Tweede vragenronde</u>

Annabelle Waldus: Ja ik vroeg me eigenlijk af met het actualiseren van het ledenbestand, of jullie zeg maar in de zomervakantie elke tweedejaars naar derdejaars gaan maken en elke derdejaars naar masterstudent? Anders zou iedereen elk jaar weer zijn profiel moeten updaten en kan dat elk jaar weer opnieuw.

Nick van de Gevel: Je bedoelt of wij dat bij iedereen in de zomer zelf gaan doen?

Annabelle Waldus: Ja.

Maaike van Os: Ik ben daar deze zomer wel heel druk mee geweest, ik heb ook heel veel LinkedIn profielen afgezocht. Dat kan natuurlijk uiteraard niet van alle leden maar van de grootste groepen heb ik dat wel gedaan. Daarnaast komt er ook nog een ledencheck met de faculteit om te checken wie afgestudeerd zijn en wie niet. Maar mijn vrije uurtjes gaan daar wel in zitten ja.

Annabelle Waldus: En denk je dan dat het voor jouw opvolger wederom een project is? Omdat het volgend jaar weer niet actueel is?

Maaike van Os: Ja het is gewoon heel lastig om dat actueel te houden, ook omdat de ene student doet langer over zijn studie dan de ander en zit in het tweede jaar

misschien qua vakken nog wel in het eerste jaar dus dan kun je dat niet helemaal zeggen. Dus dat zal altijd een aandachtspuntje blijven.

Leo Wijnstra: Ik heb nog een vraagje over de website. Heel mooi dat jullie de website aan het optimaliseren zijn. Het ziet er heel mooi uit, en ik vroeg me af in hoeverre jullie gebruik maken van Google Analytics hierbij en voor dan vooral de bezoekersstromen.

Nick van de Gevel: Op dit moment weinig. We meten het wel, maar niet echt dat we daar meer targeten of iets dergelijks. Maar we zijn wel van plan om dat meer op te pakken als de website gelanceerd wordt.

Leo Wijnstra: Oké, want als de website gelanceerd wordt hebben jullie dan zelf ook de rechten om dat soort dingen aan te passen?

Nick van de Gevel: Wat precies aan te passen bedoel je?

Leo Wijnstra: De front-end, zeg maar de lay-out. Jullie structuren.

Nick van de Gevel: In zekere mate, maar niet alles. Met name is dat content aanpassen.

Leo Wijnstra: Oké. Dus over 2 jaar staat dat weer als beleidspuntje op de agenda?

Maaike van Os: Nee als wij dingen veranderd willen zien in de lay-out dan kunnen we altijd gewoon contact opnemen met Genkgo. Dat hebben we nu ook, en dat doen ze nu ook.

Leo Wijnstra: Oké. Maar jullie willen dus wel meer gebruik maken van data?

Maaike van Os: Ja.

Bas Wagenmaker: Ik heb nog een vraagje. Hebben jullie al ideeën voor de derde cursus in blok 3, qua doelgroep en qua concrete invulling? En overleggen jullie dit ook met de vakgroep?

Nick van de Gevel: Ja, en ja.

Miranda Leijen: Ja we zijn momenteel aan het kijken naar een cursus R. We merkten vanuit vooral de MSc Marketing studenten dat hier wel veel vraag naar is, er is nu een vak waar het ook wordt behandeld, maar wel vrij beperkt. We moeten er nog met de vakgroep over zitten maar we zijn nu eerst aan het zoeken naar een partij die ons daar in kan helpen.

Bas Wagenmaker: Hebben jullie al ideeën voor een partij die je daar mee op weg kan helpen?

Miranda Leijen: We hebben voor deze week een afspraak staan met een docent die niet een cursus maar een vak hierin geeft. Dus daarmee gaan we in gesprek.

Bas Wagenmaker: Ik ben benieuwd. Dankjewel.

Het secretarieel halfjaarverslag wordt vastgesteld.

8. Financieel halfjaarverslag 2016-2017

Loy Löwik geeft een korte presentatie.

9. Mogelijkheid tot vragen over het financieel halfjaarverslag 2016-2017

Hylke Kroon: Loy, bedankt voor je presentatie. Was heel soepel zoals altijd. Ik vroeg me af, je ging er heel snel doorheen, maar de crediteuren, slechts €7? Ten opzichte van je voorganger is dat echt een stuk gedaald, zit je er heel dicht op of gaat het gewoon lekker?

Loy Löwik: Ik laat de facturen ook wel eens liggen maar dat betekent dat ik ze dan ook nog niet inboek, en dan boek ik ze in en betaal ik ze ook direct. Dus ja, dat maakt denk ik het verschil. En die €7, dat is een declaratie van Liza Willemsen. Reiskosten, Bol.com inhousedag. Dat had ze ook een dag later kunnen doen en dan was het helemaal mooi geweest.

Hylke Kroon: Denk niet dat je nu nog een hele stapel oningeboekte facturen hebt liggen op je bureau?

Loy Löwik: Nee.

Hylke Kroon: Oké, dat is goed om te horen. Daarnaast zei je nog wat storneringen te verwachten op de ledenincasso? Maar dit zijn de cijfers van 31 oktober, dus ik vraag me af, zijn die er heel veel gekomen?

Loy Löwik: Ja, die zijn al aardig wat binnengekomen, ja zeker.

Hylke Kroon: En daarbij in lijn, hoe evalueer je het incasseren via Exact Online?

Loy Löwik: Hartstikke goed. Incasso is dus nu niet doorgekomen bij de ING, maar dat had te maken met de machtigingsnummers. Dus daar hebben we wat aan gedaan. Iedereen die bij de ING zit kan verwachten alsnog eind november te worden geïncasseerd.

Hylke Kroon: Dat is goed om te horen. En daarnaast, ja vroeg ik me af, toch nog weer een dikke €1000 aan overige kosten die gerealiseerd zijn, wat is dat precies?

Loy Löwik: Koffiekosten van Maylen, intakes. Intakes van Maylen, waar ze altijd veel koffie drinkt. Insteekmappen, dat soort dingen. Ik weet het niet precies, het zijn een heleboel kleine bedragen.

Hylke Kroon: Oké, dankjewel. En dan als laatste nog die Duitse Inhousetour, daar staat ongeveer een €1000, dus de deelnemersbijdrage voor begroot, als baten, en €3000 aan lasten, vind je niet dat het dan een heel duur evenement wordt?

Loy Löwik: Ja, het is niet goedkoop. Maar wel waard denk ik. We wilden graag iets doen voor de recruitment van internationale leden en aangezien dat bij Nederlandse bedrijven nog niet helemaal gelukt is gaan we het op deze manier doen, en het kost wel wat geld, klopt.

Rogier Muis: Ik had even een vraagje, ik zag incidentele lasten van bestuur, €700, ik was benieuwd waar dat vandaan komt. Dat heeft ook enige betrekking op ons evenement volgens mij.

Loy Löwik: Ja. Dat is een correctie op de winstverdeling van de Recruitment Days inderdaad, en een oninbare debiteur.

Rogier Muis: En je hebt verder geen informatie over die correctie?

Loy Löwik: Die correctie was een klein bedrag. Het is vooral die oninbare debiteur.

Rogier Muis: Is goed. Bedankt.

Sim Kersten: Ik vroeg me af, je zegt dat je minder lasten voor de MARUG inhousedagen hebt gerealiseerd omdat je die bij de, omdat je een Duitse Inhousetour nu organiseert. Nou vroeg ik me wel af waarom de baten van de MARUG inhousedagen wel gelijk blijven als je geen Nederlandse inhousetour doet.

Loy Löwik: Voor die tour in Nederland waren we in eerste instantie niet uitgegaan van betaling van bedrijven. En wat er nu nog staat, de baten van inhousedagen, dat zijn gewoon de reguliere inhousedagen.

Sim Kersten: Oké, dankjewel.

Jord Schepel: Loy, bedankt voor je presentatie. Ik zie dat je een prachtig resultaat boekt van €0, dat ziet er mooi uit. Ik had een vraagje ten eerst over, ik zag een hele leuke verzekering op staan voor €385, maar je hebt aan vaste activa €1328. Ik vind het onredelijk veel aan verzekering voor het bedrag wat daar aan vaste activa staat.

Loy Löwik: Het zijn 3 verzekeringen: een goederen- en inventarisverzekering, een schadeverzekering voor de camera en een aansprakelijkheidsverzekering.

Jord Schepel: Ja, maar alsnog. Aansprakelijkheidsverzekering snap ik, dat valt erbuiten, maar de rest gaat allemaal over je inventaris in principe, over je vaste activa, en dat is een kwart, een derde van het bedrag dat wordt verzekerd. Dat lijkt me hoog. Hoe denk je daar zelf over?

Loy Löwik: Ja de camera was in aanschaf in eerste instantie best wel duur, dat is de reden dat we daarvoor zo'n verzekering hebben aangeschaft, maar die zou op een gegeven moment dan ook weggaan als ik denk dat die het niet meer waard is.

Jord Schepel: Oké. Ik vroeg me af over de ICT kosten, die zijn iets omhoog gegaan. Komt dat door de nieuwe website die er gaat komen?

Loy Löwik: Ja, en twee aansluitingen die iets duurder waren dan ik had verwacht. Dus ik heb gewoon een deel genomen van wat nu gerealiseerd is.

Jord Schepel: Oké. Ik zag inderdaad van jullie Master Team, die doet het goed, die haalt €800 meer acquisitie op dan begroot, maar er wordt dan vervolgens wel weer €1000 extra besteedt. Is dat een soort van compensatie dat ze het goed doen dat ze ook meer mogen uitgeven?

Loy Löwik: Er was ruimte voor. Dus ja, die hebben €200 erbij.

Ivar Willemstein: Je noemde al kort de ING, ik vroeg me af of je er daar al achter bent gekomen wat het probleem is van de incasso? En of je dat de volgende keer kan voorkomen?

Loy Löwik: Ja, ik ben er achter wat het probleem is en ik kan het de volgende keer voorkomen.

Ivar Willemstein: Top, dat is mooi.

Querien Ornstein: Ik had een vraag over de Duitse Inhousetour en de Dublin Inhousetour, want je hebt voor lasten heb je wel een verschil van €5000 begroot, is dat alleen maar omdat jullie dan moeten vliegen of heeft het ook andere oorzaken dat het verschillend is?

Loy Löwik: Ja, vliegkosten hebben we inderdaad niet, en we gaan ook iets minder lang daar naartoe. Duitse Inhousetour is 2-3 dagen, en Dublin Inhousetour is 5 dagen.

Martijn Diekmann: En minder deelnemers. Dat scheelt ook weer.

Thomas Jonkman: Loy, thanks. Je staat inderdaad erg soepel voor de klas. Ik heb een vraagje met betrekking tot de acquisitie. Toch mooi om te zien dat je hoger hebt begroot dan je voorganger. Is ook eigenlijk een vraagje aan Martijn. Ik merk toch zelf dat de meeste bedrijven rond de zomermaanden hun plannen al rond hebben en de

meeste contracten hebben getekend. Hoe ga je er eigenlijk voor zorgen dat je toch die 25K haalt en daarmee boven je voorganger eindigt?

Martijn Diekmann: Bij ons ligt meestal het zwaartepunt in het najaar. Of rond het voorjaar. Dus als je kijkt naar afgelopen jaren is het logisch, of in ieder geval, is nog goed te realiseren. De meeste contracten lopen af in het voorjaar.

Tweede vragenronde

Jord Schepel: Ik had nog een hele korte nog, ik zag dat je afgedragen btw, ik zag dat je alleen 21% af hebt geboekt, hoe komt dat mag ik vragen?

Loy Löwik: Foutje, ik heb ze samengevoegd. Ik heb ook 6% en 21%, maar ik heb ze samen gezet op een post onder de balans.

Jord Schepel: Oké. En verder vroeg ik me af, ik zag dat je wel een redelijk hoog bedrag aan eigen vermogen hebt staan vind ik. Heb je daar nog ideeën mee in de toekomst, bepaalde investeringen die jullie willen gaan doen of willen jullie het gewoon op dat bedrag houden?

Loy Löwik: Het idee is wel om daar gebruik van te maken, wanneer zich daar een goede mogelijkheid voor aandient. Dus, ik heb nu niet direct iets, maar als er een goede investeringsmogelijheid voorbij komt dan gaan we daar zeker gebruik van maken, en dat eigen vermogen aanspreken.

Jord Schepel: Tot dan lekker rentenieren?

Loy Löwik: Ja, precies.

Bas Wagenmaker: Yes Loy, jij ook bedankt voor je presentatie. Ik had een vraag over de Duitse Inhousetour, aangezien internationalisering in lijn is met het plan van én de universiteit én de faculteit, heb je al gekeken naar subsidiemogelijkheden? Aangezien het zo'n duur evenement is.

Loy Löwik: Heb ik nog niet naar gekeken, maar hele goede tip. Dankjewel. Ik ga er wel naar kijken.

Het financieel halfjaarverslag wordt vastgesteld.

10. Voorstel tot benoemen Liane Voerman als erelid

Nick van de Gevel geeft een korte toelichting over het benoemen van Liane Voerman tot erelid.

Er is geen stemming gewenst.
Liane Voerman wordt als erelid van de MARUG benoemd.

11. Rondvraag

Leo Wijnstra: Lief MARUG bestuur, ik heb de eer om jullie als eerste te mogen bedanken. Namens het EBF bestuur 2016-2017 van harte gefeliciteerd met jullie prestaties tot nu toe. Het was even een realisatie moment voor ons allen toen we hier binnen stapten, want jullie ALV was tevens ons eerste officiële moment als kandi. Sommige van ons kenden Maaike al daarvoor, want die heeft natuurlijk jullie eigen kennismaking uitgespeeld. En Maaike was niet de enige, later kwamen we erachter dat Loy ook nog aanwezig was, maar die was op een andere plek op dat moment. We zijn tegelijk begonnen en ik denk wat Nick zo mooi zegt, jullie zijn broertjes en zusjes van elkaar, maar we zijn natuurlijk ook broertjes geworden op het interim. Daar zijn we heel blij mee. Dat kun je terug zien door de tutorial die we hebben gekregen van Maylen. Ze heeft ons geleerd hoe we onze vissenkom schoon kunnen houden, dus bedankt daarvoor. Tegenwoordig is hij een stuk schoner. Ook hebben we samen een activiteit gedaan, een lasergame activiteit, en daar waren de pijnlijke feiten meteen duidelijk, want er waren rode en blauwe pakken. Niet helemaal slim natuurlijk. Gefeliciteerd Martijn, met de overwinning daar. En gefeliciteerd voor mezelf, want de andere keer heb ik gewonnen. Na de lasergame activiteit zijn we nog gezellig wat gaan drinken bij Jochem in de kelder. Bedankt voor het delen van al je diepzinnige geheimen Maylen. Ik denk dat jullie heel trots mogen zijn op de voortgang van jullie beleid. Een puntje om mee te nemen voor aankomend half jaar is dat Loy, ik verwacht van jou wel wat initiatief als boyband leider, om die boyband voort te zetten. En Miranda, we zijn blij dat jij ook het gezicht van de marketing bent geworden, dat je naast Nick ook in het promotiefilmpje gezet bent. Overall denk ik dat jullie een heel mooi eerste deel van jullie beleid hebben kunnen laten zien en dat jullie al veel punten hebben gedaan, en we kijken uit naar aankomend half jaar. Succes met alles.

Carmen Hoormann: Lief MARUG bestuur, ook namens het TeMa bestuur 2016-2017 wil ik jullie feliciteren met de behaalde resultaten. Het ziet er goed uit, en ja, tot slot, 'Viel Erfolg mit eure Inhousetour'!

Ivar Willemstein: Namens het Risk bestuur 2016-2017 wil ik jullie ook natuurlijk feliciteren met jullie mooie beleid en met jullie plannen voor het komende half jaar. Ik wil ook vooral mijn waardering uitspreken voor jullie enthousiasme en vrolijkheid op het interim, tijdens de lunch, tijdens de borrels, altijd hartstikke gezellig met jullie en dat vinden we hartstikke fijn. Ik beloof ook dat wij vanavond weer met zijn allen, behalve Anna, die is er helaas niet, aanwezig zullen zijn bij de borrel. Daarnaast, met name Martijn ook, wacht ik op jouw initiatief voor die band die wij moeten vormen tegenover die rare boyband. Onze stijl is natuurlijk een stuk beter. Dat moeten we wel een keer laten zien. Succes daar.

Dennis Kant: Lief MARUG bestuur, namens het VESTING bestuur 2016-2017 wil ik jullie ook feliciteren met wat jullie tot nu toe hebben bereikt. Ik denk ook dat jullie nog hele mooie plannen hebben voor het komende halfjaar. Wij zitten natuurlijk naast jullie, we hadden het net al over broertjes en zusjes, jullie zijn onze buren maar ook wel een beetje onze broertjes en zusjes geworden. Ik vind het altijd

fantastisch gezellig met jullie. En af en toe als ik dan Maylen hoor praten zoals vandaag dan smelt m'n hart weer een beetje. Dat is wel mooi natuurlijk, ik hoorde net al dat Maylen een tutorial had gegeven over de vissenkom, maar ik zag dat Martijn vandaag ook fantastisch bezig was. Het zit niet alleen bij jou maar gewoon in het hele bestuur helemaal goed. Wat ik nog meer mooi vind is dat bijvoorbeeld in de zomer de integratie ook goed plaatsvond. Wij waren weg, Doreen en ik waren de hele zomer in de Randstad, maar jullie hebben gewoon Ruth opgevangen en geadopteerd. Verder vind ik het mooi dat je niet alleen met Ruth geïntegreerd hebt maar ook dat je Doreen in je huis hebt hangen. Iets wat ten zeerst gewaardeerd wordt door ons bestuursgenootje, fantastisch. Ik heb laatst pas ook nog een keertje bij Loy in de trein gezeten, dat was ook weer een en al vermaak, toen jij je beach look liet zien. Ik vertelde net al wat over Ruth, wij hebben natuurlijk Ruth in ons bestuur, dat is echt genieten elke dag weer. Maar Miranda, jij bent een beetje de Ruth van jullie bestuur. Ik weet dat Loy altijd heel erg jaloers is op Ruth, maar gelukkig zit jij in het bestuur zodat jullie ook een eigen stukje Ruth hebben. Tot slot nog twee puntjes. Martijn, ik vond het mooi dat je vandaag de vissenkom aan het schoonmaken was. Dat was natuurlijk door de verzaakjes, ik hoop dat je er het komende halfjaar op gaat letten, of misschien nog wel meer verzaakjes gaat krijgen. Ik ben heel erg benieuwd. En ik ben heel erg blij dat jullie natuurlijk ook heel veel mooie dingen met elkaar doen en dat jullie bijvoorbeeld ook naar Kerstmiddag gaan in Hengelo, waar Maaike altijd zo vol trots over spreekt. Ik hoop dan ook dat als wij naar de Efteling gaan ook zo veel plezier met jullie mogen beleven.

Bas Wagenmaker: Lief MARUG bestuur, ook namens het bestuur 2015-2016 gefeliciteerd met een succesvol eerste halfjaar, jullie hebben een heleboel creatieve ideeën maar ondertussen ook erg veel daadkracht, en dat is mooi om te zien. De promotievideo staat er al, de website komt eraan, dus het ziet er straks weer helemaal fris uit. Ook jullie internationaliseringsplannen hebben ambitie, er is ook nog veel te doen dus daar wil ik jullie in ieder geval heel veel succes bij wensen. Ik hoop dat er ondertussen ook veel gedronken wordt, dat is natuurlijk ook belangrijk. Maar volgens mij zit dat wel goed. Zelfs tijdens onze Raad van Voorzitters vergadering in Amsterdam worden er flessen wijn naar binnen gesmokkeld bij het hoofdkantoor van Deloitte. Dus houd dat vol en geniet er vooral van, want cliché, maar voor je het weet is het voorbij.

Anmarie Germs: Namens de Recruitment Days 2016 wil ik jullie ook feliciteren met de tot op heden behaalde resultaten. We kijken heel erg uit naar de Recruitment Days 2016 en vooral ook 28 november waarop we natuurlijk nog meer kennis met elkaar gaan maken op bepaalde vlakken denk ik, want we kennen elkaar inmiddels ook heel goed met de hoeveelheid die wij binnenwandelen bij jullie en dat jullie bij ons binnen wandelen. Dus erg bedankt zo ver en we kijken er erg naar uit om straks de Recruitment Days samen af te sluiten.

12. Afsluiting

Ludo Prinzen sluit de Halfjaarlijkse Algemene Ledenvergadering om 20.39.

1. MARUG Basisvoorwaarden

De beste keus voor marketingstudenten én marketing geïnteresseerden!

MARUG evenementen richten zich op een specifieke doelgroep waar passende sprekers en bedrijven voor worden aangetrokken. De evenementen dienen studenten en bedrijven op een professionele en sociale manier kennis met elkaar te laten maken. Het evenementenaanbod wordt elk jaar geëvalueerd en aangepast waar nodig.

De interne organisatie van de MARUG onderscheidt zich van andere verenigingen om het zo aantrekkelijk te maken voor studenten om actief te worden binnen de MARUG. De MARUG is een gezellige en sociale vereniging waar studenten de kans krijgen zich te ontwikkelen naast hun studie en er veel interactiviteit tussen commissies onderling en tussen commissies en het bestuur is. De MARUG onderscheidt zich ten opzichte van andere studieverenigingen in Groningen en Marketing Associaties in Nederland. De MARUG is aantrekkelijk en vernieuwend voor (marketing)bedrijven in Nederland.

Het ledenbestand van de MARUG bestaat uit MSc Marketing studenten, marketing geïnteresseerde bachelor- en masterstudenten aan de Rijksuniversiteit Groningen en MARUG alumni. De leden worden vertegenwoordigd door de vereniging die te allen tijde zoveel mogelijk waarde toevoegt aan het MARUG lidmaatschap.

In haar communicatie is de MARUG zo vooruitstrevend en effectief mogelijk. De communicatie van de MARUG is onafhankelijk van derden en de verschillende media van de vereniging stralen haar visie op marketing uit.

In de samenwerking met universitaire partijen staat het belang van de MARUG leden centraal. In deze samenwerking behoudt de MARUG te allen tijde haar unieke cultuur en karakter.

2. Beleidsplan MARUG Bestuur 2016-2017

2.1. Digitale uitstraling en administratie van de MARUG versterken

2.1.1. Website vernieuwen

In 2013 is de website voor het laatst volledig vernieuwd. Websites zijn tegenwoordig al snel verouderd, in het bijzonder die van een marketingvereniging. Een vereniging als de MARUG hoort voorop te lopen op marketinggebied en het hebben van een representatieve website speelt daarin een sleutelrol. Dit jaar is er hard gewerkt aan een compleet nieuwe front-end van de website. Deze nieuwe website is in maart live gegaan. De nieuwe website is responsive, zodat op ieder apparaat dezelfde webervaring wordt gecreëerd. Ook is de content vernieuwd en anders ingedeeld en is de website nu een stuk overzichtelijker.

Verder zijn dit jaar alle evenementen via de nieuwe evenementenmodule aangeboden, waardoor studenten gelijk konden betalen met iDeal. Dit is erg goed bevallen. Het is een stuk gemakkelijker en sneller dan achteraf incasseren en het heeft niet geleid tot een daling in het aantal aanmeldingen voor evenementen. Ook zijn de mogelijkheden voor - en de voordelen van - een cookie-melding op de website onderzocht. Dit onderzoek heeft uitgewezen dat het niet nodig is een cookie-melding te plaatsen op www.marug.nl.

✓ Nieuwe front-end gerealiseerd
✓ iDEAL implementatie voor alle evenementen
✓ Updaten van informatie op de website

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Secretaris, Penningmeester en PR & Promotie verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.1.2. Actualiseren ledenadministratie

Het is van groot belang om de persoonlijke informatie van leden actueel te houden, om ervoor te zorgen dat zij zo goed mogelijk bereikt kunnen worden met bijvoorbeeld mailings. Dit jaar is bij alle reguliere evenementen de optie toegevoegd om de huidige studie en het studiejaar te vermelden, waardoor er meer inzicht gecreëerd werd in de studiefase waarin leden zich bevinden. Ook is er bij alle MARUG Plus evenementen de optie voor Plussers toegevoegd om aan te geven bij welk bedrijf ze momenteel werkzaam zijn en welke functie ze hier uitoefenen. Deze informatie is waardevol voor de functionaris Externe Betrekkingen van het bestuur en voor commissies. Elke drie maanden is een link geplaatst in de nieuwsbrief waar leden gevraagd werd hun persoonlijke informatie te controleren en aan te passen waar nodig. Ook krijgen leden nu bij een eerste inlog op de website eerst hun pagina met persoonlijke informatie te zien die ze kunnen aanpassen, waarna ze pas verder kunnen naar de 'Mijn MARUG' omgeving.

✓ Mogelijkheid om studie en studiejaar aan te geven bij inschrijving voor evenementen
✓ Link naar persoonlijke informatie geplaatst in nieuwsbrief
✓ Bij inloggen op 'Mijn MARUG' wordt eerst een pagina getoond waar persoonlijke informatie kan worden aangepast
✓ Optie bij MARUG Plus evenementen om huidige werkplek en functie in te vullen

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Secretaris en Voorzitter verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.1.3. Nieuwe promotievideo

Vooral bachelorstudenten zijn over het algemeen minder bekend met de MARUG. Om die groep en andere nieuwe studenten te bereiken is besloten een promotievideo in te zetten om op een creatieve en beeldende wijze informatie te verschaffen. De vorige promotievideo was verouderd en daarom is er een nieuwe algemene promotievideo gemaakt. Als marketingvereniging is het van groot belang dat de promotie-uitingen van hoge kwaliteit zijn. Daarom is er besloten een externe partij in te schakelen voor het maken van de video om op die manier de professionaliteit en kwaliteit van de video te garanderen. Deze externe partij heeft nieuwe beelden geschoten en daarnaast de video gemonteerd. In september is de nieuwe promotievideo gelanceerd op verschillende online kanalen en geïntroduceerd tijdens de promotieweek van de MARUG. De vernieuwde video is inmiddels ook ingezet tijdens verschillende collegepraatjes. Ten slotte is er halverwege het jaar ondertiteling toegevoegd aan de promotievideo.

- ✓ Nieuwe promotievideo van de vereniging ontwikkeld en gepromoot via verschillende online- en offline kanalen
- ✓ Ondertiteling toevoegen aan de promotievideo

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen PR & Promotie en Voorzitter verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.2. Internationalisering van de MARUG

2.2.1. International Ambassadors aanstellen

Om internationale studenten enthousiast te maken om actief lid te worden bij de MARUG is er op donderdag 20 oktober 2016 een blog op onze website geplaatst die vervolgens gedeeld is op Facebook, LinkedIn en Twitter. Deze blog is geschreven door een internationale oud-student die de afgelopen jaren actief is geweest bij de MARUG. Afgelopen februari zijn er twee International Ambassadors van Duitse en Zweedse afkomst aangesteld. Deze Ambassadors zijn actieve en tevens zeer betrokken leden van de MARUG. In maart heeft het Media Team een special gepubliceerd over de international ambassadors. Deze special is een interview met beide International Ambassadors over wie ze zijn, wat ze bij de MARUG doen en wat het betekent om actief lid te zijn bij de MARUG als internationale student. In juni en in september van dit jaar zal er nog een blog of item geplaatst worden.

- ✓ Blog gepubliceerd die geschreven is door een internationale oud-student
- ✓ Takenpakket en richtlijnen opgesteld voor de International Ambassadors
- ✓ Twee International Ambassadors aangesteld
- ✓ Special met de International Ambassadors gepubliceerd

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Interne Betrekkingen en Externe Betrekkingen en verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.2.2 Recruitment voor internationale studenten

Afgelopen jaar is er meer focus gelegd op recruitment voor de internationale studenten. Ieder jaar komen er meer internationale studenten naar Groningen, maar de vraag naar deze studenten vanuit bedrijven blijft vooralsnog uit. Inmiddels staan er een aantal vacatures op de vacaturebank open voor internationale studenten. Helaas heeft dit tot op heden nog niet geleid tot het plaatsen van een internationale student. Daarom is de MARUG zelf de grens overgegaan om meer te kunnen bieden aan internationale studenten, dit door een vierdaagse inhousetour te organiseren naar Duitsland. Op deze manier zijn er mogelijkheden gecreëerd voor de internationale leden van de MARUG op het gebied van recruitment. Er wordt teruggekeken op een zeer geslaagde inhousetour.

- ✓ Bij Nederlandse bedrijven geïnformeerd naar mogelijkheden om internationale studenten een stage of baan aan te bieden
- ✓ Plan opgezet om internationale studenten die op zoek zijn naar een baan of stage op andere wijze te bedienen
- ✓ Het organiseren van de eerste editie van de Germany Inhousetour

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Externe Betrekkingen en Penningmeester verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.2.3. Waarde van het MARUG lidmaatschap vergroten voor internationale studenten

Afgelopen jaar waren er twee commissies open voor internationale studenten, te weten het Master Marketing Team en de Commercial Night. In het kader van internationalisering is begin dit studiejaar ook het Marug.nl Media Team opengesteld voor internationale studenten. In januari is het eerste internationale lid van het Marug.nl Media Team aangesteld.

Om de naamsbekendheid van de MARUG bij (internationale) bachelorstudenten te vergroten heeft de Promotie en Activiteiten Commissie op 17 november een toegankelijke activiteit georganiseerd. Dit evenement werd als succesvol ervaren onder bachelorstudenten, echter niet onder internationale studenten. Daarnaast is het bestuur begin september met internationale studenten van de master Marketing uit eten geweest om elkaar beter te leren kennen en ze enthousiast te maken over de MARUG. Gevolg hiervan was dat het aantal internationale actieve leden van twee in 2015-2016 gegroeid is naar zeven in 2016-2017.

Ook werd er naar gestreefd dit jaar een aantal cursussen binnen het cursusaanbod van de MARUG in het Engels aan te bieden, waardoor deze ook toegankelijk zouden zijn voor de internationale studenten. Het doel voor dit jaar was om tenminste de helft van ons cursusaanbod toegankelijk te maken voor internationale studenten. De eerste cursus in het Engels, een SPSS cursus, heeft plaatsgevonden in de maanden september en oktober. Bij deze cursus is er gestreefd naar minimaal vijftig procent aanmeldingen van internationale studenten. Dit doel is behaald. Daarnaast zijn dit jaar ook de cursus R in februari en maart en de cursus InDesign en Photoshop in april en mei in het Engels aangeboden. Er is navraag gedaan naar de mogelijkheid om de vierde cursus, de Online Business Course, aankomend jaar ook in het Engels aan te bieden. Dit is mogelijk en kan in 2017-2018 geïmplementeerd worden.

- ✓ Drie van de vier cursussen Engelstalig aangeboden
- ✓ 50% aanmeldingen van internationale studenten voor eerste Engelstalige cursus

✓ Activiteit gepland op 17 november, gericht op bachelor- en internationale studenten
✓ Internationale studenten werven voor commissies

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Interne Betrekkingen en Penningmeester verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.3. De betrokkenheid van bachelor en pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten

2.3.1. De betrokkenheid van de bachelorstudenten bij de MARUG vergroten

Het doel dit jaar was om de naamsbekendheid van de MARUG en de betrokkenheid van marketinggeïnteresseerde studenten in de bachelorfase bij de MARUG te vergroten. Om deze studenten kennis te laten maken met de MARUG is er een samenwerking aangegaan met het vak Marketing BDK, dat gegeven wordt in het eerste jaar van Bedrijfskunde. De MARUG heeft in samenwerking met Jacobs Douwe Egberts een case samengesteld die is voorgelegd bij het vak Marketing BDK. De case is zowel door de vakgroep Marketing als de studenten goed ontvangen. Door de studenten is de case beoordeeld met een 7,2. Naast de vakkoppeling is er op 17 november een activiteit georganiseerd door de Promotie- en Activiteiten Commissie. Deze activiteit was toegankelijk voor (internationale) bachelorstudenten. Het doel van deze activiteit was om studenten kennis te laten maken met de MARUG waarbij het sociale karakter is benadrukt. Tot slot zijn de mogelijkheden onderzocht om een nieuwe vakkoppeling op te zetten in samenwerking met de vakgroep Marketing. Hier is positief op gereageerd vanuit de vakgroep Marketing maar helaas was er geen tijd en ruimte meer om een nieuwe vakkoppeling op te zetten voor dit academische jaar.

✓ Vakkoppeling opgezet bij het vak Marketing BDK
✓ Activiteit georganiseerd op 17 november, gericht op bachelor- en internationale studenten
✓ Mogelijkheden onderzocht om een nieuwe vakkoppeling op te zetten in samenwerking met de vakgroep Marketing

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Voorzitter en Externe Betrekkingen verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.3.2. De betrokkenheid van de pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten

De groep pre-master Marketing studenten is tot nu toe redelijk onderbelicht gebleven, maar zij vormen een belangrijke groep. Dit jaar is er een Facebookgroep aangemaakt voor alle pre-master Marketing studenten waar zij informatie in kunnen delen en vragen aan elkaar kunnen stellen. Ook kan de MARUG in deze groep haar evenementen promoten die relevant zijn voor alle pre-master Marketing studenten. Kortom, de groep zorgt ervoor dat de pre-master Marketing studenten beter te bereiken zijn. Momenteel heeft deze groep 58 leden en worden er regelmatig studiegerelateerde vragen en opmerkingen gepost. Ook zijn alle pre-master Marketing studenten dit jaar uitgenodigd voor de MSc Marketing borrels, waardoor ze in een vroegtijdig stadium konden integreren met de vakgroep Marketing en met studenten die volgend jaar nog de MSc Marketing volgen. Voor de pre-master Marketing is er geen algemeen introductiecollege. De MARUG is daarentegen aanwezig geweest bij het vak Digital Marketing, een vak dat veel pre-master Marketing studenten volgen. Ook konden pre-master studenten afgelopen jaar het Master Marketing Seminar bijwonen.

✓ Facebookgroep opgericht voor pre-master Marketing studenten
✓ Pre-master Marketing studenten uitgenodigd voor MSc Marketing borrels
✓ MARUG geïntroduceerd bij het vak Digital Marketing
✓ Pre-master Marketing studenten uitgenodigd voor Master Marketing Seminar

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Secretaris en PR & Promotie verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

2.3.3. Informatiefolders aanbieden

Afgelopen half jaar is het brochure-aanbod van de MARUG, bestaande uit een commissie- en bedrijfsbrochure, aangevuld met een informatiebrochure. Het doel van de brochure is het informeren van studenten (vrij onbekend met de vereniging) over wat de MARUG precies doet en wat de vereniging studenten te bieden heeft. Derhalve ligt de focus voornamelijk op het evenementen- en cursusaanbod. Er zijn 200 informatiebrochures gedrukt, een groot deel hiervan is uitgedeeld tijdens de verschillende evenementen die hebben plaatsgevonden. Daarnaast zijn de folders verspreid tijdens de MSc Marketing borrels, de MARUG promotiestunts en de verschillende cursussen. Er is gekozen voor een tastbare versie om het op die manier laagdrempelig te maken voor studenten om de brochure te lezen. Naast de tastbare versie, is de informatiefolder online beschikbaar gesteld op de MARUG website.

✓ Informatiefolder ontwikkeld en verspreid onder studenten
✓ Informatiefolder online beschikbaar

Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen PR & Promotie en Interne Betrekkingen verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.

3. Beleidsplan omtrent commissies en evenementen

3.1 MARUG Conference

De MARUG Marketing Conference is het grootste evenement van de MARUG en staat bekend als een kwalitatief hoogstaand evenement. Dit academisch jaar heeft het evenement plaatsgevonden op 7 maart 2017. De MARUG Marketing Conference is gericht op studenten, leden van de vakgroep marketing en personen uit het bedrijfsleven die geïnteresseerd zijn in marketing. Als paradepaardje van de MARUG is het voor de MARUG Marketing Conference noodzakelijk een onderscheidend karakter te hebben, van hoge kwaliteit te zijn en in te spelen op actuele en interessante thema's binnen het vakgebied. Het thema voor dit jaar was "Cloud of Connections: one step away from your customer". De goede banden met de vakgroep werden gebruikt bij het aantrekken van sprekers en deelnemers en bij het continueren van de inhoudelijke kwaliteit van de MARUG Marketing Conference. Dit jaar was de MARUG Marketing Conference opnieuw een succes met een groot aantal deelnemers en vele interessante sprekers en bedrijven. De dag is geëvalueerd met een gemiddeld cijfer van een 8,1.

De Raad van Toezicht van de MARUG Conference werd gevormd door de functionarissen Voorzitter (eindverantwoordelijke), Penningmeester en Externe Betrekkingen van het MARUG bestuur.

3.2. Marug.nl Media Team

Dit jaar is het Marug.nl Media Team voor het eerst opengesteld voor internationals, en met succes. Momenteel bestaat de commissie uit 10 commissieleden, waaronder één international. Het Marug.nl Media Team is een doorlopende commissie en is net als voorgaande jaren verantwoordelijk geweest voor de content die te vinden is op de Markante Media pagina van de website. Ook dit jaar zijn de artikelen weer van hoogwaardige kwaliteit met vaak een vermakelijk of informatief karakter gerelateerd aan marketing. Halverwege het jaar hebben de commissieleden deelgenomen aan een workshop Schrijftechniek, verzorgd door een professionele partij. De workshop is erg goed bevallen en de commissie heeft nuttige tips en feedback mogen ontvangen. Daarnaast zijn er dit jaar een aantal grote veranderingen doorgevoerd. Ten eerste heeft de commissie zich intensief bezig gehouden met het filmen en editen van specials, de video's die eens in de twee weken worden gedeeld via sociale media. Ten tweede is de functieverdeling binnen de commissie geherdefinieerd. De functies blogger en designer zijn samengevoegd. De functie editer omvat nu het filmen en editen van de specials, en de video- en fotoverslaggeving van de MARUG evenementen. Daarnaast zijn de functies interviewer en Chef Special (de verantwoordelijke voor de planning en content van de specials) toegevoegd. Ten slotte is het aantal Engelse blogs en video's met het oog op internationalisering dit jaar flink gestegen.

De Raad van Toezicht van het Marug.nl Media Team werd gevormd door de functionarissen PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.

3.3. Promotie- en Activiteiten Commissie

De Promotie- en Activiteiten Commissie heeft de looptijd van een academisch jaar. De taken van de Promotie- en Activiteiten Commissie hebben betrekking op het operationele deel van het promotie- en wervingsbeleid van de MARUG. In september heeft de commissie zich ingezet tijdens de MARUG

promotieweek door het verzorgen van een promotiestunt. Daarnaast is de Promotie- en Activiteiten Commissie verantwoordelijk voor alle actieve leden activiteiten. Begin dit jaar heeft de PAC een succesvol Actieve Ledenweekend georganiseerd in Tolbert. In december waren zij verantwoordelijk voor de PACjesavond. Daarnaast heeft de commissie dit jaar een aantal extra activiteiten op zich genomen. In november hebben zij een lasergame activiteit georganiseerd, de PACtivity. In januari heeft het Actieve Leden Diner plaatsgevonden en in maart een themaborrel op initiatief van de commissie. Momenteel houdt de commissie zich bezig met de voorbereidingen van de Actieve Leden Barbecue die op 2 juni plaats zal vinden.

De Raad van Toezicht van de Promotie- en Activiteiten Commissie werd gevormd door de functionarissen PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.

3.4 Mind over Marketing

Het doel van het evenement Mind over Marketing is om interesse voor marketing te wekken bij studenten van de Faculteit Gedrags- en Maatschappijwetenschappen. Daarnaast heeft dit evenement een verdiepend karakter doordat het de relatie tussen marketing en psychologie weergeeft.

Het evenement heeft plaatsgevonden op 15 februari 2017 en was wederom een succes. Het evenement is dit jaar uitgebreid van 70 naar 95 studenten, omdat de tickets vorige jaren voor de deadline waren uitverkocht. Het thema was: 'Social pressure: How far can you go?'. Er waren vier sprekers die vertelden over de link tussen marketing en psychologie door onderwerpen te belichten binnen de ethiek, zoals beïnvloedingstechnieken, ethische vraagstukken, irrationeel gedrag, influencers en celebrity branding. De sprekers waren Wander Jager (Rijksuniversiteit Groningen), Maurits Kaptein (Universiteit van Tilburg), Mischa Coster (Grey Matters), en Remas Haverkamp (BrandAmbassadors). Het evenement vond plaats in de oude watertoren de Bovenkamer. Deze unieke locatie heeft bijgedragen aan het succes van het evenement. Het doel van het evenement, namelijk psychologiestudenten in contact brengen met de MARUG, is met de aanwezigheid van acht psychologiestudenten behaald. De MoM is door 98% van de deelnemers als positief tot zeer positief ervaren.

De Raad van Toezicht van de Mind over Marketing commissie werd gevormd door de functionarissen Interne Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en PR & Promotie van het MARUG Bestuur.

3.5. International Marketing Experience

De bestemming van de International Marketing Experience 2017 was Wenen, een stad met geweldige architectuur en daarnaast vele grote en interessante bedrijven. De trip vond plaats van 16 tot en met 23 april. Gedurende deze periode zijn hier acht bedrijven bezocht en hebben de deelnemers een bezoek gebracht aan de Nederlandse Ambassade.

De reis stond in het teken van Customer Experience: The Next Generation. In het voortraject hebben verscheidene bedrijven in gastcolleges hun licht laten schijnen op dit thema, wat als een erg nuttige voorbereiding gold voor de reis. Deze colleges vonden plaats op de maandagavond, gevolgd door een borrel. Er waren in het voortraject zeven colleges en acht borrels. In het teken van

internationalisering is er dit jaar extra benadrukt dat dit evenement tevens toegankelijk is voor internationale studenten. Dit heeft geleid tot deelname van twee internationale studenten, wat als een groot succes is ervaren.

De Raad van Toezicht van de International Marketing Experience commissie werd gevormd door de functionarissen Penningmeester (eindverantwoordelijke) en PR & Promotie van het MARUG Bestuur.

3.6 Master Marketing Team

Het Master Marketing Team richt zich op het aanbieden van activiteiten voor MSc Marketing studenten. Tevens vervult het Master Marketing Team een belangrijke klankbordfunctie voor zowel de vakgroep marketing als de MARUG. De voorzitter van het Master Marketing Team neemt dan ook deel aan de vergaderingen met de vakgroep. De commissie is zowel toegankelijk voor internationale als voor Nederlandse studenten. Gedurende het jaar zijn er twee Master Marketing Teams die verantwoordelijk zijn voor vier evenementen. Het Master Marketing Team Fall is gevormd in juni 2016 en was verantwoordelijk voor de organisatie van de Career Day en de Brand Experience. Het Master Marketing Team Spring is in december 2016 gestart en was verantwoordelijk voor het Master Marketing Seminar en het Intelligence Event.

3.6.1. Career Day

Op 4 oktober 2016, tijdens de Careers Week, werd door het Master Marketing Team Fall in samenwerking met de vakgroep Marketing de Career Day georganiseerd. Dit evenement is gekoppeld aan het vak Strategic Management van de MSc Marketing. De dag bestond uit lezingen van Marijn Knaack (Manager Performance Management, Nuon) en Viktor van der Wijk (CEO, Storm Digital) in de ochtend en na de lunch waren er workshops van Tesla, BeCoolMarketing, RTL, Digital Marketing Professionals NL, Achmea en Traffic4U. Tijdens deze workshops was er de kans om meer te weten te komen over de bedrijven en kon er kennis worden opgedaan over het speelveld van het desbetreffende bedrijf op het gebied van marketing. De Career Day werd afgesloten met een netwerkborrel waar studenten de mogelijkheid geboden werd om hun LinkedIn profiel te laten checken door Leading Talent.

3.6.2. Brand Experience

Op donderdag 8 december 2016 heeft de Brand Experience plaatsgevonden. Dit evenement is gekoppeld aan het vak Brand & Product Management van de MSc Marketing. Er zijn lezingen gegeven door Roeljan Buijs (MarketingYou) en Martin Grebhahn (Tesla). Daarnaast zijn er workshops gegeven die werden verzorgd door Cmotions, Oxyma, Belsimpel.nl, AB InBev en BeCoolMarketing. Tot slot is deze succesvolle dag afgesloten met een borrel.

3.6.3. Master Marketing Seminar

Dit jaar heeft het Master Marketing Seminar plaatsgevonden op 14 maart 2017 bij de Puddingfabriek in Groningen. Tijdens het Master Marketing Seminar wordt er een onderbelicht thema in de marketing besproken. Sprekers voor dit evenement waren Karel-Jan Alsem (Alsem strategie), Jochem Hoekstra (ZorgfocuZ) en Martin van Mierloo (VGZ). Het seminar werd bezocht door zowel pre-master- en masterstudenten en is beoordeeld met een 8,7.

3.6.4. Intelligence Event

Het Intelligence Event zal dit jaar georganiseerd worden op 18 mei 2017. Op het moment van schrijven heeft het evenement nog niet plaatsgevonden. Dit jaar zullen ING en Emark een case verzorgen en aansluitend zullen er recruitmentdiners van deze bedrijven plaatsvinden. Het Intelligence Event vindt dit jaar plaats bij het Schimmelpenninck Huys.

De Raad van Toezicht van het Master Marketing Team Fall werd gevormd door de functionarissen Voorzitter (eindverantwoordelijke) en Externe Betrekkingen van het MARUG Bestuur.

De Raad van Toezicht van het Master Marketing Team Spring werd gevormd door de functionarissen Voorzitter (eindverantwoordelijke) en Secretaris van het MARUG Bestuur.

3.7 Battle of Marketeers

Het Battle of Marketeers evenement is een strijd om de titel 'Grootste Marketingtalent van Groningen'. Het competitieve karakter is hier een sleutelelement en wordt gewaarborgd door de strijd om de eervolle titel te bemachtigen. Gedurende de dag zijn er door groepen studenten cases van de deelnemende bedrijven uitgewerkt, waarbij de beste teams door gingen naar een volgende ronde. Tussen de beste teams werd er een finaleronde gespeeld om zodoende de titel te kunnen bemachtigen. De Battle of Marketeers voegt een competitief karakter en een spelelement toe aan de evenementenportfolio van de MARUG. Het evenement heeft plaatsgevonden op 21 februari 2017 met als thema 'Teamwork makes the dream work'. Dit jaar deden de Rijkswaterstaat, Traffic4U, DBK en WeFlyCheap mee.

De Raad van Toezicht van het Battle of Marketeers commissie werd gevormd door de functionarissen Interne Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en Penningmeester van het MARUG Bestuur.

3.8 Inhousedagen

Afgelopen jaar hebben er weer verschillende bedrijfsbezoeken plaatsgevonden in Nederland. In mei heeft er een inhousedag plaatsgevonden in Delfzijl bij Holland Trading Group (HTG). Er waren 15 studenten aanwezig op deze dag. Op 10 oktober is er een inhousedag geweest bij Bol.com, hier namen 32 studenten aan deel. Verder heeft er een inhousedag plaatsgevonden bij Databay op 9 mei, waarbij 10 MSc Marketing Intelligence studenten uitgenodigd werden om te werken aan cases.

De MARUG inhousedagen werden georganiseerd door de functionarissen Externe Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en Penningmeester van het MARUG Bestuur.

3.9 Dublin Inhousetour

De Dublin Inhousetour biedt Nederlandse en internationale studenten de kans om bedrijfsbezoeken te brengen aan hoofdkantoren van vooruitstrevende bedrijven die zich richten op de online wereld. De Dublin Inhousetour is een mooie kans voor studenten om deze bedrijven beter te leren kennen, maar vooral ook om zich te oriënteren in het werkveld. Dit evenement versterkt de recruitmentfunctie van de MARUG. Tijdens de afgelopen edities zijn er bezoeken gebracht aan de kantoren van onder andere Google, Facebook, en LinkedIn. De tour van dit jaar heeft plaatsgevonden van 22 tot en met 26 november 2016. Voor deze inhousetour zijn op basis van een cv-selectie 30 studenten geselecteerd om deel te nemen aan de reis. Tijdens deze dagen zijn de

kantoren van Google, Facebook, en LinkedIn bezocht. Naast de bedrijfsbezoeken is met de groep studenten de stad verkend en zijn er verschillende activiteiten georganiseerd. Tijdens de week in Dublin was er de mogelijkheid voor studenten om sollicitatiegesprekken af te nemen bij Facebook. Naar aanleiding van deze gesprekken is een van onze studentes aangenomen voor een fulltime positie binnen Facebook. De Dublin Inhousetour van 2016 is beoordeeld met een gemiddeld cijfer van een 8,8.

De Dublin Inhousetour werd georganiseerd door de functionarissen Secretaris (eindverantwoordelijke) en Externe Betrekkingen van het MARUG Bestuur.

3.10 Germany Inhousetour

Om op recruitmentgebied meer te kunnen bieden voor internationale studenten is er van 10 tot en met 13 mei 2017 een inhousetour georganiseerd naar Duitsland. Gedurende deze week zijn er bedrijfsbezoeken geweest bij Trivago, Douglas, Thjnk en Publicis Pixelpark. De inhousetour vond plaats in Keulen en Düsseldorf en er zijn 16 deelnemers mee geweest. Er wordt met trots teruggekeken op de eerste editie van deze tour en de intentie is om dit evenement structureel toe te voegen aan de evenementenportfolio van de MARUG.

De Raad van Toezicht voor de Inhousetour in Duitsland werd gevormd door de functionarissen Externe Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en Penningmeester van het MARUG Bestuur.

3.11 Marketing Classes

De MARUG organiseert Marketing Classes met als doel om studenten in een vroeg stadium van hun studie te bereiken en ze kennis te laten maken met het vakgebied marketing en de MARUG. Dit wordt gedaan door middel van bijvoorbeeld het verzorgen van een gastcollege bij een eerste- of tweedejaars marketingvak bij de Faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB) en de studie Communicatie- en Informatiewetenschappen (CIW). Deze colleges worden verzorgd door sprekers uit het bedrijfsleven om inzicht te geven in de marketingpraktijk.
Op 20 februari 2017 is er een workshop verzorgd door Jonathan Schaap van Creatieve Weg bij het vak de Taal van Marketing van de studie Communicatie- en Informatiewetenschappen (CIW). De workshop was een groot succes. Docent Wim Vuijk was erg enthousiast en tevreden, evenals de studenten die deelnamen.

De Marketing Classes werden georganiseerd door de functionarissen Interne Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en PR & Promotie van het MARUG Bestuur.

3.12 Plus Inhoudelijk evenement

Het Plus Inhoudelijk evenement is het afgelopen jaar wederom georganiseerd in samenwerking met het Customer Insights Center (CIC). Het CIC organiseert jaarlijks seminars voor leden en belangstellenden. Het seminar van dit jaar stond in het teken van de ‘Customer Feedback Loop’ en vond plaats in Kasteel de Vanenburg in Putten. Tijdens deze dag werd het thema vanuit verschillende invalshoeken belicht. De lezingen varieerden tussen wetenschappelijke inzichten en praktijkervaringen. De MARUG Plusleden konden met een korting van 80% deelnemen aan dit seminar. De dag werd afgesloten met een netwerkborrel en een buffet.

Het Plus Inhoudelijk Evenement werd georganiseerd door de functionarissen Secretaris (eindverantwoordelijke) en Voorzitter van het MARUG Bestuur.

3.13 Recruitment Days

De Recruitment Days is het grootste studenten recruitment evenement van Noord-Nederland. Het evenement wordt in samenwerking met EBF georganiseerd. Dit jaar vonden de Recruitment Days plaats van 12 tot en met 14 december. Er waren 39 bedrijven aanwezig op deze dagen en 500 studenten. Het evenement werd door de studenten met een 8,1 beoordeeld en door bedrijven met een 7,8. Er wordt met veel plezier teruggekeken op deze 23e editie van de Recruitment Days.

De Raad van Toezicht van de Recruitment Days werd gevormd door de functionaris Externe Betrekkingen van het MARUG Bestuur en twee functionarissen van het EBF Bestuur.

3.14 ComMa Congres

Dit jaar heeft er eveneens een samenwerking plaatsgevonden tussen de MARUG en de studievereniging Commotie voor het organiseren van het ComMa Congres. De commissie bestond uit zowel studenten van de Faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB) als van de studie Communicatie- en Informatiewetenschappen (CIW). Dit jaar vond het congres plaats op 22 september 2016. Er hebben 66 studenten deelgenomen aan het evenement, waarvan ongeveer de helft van de deelnemers van de FEB afkomstig was. Het thema van het ComMa Congres 2016 was 'Ready for Change?'. Het was wederom een geslaagd evenement waarbij de raakvlakken tussen communicatie en marketing werden belicht. Er zijn drie lezingen gegeven door Digined, Privacy Company, en Everbetter. Daarnaast werden workshops gegeven door Oxyma, Creatieve Weg, en Belsimpel.nl. Dankzij het ComMa Congres is de belangstelling van communicatiestudenten voor marketing weer vergroot.

De Raad van Toezicht van het ComMa Congres werd gevormd door de functionaris Secretaris van het MARUG bestuur en een functionaris uit het Commotie bestuur.

3.15 Commercial Night

Op dinsdag 2 mei 2017 vond de Commercial Night plaats. Dit evenement werd georganiseerd door een commissie bestaande uit twee internationale studenten en twee Nederlandse studenten. Het thema dat centraal stond was 'The Future of Video'. Aan de hand van dit thema hebben 72andSunny, VIEMR, en Oxyma interessante lezingen gegeven. Ook gaf VIEMR een virtual reality demonstratie. De dagvoorzitter van dit jaar was Killian McCarthy, een enthousiaste professor van de RUG. Het evenement was lang voor de deadline al uitverkocht en vond dit jaar plaats op een nog niet eerder gebruikte locatie, de Oude Gasfabriek. De Commercial Night is zeer goed geëvalueerd en daarom wordt er teruggekeken op een geslaagd evenement.

De Raad van Toezicht (RvT) van de Commercial Night commissie werd gevormd door de functionarissen Secretaris (eindverantwoordelijke) en Voorzitter van het MARUG Bestuur.

3.16. Cursussen

De MARUG biedt ieder jaar vier cursussen aan om haar studenten te helpen vaardigheden te ontwikkelen en te verbeteren. Deze cursussen vullen de stof van de reguliere vakken aan en verbreden de kennis van studenten. Daarnaast valt bij een deel van de cursussen certificaten te behalen die erg waardevol zijn voor een marketingstudent. Afgelopen jaar zag het cursusaanbod er als volgt uit: De SPSS cursus in blok 1, de Online Business Course in blok 2, de R Course in blok 3 en de InDesign & Photoshop cursus in blok 4.

De SPSS cursus is dit jaar voor het eerst in het Engels aangeboden. Dit bleek een groot succes en leidde tot veel aanmeldingen van internationale studenten. Zodoende is er besloten de capaciteit van de cursus uit te breiden. De SPSS cursus is beoordeeld met een 7,4.

De Online Business Course en de Online Business Assessment zijn naar aanleiding van de evaluaties van vorig jaar dit jaar samengevoegd tot één cursus, waarin theorie en praktijk samenkomen. De vernieuwde cursus is erg goed bevallen bij de studenten en krijgt een 7,8 gemiddeld als eindoordeel.

De cursus R is dit jaar voor het eerst georganiseerd in samenwerking met CMotions. Deze samenwerking is zeer goed bevallen bij zowel het bedrijf als de deelnemende studenten. De cursus R is beoordeeld met een 8,4.

De cursus InDesign & Photoshop werd dit jaar voor het eerst in het Engels aangeboden, dit heeft geleid tot enkele inschrijvingen van internationale studenten.

De Raad van Toezicht (RvT) van de Cursussen werd gevormd door de functionarissen PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Penningmeester van het MARUG Bestuur.

3.17 Campus Recruiters

Vorig jaar zijn er voor het eerst Campus Recruiters aangesteld om de functionaris Externe Betrekkingen te ondersteunen bij het koppelen van studenten aan bedrijven. Studenten die geïnteresseerd zijn in een stage of vacature via de MARUG, kunnen zich inschrijven in de MARUG Pool. Er zijn op dit moment vier Campus Recruiters aangesteld die allen de MSc Marketing volgen. Dit jaar hebben de Campus Recruiters een nog actievere rol gekregen bij het ondersteunen van de studenten in hun zoektocht naar een stage of vacature. Zo hebben de Campus Recruiters het contact met de student van begin tot eind op zich genomen. De functionaris Externe Betrekkingen is in dit proces de verantwoordelijke voor het contact met de bedrijven en het doorsturen van cv's. Daarnaast hebben de Campus Recruiters dit jaar een eigen e-mailadres gekregen en toegang tot de MARUG Pool.

De Raad van Toezicht (RvT) van de Campus Recruiters werd gevormd door de functionarissen Externe Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.

3.18 Marketing Associatie Nederland

De MARUG is een van de vijf verenigingen die aangesloten is bij de Marketing Associatie Nederland (MAN). Met MAEUR (Rotterdam), SCOPE|3MA (Maastricht), Asset Marketing (Tilburg) en MAA (Amsterdam) vormt de MARUG de Marketing Associatie Nederland. De MAN is opgericht in 1992 en

heeft als doel om het gat tussen marketing theorie en praktijk voor studenten te overbruggen op landelijk niveau. De Nationale Marketing Strijd (NMS) is het grootste evenement van de MAN. De Nationale Marketing Strijd heeft dit jaar plaatsgevonden op 8 en 9 februari 2017 bij het Kontakt der Kontinenten in Utrecht. De Nationale Marketing Strijd is geëvalueerd door de deelnemers met gemiddeld een 8,3 als eindcijfer.

De Voorzitter van het MARUG Bestuur heeft plaatsgenomen in het bestuur van de Marketing Associatie Nederland.

4. Financieel jaarverslag 2016-2017

4.1 Voorwoord

Groningen, 16 mei 2017

Geachte lezer,

Voor u ligt de financiële verslaggeving van het boekjaar 2016-2017 van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen. Hierin zijn de balans op 30 april en de resultatenrekeningen van zowel het bestuur als van de verschillende MARUG activiteiten over de periode 1 mei 2016 tot en met 30 april 2017 te vinden.

Financieel gezien heeft de MARUG een uitstekend jaar achter de rug, met een minimaal positief resultaat van vijftien euro. Het afgelopen jaar zijn de acquisitiegelden van het bestuur wederom toegenomen. Dit bood gelegenheid om bepaalde evenementen te laten groeien. Daarnaast hebben er een aantal grote investeringen plaatsgevonden in de nieuwe website en promotievideo.

Ik wil mijn opvolger Robin Schoonveld veel succes en plezier wensen in het voortzetten en mogelijk verbeteren van de financiële huishouding van de vereniging. Graag dank ik daarnaast alle (actieve) leden voor dit fantastische jaar. Jullie inzet, betrokkenheid en met name gezelligheid maakten dit voor mij een jaar om nooit te vergeten.

Als laatste wil ik mijn bestuursgenoten en tevens eeuwige maatjes bedanken voor de geweldige tijd die we samen hebben doorgebracht.

Veel leesplezier!

Met vriendelijke groet,

Namens het 36e MARUG Bestuur

Loy Löwik
Penningmeester
MARUG Bestuur 2016-2017

4.2. MARUG Balans

Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen					
Balans					
		Debet	Credit	Debet	Credit
	Omschrijving	30-4-2016	30-4-2016	30-4-2017	30-4-2017
Activa					
	Camera's	834		499	
	Computers	371		186	
	Website	-		2.500	
	Steadycam	-		82	
	Totaal Vaste Activa	1.205		3.267	
	Debiteuren	48.795		48.598	
	Te vorderen BTW	1.427		2.190	
	Vooruitbetaalde bedragen	710		965	
	Nog te ontvangen bedragen	-		5.204	
	Totaal Vlottende Activa	50.932		56.957	
	Bank - ABN AMRO lopende rekening	7.456		1.169	
	Bank - ABN AMRO vermogensrek.	42.760		45.148	
	Totaal Liquide Middelen	50.217		46.318	
	Saldo				
	Totaal Activa	**102.353**		**106.541**	
Passiva					
	Eigen vermogen		71.487		71.565
	Totaal Eigen vermogen		71.487		71.565
	Crediteuren		4.640		2.332
	Vooruitontvangen Bedragen		6.200		6.020
	Af te dragen BTW 21%		1.469		1.990
	Totaal vreemd vermogen kort		12.309		10.342
	Voorzieningen		18.479		24.619
	Totaal vreemd vermogen lang		18.479		24.619
	Saldo		78		15
	Totaal Passiva		**102.353**		**106.541**

4.3 Toelichting MARUG Balans

Vaste activa
Er is 3750 euro geïnvesteerd in het nieuwe front-end van de website. Deze investering wordt afgeschreven over een periode van drie jaar. Verder is er een steadycam aangeschaft voor het mediateam welke tevens over een periode van drie jaar zal worden afgeschreven.

Vlottende activa
Het vooruitbetaalde bedrag betreft kosten die gemaakt zijn voor de Germany Inhousetour 2017. Dit evenement valt in het boekjaar van mijn opvolger.

Het nog te ontvangen bedrag wordt gevormd door de deelnemersbijdragen voor de IME en de Indesign & Photoshop cursus.

Vreemd vermogen kort
Het vooruitontvangen bedrag bestaat uit acquisitiegelden die betrekking hebben op evenementen die in het nieuwe boekjaar plaatsvinden.

Vreemd vermogen lang

Voorziening crediteuren	€ 2.617
Voorziening commissie bedankdiners	€ 1.750
Voorziening Lustrum	€ 5.000
Voorziening Nationale Marketing Strijd	€ 9.000
Voorziening MMT	€ 1.057
Voorziening IME	€ 1.250
Voorziening Boekjaar 17-18	€ 2.945
Voorziening data driven creativity	€ 1.000
Totaal	€ 24.619

4.4. Winst/verliesrekening MARUG Bestuur

	MARUG BESTUUR 2016-2017				
	Omschrijving	Gerealiseerd 30-4-2016 €	Begroot 1-5-2016 €	Aangepast 1-11-2016 €	Gerealiseerd 30-4-2017 €
	Baten				
1	Acquisitie	23.799	25.000	25.000	25.800
2	Contributie leden	19.640	19.700	21.000	19.967
3	Subsidies	873	873	873	873
4	Interestopbrengsten	707	500	391	388
5	Incidentele baten bestuur	2.785	-	419	849
	Totaal: Baten	**47.804**	**46.073**	**47.684**	**47.876**
	Lasten				
6	Afschrijvingen	602	1.935	1.893	1.934
7	Telefoonkosten	342	400	400	411
8	Portokosten	280	280	250	229
9	Druk- en kopieerkosten	1.907	1.950	1.950	1.917
10	Kantoorkosten	396	300	200	234
11	Verzekeringskosten	445	385	385	339
12	Bankkosten	363	374	320	336
13	Kosten ICT	6.377	3.704	4.000	5.220
14	Reiskosten	1.041	1.000	1.000	1.014
15	Borrelkosten	6.720	7.000	7.000	7.094
16	Promotiekleding	1.166	1.000	1.000	1.021
17	Promotiekosten	3.843	3.700	3.700	3.723
18	Kennismaking commissies	1.150	1.150	1.150	1.374
19	Commissie bedankdiners	3.135	3.000	3.000	3.090
20	Kosten vergadering	1.105	1.500	1.550	1.557
21	Kosten Cadeaus	438	400	400	436
22	Overige kosten	1.983	2.000	2.000	2.045
23	Voorziening auditoren	1.500	1.500	1.500	1.500
24	Extra verenigingsbijdrage lustrum VII	4.500	-	-	-
25	Voorziening promotiefilm	1.300	-	-	-
26	Voorziening lustrum VIII	2.500	2.500	2.500	2.500
27	Voorziening data driven creativity	-	-	-	1.000
28	Voorziening NMS	1.500	1.500	1.500	1.500
29	Extra verenigingsbijdrage NMS	-	-	-	1.500
30	Onvoorziene kosten	-	2.000	1.000	-
31	Incidentele lasten bestuur	1.113	-	701	1.359
	Totaal: Lasten	**43.703**	**37.578**	**37.399**	**41.333**
	Resultaat bestuur	**4.101**	**8.495**	**10.284**	**6.544**

4.5 Toelichting Winst/verliesrekening MARUG Bestuur

1. Acquisitie
De functionaris Externe Betrekkingen heeft dit jaar wederom een nieuw acquisitierecord gevestigd.

2. Contributie leden
Er is meer gestorneerd dan verwacht.

5. Incidentele baten bestuur
De incidentele baten bestaan uit een restitutie van Exact Globe en twee al afgeschreven debiteuren.

6. Afschrijvingen
Dit bedrag bestaat uit een afschrijving op de camera, de borrelcamera, de boekhoud laptop, de steadycam en de website.

11. Verzekeringskosten
Bestaande uit een goederen- en inventarisverzekering, een cameraverzekering en een aansprakelijkheidsverzekering. De cameraverzekering is naar beneden bijgesteld.

13. Kosten ICT
Deze bestaan uit de maandelijkse licentiekosten voor zowel de website als het boekhoudprogramma en de netwerkaansluitingen die worden doorberekend door de EBF. Er werd vooraf verwacht dit jaar van de kosten van de app af te kunnen maar dit bleek niet mogelijk vanwege een doorlopend contract.

18. Kennismaking commissies
De borrels vielen iets duurder uit en er is een nieuwe commissie bijgekomen.

27. Voorziening Data Driven Creativity
Er is ruimte gecreëerd om het beleidspunt aangaande Data Driven Creativity ter uitvoering te brengen.

29. Extra verenigingsbijdrage NMS
De Nationale Marketingstrijd, een evenement van de Marketing Associatie Nederland, wordt dit jaar georganiseerd vanuit Groningen. Om ervoor te zorgen dat dit evenement een groot succes wordt, wordt er een extra bijdrage vanuit de MARUG geleverd.

31. Incidentele lasten bestuur
Dit bestaat uit een correctie op de winstverdeling van de Recruitment Days 2015, een oninbare debiteur, een aantal deelnemersbijdragen voor evenementen die zijn afgeschreven en de bankkosten die gepaard gingen met de afgekeurde contributie-incasso.

4.6 Winst/verliesrekening MARUG Activiteiten

4.6.1 MARUG Activiteiten baten

	MARUG ACTIVITEITEN 2016-2017				
	Omschrijving	Gerealiseerd 30-4-2016 €	Begroot 1-5-2016 €	Aangepast 1-11-2016 €	Gerealiseerd 30-4-2017 €
	Baten				
1	MARUG Plus	960	1.000	520	520
2	MARUG PAC	570	680	680	645
3	MARUG Battle of Marketeers	3.797	3.900	6.400	6.000
4	MARUG IME	24.294	12.950	12.950	14.646
5	MARUG Master Team	3.465	3.000	3.800	2.992
6	MARUG/Commotie ComMa	1.098	1.200	1.250	1.275
7	MARUG/EBF Recruitment Days	11.037	11.000	11.000	11.758
8	MARUG Inhousedagen	1.500	2.000	2.000	1.000
9	Germany Inhousetour	-	-	1.000	-
10	Dublin Inhousetour	13.292	6.000	6.600	7.182
11	MARUG Commercial Night	-	2.000	2.300	1.164
12	Marketing Classes	-	-	-	-
13	MARUG Media Team	-	-	-	-
14	MARUG Mind over Marketing	3.097	1.200	1.320	1.552
15	MARUG Cursussen	7.649	4.800	4.000	4.057
16	MARUG Lustrum VII	24.331	-	-	-
17	Incidentele baten commissies	-	-	-	-
	Totaal: Baten activiteiten	**95.089**	**49.730**	**53.820**	**52.792**

4.6.2 MARUG Activiteiten lasten

	MARUG ACTIVITEITEN 2016-2017				
	Omschrijving	Gerealiseerd 30-4-2016 €	Begroot 1-5-2016 €	Aangepast 1-11-2016 €	Gerealiseerd 30-4-2017 €
	Lasten				
1	MARUG Plus	3.853	4.375	4.500	5.148
2	MARUG PAC	3.699	4.000	4.648	4.802
3	MARUG Battle of Marketeers	3.837	3.900	6.675	6.222
4	MARUG IME	24.737	13.200	13.200	14.935
5	MARUG Master Team	7.022	6.500	7.500	5.416
6	MARUG/Commotie ComMa	1.531	1.750	1.781	1.781
7	MARUG/EBF Recruitment Days	-	-	-	-
8	MARUG Inhousedagen	593	3.000	1.000	506
9	Germany Inhousetour	-	-	3.000	-
10	Dublin Inhousetour	15.091	7.500	8.000	8.862
11	MARUG Commercial Night	-	3.000	3.000	1.269
12	Marketing Classes	-	500	-	-
13	MARUG Media Team	668	1.000	500	447
14	MARUG Mind over Marketing	3.298	2.000	2.500	2.117
15	MARUG Cursussen	10.148	7.500	7.800	7.815
16	MARUG Lustrum VII	24.637	-	-	-
17	Incidentele lasten commissies	-	-	-	-
	Totaal: Lasten activiteiten	**99.112**	**58.225**	**64.104**	**59.321**
	Totale baten	**142.893**	**95.803**	**101.504**	**100.668**
	Totale lasten	**142.816**	**95.803**	**101.504**	**100.653**
	Resultaat	**78**	**0**	**0**	**15**

4.6.3 Afrekening evenementen

3. MARUG Battle of Marketeers 2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Druk - en kopieerkosten	€ 46	Acquisitie	€ 1.500
ICT kosten	€ 10	Subsidie	€ 1.500
Reiskosten	€ 48		
Promotiekosten	€ 236	Resultaat	**€ 48**
Cateringkosten	€ 1.778		
Accomodatiekosten	€ 833		
Kosten cadeaus	€ 95		
Totaal lasten	€ 3.048	Totaal baten	€ 3.048

4. MARUG IME 2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Telefoonkosten	€ 47	Deelnemersbijdrage	€ 11.896
Reiskosten	€ 4.848	Subsidies	€ 2.250
Borrelkosten	€ 1.830	Sponsoren	€ 500
Promotiekosten	€ 175		
Kosten cadeaus	€ 79	Resultaat	**€ 288**
Cateringkosten	€ 3.374		
Accomodatiekosten	€ 3.404		
Overige kosten	€ 1.177		
Totaal lasten	€ 14.935	Totaal baten	€ 14.935

5. MARUG Master Marketing Team 2016-2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Borrelkosten	€ 1.423	Acquisitie	€ 2.992
Promotiekosten	€ 241		
Kosten cadeaus	€ 132	Resultaat	**€ 2.424**
Overige kosten	€ 41		
Cateringkosten	€ 2.764		
Accomodatiekosten	€ 816		
Totaal lasten	€ 5.416	Totaal baten	€ 5.416

6. MARUG/Commotie ComMa 2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Druk - en kopieerkosten	€ 15	Sponsoren	€ 789
ICT kosten	€ 41	Deelnemersbijdrage	€ 486
Promotiekosten	€ 64		
Reiskosten	€ 20	Resultaat	**€ 506**
Cateringkosten	€ 1.342		
Accomodatiekosten	€ 270		
Overige kosten	€ 28		
Totaal lasten	€ 1.781	Totaal baten	€ 1.781

8. MARUG Inhousedagen 2016-2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Reiskosten	€ 406	Sponsoren	€ 1.000
Resultaat	**€ 594**		
Totaal lasten	€ 1.000	Totaal baten	€ 1.000

10. Dublin Inhousetour 2016			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Telefoonkosten	€ 35	Deelnemersbijdrage	€ 7.182
Reiskosten	€ 4.496		
Promotiekosten	€ 33	Resultaat	**€ 1.680**
Kosten cadeaus	€ 103		
Cateringkosten	€ 1.100		
Accomodatiekosten	€ 2.134		
Overige kosten	€ 962		
Totaal lasten	€ 8.862	Totaal baten	€ 8.862

14. MARUG Mind over Marketing 2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Reiskosten	€ 12	Subsidie	€ 1.000
Promotiekosten	€ 105	Deelnemersbijdrage	€ 552
Kosten cadeaus	€ 38		
Cateringkosten	€ 1.573	Resultaat	**€ 565**
Accomodatiekosten	€ 390		
Totaal lasten	€ 2.117	Totaal baten	€ 2.117

15. MARUG Cursussen 2016-2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
SPSS	€ 900	Deelnemersbijdrage	€ 4.057
Online Business Course	€ 2.750		
R Course	€ 3.000	Resultaat	**€ 3.758**
Indesign & Photoshop	€ 1.165		
Totaal lasten	€ 7.815	Totaal baten	€ 7.815

MARUG CONFERENCE 2017			
Realisatie			
Lasten		**Baten**	
Drukkosten	€ 3.130	Sponsoren	€ 26.550
Promotiekosten	€ 3.465	Bedrijfsdeelnemers	€ 6.355
Catering	€ 9.049	Studentdeelnemers	€ 3.114
Techniek	€ 3.703	Subsidies	€ 8.500
Accomodatiekosten	€ 8.710	Interestopbrengsten	€ 20
Sprekers	€ 3.916		
Borrel (afterparty)	€ 700	Resultaat	**€ 255**
Dagorganisatiekosten	€ 2.211		
Overige kosten	€ 4.324		
Bankkosten	€ 123		
Verzekering	€ 399		
Onvoorzien	€ 360		
ICT	€ 606		
Auditorenfonds	€ 3.597		
Telefoonkosten	€ 500		
Totaal lasten	€ 44.794	Totaal baten	€ 44.794

4.7 Toelichting MARUG Activiteitenbegroting

1. MARUG Plus
De Grachtenborrel is dit jaar minder bezocht dan verwacht, echter stonden vele lasten al vast. De overige plusborrels waren daarentegen ontzettend populair.

2. MARUG PAC
Er is dit jaar extra ruimte gecreëerd voor de Actieve Leden Barbecue en een sporttoernooi.

5. MARUG Master Team
Het Intelligence Event valt in het volgende boekjaar.

8. MARUG Inhousedagen
Merendeel van de inhousedagen voor dit jaar stond al vast, terwijl de opbrengsten daarvan niet in dit boekjaar vielen.

9. Germany Inhousetour
Het evenement heeft plaatsgevonden in het nieuwe boekjaar. De baten en lasten die met dit evenement gepaard gingen zijn terug te vinden op de begroting voor het aankomende jaar.

11. MARUG Commercial Night
De Commercial Night van 2 mei 2017 valt in het nieuwe boekjaar.

14. MARUG Mind over Marketing
De MoM was goed bezocht, vandaar de hogere baten. De extra financiële ruimte die dit jaar aan het evenement geboden is, is deels benut.

15. MARUG Cursussen
Er is een nieuwe cursus toegevoegd aan het portfolio van de MARUG. De deelnemersbijdrage hiervoor bedroeg 50 euro.

4.8 Goedkeuring

Verklaring van de Kascontrolecommissie

Ingevolge de opdracht van de Algemene Ledenvergadering d.d. 29 mei 2017 hebben wij de financiële cijfers voor het boekjaar 2016-2017, begonnen op 1 mei 2016 en eindigend op 30 april 2017, van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen gecontroleerd.

Op grond van de door ons uitgevoerde controle is niets gebleken waaruit wij zouden moeten concluderen dat de cijfers geen getrouw beeld geven.

Groningen, 16 mei 2017

De kascontrolecommissie 2016-2017,

Michel Koldenhof
Penningmeester
MARUG Bestuur 2014-2015

Coen Zweers
Penningmeester
MARUG Bestuur 2015-2016

5. Actieve leden 2016-2017

MARUG Bestuur	Nick van de Gevel	*Voorzitter*
	Maaike van Os	*Secretaris*
	Loy Löwik	*Penningmeester*
	Martijn Diekmann	*Externe Betrekkingen*
	Maylen de Koning	*Interne Betrekkingen*
	Miranda Leijen	*PR & Promotie*
MARUG Conference Bestuur	Daniël Lutjens	*Voorzitter*
	Luuk Appels	*Externe Betrekkingen I*
	Siebren Hazelhoff Roelfzema	*Penningmeester & Externe Betrekkingen II*
	Liesanne Rooks	*PR & Promotie*
	Britt Piket	*Thematiek & Sprekers*
	Eline Nieboer	*Dagorganisatie*
Battle of Marketeers	Mark Slump	*Voorzitter*
	Quin Kroon	*Externe Betrekkingen I*
	Mart Vos	*Externe Betrekkingen II & Penningmeester*
	Anne Veenhuyzen	*Dagorganisatie*
	Kimberley van Hulst	*PR & Promotie*
ComMa Congres (2016)	Louis de Bruijn	*Voorzitter*
	Sterre Peters	*Externe Contacten & Penningmeester*
	Chantal ter Haar	*Thematiek & Sprekers*
	Emma Braams	*Dagorganisatie*
	Sabine Hidding	*PR & Promotie*
ComMa Congres (2017)	Sophie Holwerda	*Voorzitter*
	Julia Smit	*Externe Contacten & Penningmeester*
	Kimberley van Hulst	*Thematiek & Sprekers*
	Suzanne Lei	*Dagorganisatie*
	Anne van der Wal	*PR & Promotie*
Commercial Night	Jeroen Oosterveld	*Chairman*
	Joost Hoekstra	*Theme & Speakers*
	Nicolò Ventura	*PR & Promotion*
	Johann Lagemann	*Day Organisation*
Conference Dagorganisatie	Sammie Cools	*Productsponsoring*
	Job Wentink	*Promotie*
	Lisanne Venema	*Media, Techniek & Organisatie*

	Ward Schuuring	*Acquisitie*
EBF/MARUG Recruitment Days (2016)	Anmarie Germs	*Voorzitter*
	Rogier Muis	*Penningmeester*
	Eline Klaver	*Bedrijfscontacten I*
	Roelof Takens	*Bedrijfscontacten II*
	Jelle Schaap	*Dagorganisatie*
	Yanne de Lang	*Logistiek & Planning*
	Fleur Bastin	*PR & Promotie*
EBF/MARUG Recruitment Days (2017)	Machtelt Eggink	*Voorzitter*
	Mike van Oudshoorn	*Penningmeester*
	Cyril Kuipers	*Bedrijfscontacten I*
	Maarten Franken	*Bedrijfscontacten II*
	Adam Tavernier	*Dagorganisatie*
	Jarno Wilms	*Logistiek & Planning*
	Maaike Kort	*PR & Promotie*
Inhousetour Germany	Lukas Baron	
	Christopher Bunn	
	Claudia Frey	
International Ambassadors	Louise Nyman	
	Johann Lagemann	
International Marketing Experience	Daan de Weger	*Voorzitter*
	Niki Gerards	*Externe Betrekkingen*
	Femke Sougé	*PR & Promotie*
	Victor Laan	*Thematiek & Sprekers*
	Julia Weekenstroo	*Weekorganisatie*
MARUG Campus Recruiters	Robin Gringhuis	
	Isadora Ellis	
	Kjeld Vissers	
	Lotte Logher	
	Marc Boels	
Master Marketing Team Fall	Siri de Ruiter	*Voorzitter*
	Marc Boels	*Externe Betrekkingen I*
	Lori Spruijt	*Externe Betrekkingen II*
	Marijke Tadema	PR & *Promotie*
	Peter Lammers	*Dagorganisatie & Penningmeester*
Master Marketing Team Spring	Louise Nyman	*Voorzitter*
	Nick Roode	*Externe Betrekkingen*
	Sterre Peters	*PR & Promotie*

	Dion Parameswaram	*Dagorganisatie*
Media Team	Amber Zijlstra	*Hoofdredacteur*
	Judith Grob	*Redacteur*
	Eveline ten Hoor	*Redacteur*
	Guusje Steenbeek	*Blogger & Designer*
	Claudia de Boer	*Blogger & Designer*
	Lex Ditzel	*Interviewer*
	Sid Eshuis	*Blogger & Designer*
	Talitha la Macchia	*Chef Special*
	Dion Huiskes	(Video) *Editor*
	Ibrahim Barbery	*Blogger & Designer*
	Wouter Kremer	*Blogger & Designer*
	Mykolas Lekavicius	(Video) *Editor*
	Bibi Loman	*Blogger & Designer*
Mind over Marketing	Dennis Reitsma	*Voorzitter*
	Etienne Kick	*Thematiek & Sprekers*
	Fleur Schouten	*Dagorganisatie*
	Emma Braams	*PR & Promotie*
Promotie- en Activiteitencommissie	Miranda Leijen	*Voorzitter*
	Marleen Rijpkema	
	Evi Gorter	
	Christel Overmars	
	Suzanne Busch	
Ambassadeurs	Marijke van Ark	
	Erik Berens	
	Peter Bijlsma	
	Hans Fongers	
	Hilgo Gabriels	
	Mark Jansen	
	Laura van de Merwe	
	Boudewijn Schrijver	
	Ramon Sloof	
	Harry Vleesch Dubois	
	Wilbert van der Woude	
	Rafaël Redczus van Berkel	
	Wencke Lesterhuis	
Raad van Voorzitters	Dick van Veldhuizen	*Voorzitter Bestuur 2012/2013*
	Janiek Moes	*Voorzitter Bestuur 2013/2014*
	Fleur Kamp	*Voorzitter Bestuur 2014/2015*
	Bas Wagenmaker	*Voorzitter Bestuur 2015/2016*

Kascommissie	Michel Koldenhof	*Penningmeester Bestuur 2014/2015*
	Coen Zweers	*Penningmeester Bestuur 2015/2016*

6. Jaarplanning 2016-2017

September

6	MSc Marketing borrel
8	MARUG Openingsfeest
19	SPSS Cursus 1
22	ComMa Congres
26	SPSS Cursus 2
26-30	MARUG Promoweek

Oktober

3	SPSS Cursus 3
4	Master Career Day
6	MARUG Borrel
10	SPSS Cursus 4
10	Inhousedag Bol.com
14	MARUG Plusborrel

November

10	MARUG Borrel
11	MSc Marketing Borrel
12-13	MARUG Actieve Leden Weekend
14	MARUG HALV
17	PACtivity: Lasergamen
22-26	Dublin Inhousetour
28	OBC cursus 1
30	OBC cursus 2

December

1	PACjesavond, MARUG Borrel
5	OBC cursus 3
8	Master Marketing Brand Experience
12	OBC cursus 4
12-14	MARUG/EBF Recruitment Days
15	OBC cursus 5
19	OBC cursus 6

Januari

9	OBC cursus 7
12	Actieve leden diner, MARUG Nieuwjaarsborrel
16	OBC cursus 8

Februari

2	MARUG Borrel
3	MSc Marketing Borrel

8-10	Nationale Marketing Strijd
10	MARUG Plusborrel
15	Mind over Marketing
20	Cursus R 1
21	Battle of Marketeers

Maart

2	Cursus R 2
2	MARUG Borrel: Voorzittersbekendmaking
6	Cursus R 3
7	MARUG Marketing Conference
13	Cursus R 4
14	Master Marketing Seminar
20	Cursus R 5
23	Plus Inhoudelijk Evenement: RUG CIC Seminar

April

11	MSc Marketing Borrel
13	MARUG Borrel: Bekendmaking kandidaatsbestuur 2017-2018
16-23	MARUG International Marketing Experience
24	InDesign/Photoshop cursus 1

Mei

1	InDesign/Photoshop cursus 2
2	Commercial Night
4	MARUG Borrel
8	InDesign/Photoshop cursus 3
9	Inhousedag Databay
10-13	Germany Inhousetour
15	InDesign/Photoshop cursus 4
18	Master Intelligence Event
29	MARUG ALV

Juni

1	MARUG Borrel
2	Actieve leden BBQ

Juli

1	Plus Grachtenborrel