



VISIT MECHELEN ACTIEPLAN LEISURE 2026



VISIT
MECHELEN



INHOUD

Visit Mechelen: leisure toerisme

Doelstelling

Positionering bestemming Mechelen

Actieplan 2026

Doelmarkten en doelgroepen

Kanalen

Productontwikkeling

Sectorwerking

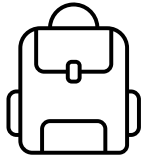
Data en kennis

Vernieuwing strategisch plan

DOELSTELLING: LEISURE

Mechelen **groeit** als aantrekkelijke en meerdaagse bestemming voor nationale en internationale bezoekers. Visit Mechelen staat in voor **productontwikkeling, promotie en onthaal**; deze duurzame groei wordt aangewakkerd met oog voor een **positief evenwicht** tussen bewoners, bezoekers, ondernemers en de plek.

MEETKADER



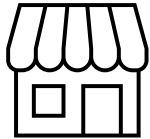
BEZOEKER

- Groei aantal verblijfsbezoekers
- Bezoekerstevredenheid



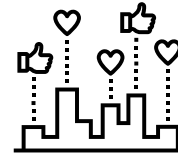
BEWONER

- Toeristische intensiteit
(aankomsten per 100 inwoners)
- Draagvlak toerisme bij bewoners



ONDERNEMER

- Gemiddelde bezettingsgraad logies
- Aantal toeristische jobs



PLEK

- Ruimtelijke spreiding van bezoekers (gini-coëfficiënt)
- Seizoen spreiding van toeristisch bezoek



POSITIONERING MECHELEN

Mechelen: a pocket-sized world city

We positioneren Mechelen als **compacte, gastvrije en vlot bereikbare cultuurhistorische bestemming** waar nationale en internationale bezoekers meerdere dagen kunnen verblijven.

Bezoekers genieten van het rijke aanbod aan erfgoed, geschiedenis, cultuur, luwte en natuurbeleving; alles op wandel- en fietsafstand.

- **Primaire focus: 'stadspaleizen en torens'**
Erfgoed, geschiedenis, cultuur
- **Ondersteunend: 'luwte en ademruimte'**
Blauw/groen in en rond de stad, fietsen en wandelen
- **Aanvullend**
Internationaal baanbrekend vakmanschap
Gastvrije en inclusieve bestemming





ACTIEPLAN 2026

- Doelmarkten en doelgroepen 2026
- Kanalen
- Productontwikkeling
- Sectorwerking
- Data en kennis
- Vernieuwing strategisch plan

DOELMARKTEN EN DOELGROEPEN 2026

Primaire markten



Vlaanderen (40%)

Vanaf +/-30km rond Mechelen



Nederland (30%)

Grensgebied, AMS, RTM, ...



Duitsland (20%)

Grensgebied (Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen)

Secundaire markten (10%)

Frankrijk, DACH* (excl D), UK, Spanje, Italië

Doelgroepen



Meerwaardezoeker (60%)

Bezoeker die kiest voor betekenisvolle cultuur- en belevingservaringen



Sociale genieter (30%)

Bezoeker die vooral komt voor sfeer, gezelligheid, horeca en samen genieten in een aangename stad



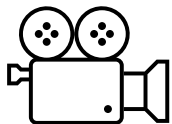
Gezinnen (10%)

Gezinnen met schoolgaande kinderen

Doelmarkt/doelgroep-combinaties

Markt	Mw.zoeker	Sociale genieter	Gezinnen
Vlaanderen	40%	40%	20%
Nederland	40%	60%	0%
Duitsland	100%	0%	0%
Secundaire markten	Reactief	Reactief	Reactief

DIGITALE ADVERTENTIES 2026



AWARENESSFASE

Via korte gerichte video's bekendheid opbouwen.

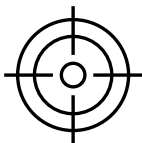
Boodschap = In Mechelen komen historisch erfgoed en hedendaagse charme op wandelafstand samen.

Timing = doorlopend van april tem november

APR



NOV



CONVERSIEFASE

Personen die in de awarenessfase interesse toonden, tonen we seizoensgebonden conversieads om hen concreet aan te zetten tot het plannen en boeken van een meerdaags verblijf in Mechelen.



APR



JUL



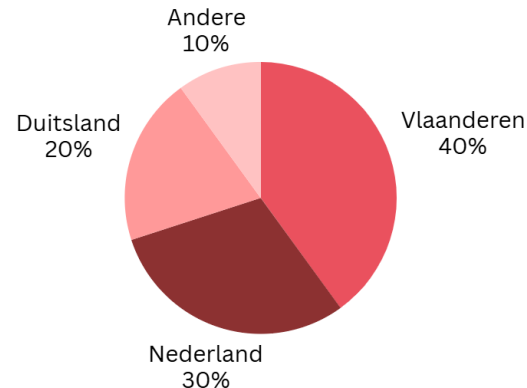
SEP



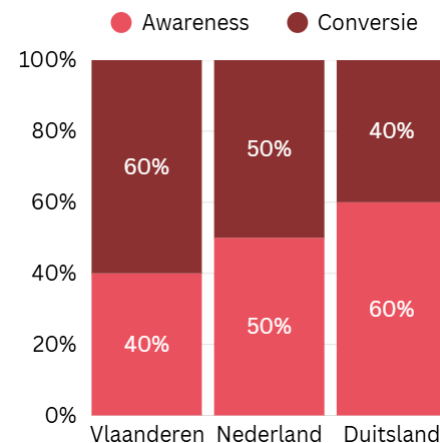
NOV

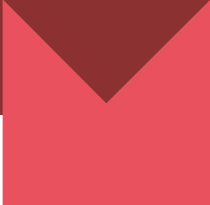
Concept video's ism creative agency James Bold rond tagline: *'Mechelen. Where history lives today'*

BUDGETVERDELING DOELMARKTEN



BUDGETVERDELING AWARENESS/CONVERSION





PERS & PARTNERSHIPS 2026



Vlaanderen

- Organisatie perstrip voor grote Vlaamse media
- Samenwerking met mediapartners Reisroutes en Passar
- Samenwerking mediapartner met doelgroep gezinnen ism lokale partners
- Pro-actieve selectieve influencersamenwerkingen (zie volgende slide)



Nederland

- Samenwerking met het buitenlandkantoor
- Proactieve selectieve influencersamenwerkingen (zie volgende slide)



Duitsland

- samenwerking met het buitenlandkantoor voor pers en influencers, focus meerwaardezoeker
- Samenwerking Deutsche Bahn



Focusjaar inclusie Toerisme Vlaanderen

- Gezamenlijk persmoment met Toerisme Vlaanderen rond het inclusieve project Blinde Selfiespot, waarbij Mechelen optreedt als wereldwijde pilootstad.
- Exploratie nieuwe partnerships i.f.v. inclusie en toegankelijkheid

INFLUENCERSAMENWERKINGEN 2026

influencer	Nationaliteit	Samenwerking	Focus	Aantal volgers	Instagram
Coordinotes	BE (international)	Fee	City trips, slow travel, architectuur & design	163 000	https://www.instagram.com/coordinotes/
Trackentrees	NL	Barter	Food en resto's (prikkelpakket)	12 400	https://www.instagram.com/trackentrees/
Lao & Theo	BE (FR)	Barter	Fietsen, natuur	18 500	https://www.instagram.com/lao_and_theo/
Rens on the Road	BE (NL)	Barter	authentieke content, opkomende reisinfluencer met hoog engagement, Oost en West-Vlaanderen	4 557	https://www.instagram.com/rensontheroad/
The New Journey	NL	Barter	Bewust reizen (train travel), duurzaam, natuur & city escapes	6 264 + 40k reisblog	https://www.instagram.com/thenewjourney.nl/
The Greenlist	NL	Fee	Duurzaam reizen, eco-hotspots & groene city guides	66 300	https://www.instagram.com/thegreenlist.nl/
Traveller James	UK / DE	Fee	Europa, cultuur & storytelling, jonger doelpubliek	140 000	https://www.instagram.com/traveller.james/
Emma's Roadmap	BE	Fee	Hiking, dagtrips, unieke plekjes, natuur	281 000	https://www.instagram.com/emmasroadmap/

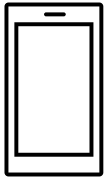
Deze samenwerkingen staan op de planning, maar kunnen nog wijzigen

ONLINE KANALEN 2026



Website visitmechelen.be

Lancering nieuwe **Visit Mechelen-website** (vijftalig) in april met een verbeterde contentstructuur waarbij we inspelen op veranderende zoekgedrag AI-gestuurde zoek- en aanbevelingssystemen.



Instagram en Facebook

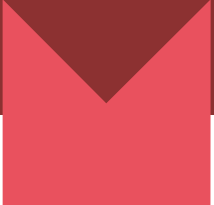
- ✓ Meer inzetten op video & stories
- ✓ Meer waarde aan onze bezoekers (Gratis wandelingen, Beste plekjes voor...)
- ✓ Meer gezichten (Mechelaars/ambassadeurs/bezoekers) in de kijker
- ✓ Succesvolle reels en posts boosten
- ✓ Overleg initiëren met social media managers kunststeden
- ✓ Tiktok onderzoeken als nieuw kanaal
- ✓ Samenwerking met Visit Flanders & partners bestendigen

Toeristische trade

Wederverkopers van
bestemming Mechelen,
waaronder
touroperators en OTA's

2026

Reactieve werking op trade wordt
verdergezet. Ze volgt de
doelgroep- en marktkeuzes, en
omvat rechtstreekse aanvragen en
die via tradewerking van Toerisme
Vlaanderen



PRODUCTONTWIKKELING 2026

1

Onderhoud en finetunen van
bestaande producten (24)

2

Ontwikkeling van **nieuwe producten** binnen de verhaallijn
Stadspaleizen en torens, met
focus op de Margareta's en
vrouwelijk leiderschap

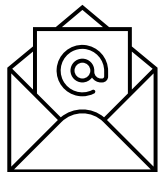
3

Start vernieuwing toeristische
bewegwijzering

4

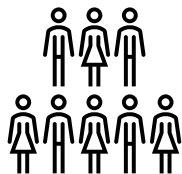
Merchandising: uitwerking en
productieplanning, i.s.m. MarCom

SECTORWERKING 2026



Bestendiging van de **nieuwsbrievenflow**

- 50 nieuwsbrieven (+20%)
- Kanaal voor afstemming, kennisdeling en connectie
- Thema's: aanbod/producten, campagnes, cijfers, bereikbaarheid, strategie, inspiratie en kennis (toegankelijkheid, duurzaamheid, tech en digital/AI, future proof ondernemen in toerisme)



Sectormomenten: vraag van sector om meer samen te komen, te inspireren en van elkaar te leren (*uit sectorbevraging*)

- 1 key sectormoment
- 2 à 3 kleinere inspiratiemomenten in het voorjaar en najaar (webinar, inspiratiesessie) met focus op inclusie



Vernieuwing van het **sectorportaal**, geïntegreerd op de nieuwe Visit Mechelen-website

DATA & KENNIS 2026



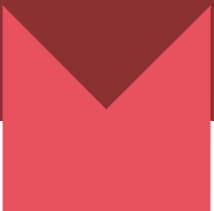
Onderzoeken

- **Bewonersonderzoek** ism met Toerisme Vlaanderen (wave 2 in februari en wave 3 in augustus)
- Jaarlijkse **logiesbevraging** (februari)
- Analyse **bezoekersbevraging via logies** die in 2025 doorging
- Opstarten nieuw **kunststedenonderzoek** (lancering 2027)



Dashboarding en analyses

- Regelmatige analyses van **toeristische data**: jaaranalyse en kwartaalanalyses en ontsluiten met de sector
- Toeristisch relevante data opnemen en ontsluiten in het **data warehouse** van stad Mechelen en visualiseren in een Power BI rapport.



EXTRA'S REGULIERE WERKING 2026

Balie

Ontwikkeling Verhaal
van Mechelen

Toren

Opvolging exploitatie
Sint-Rombouts-
kathedraal en -toren

Groepen

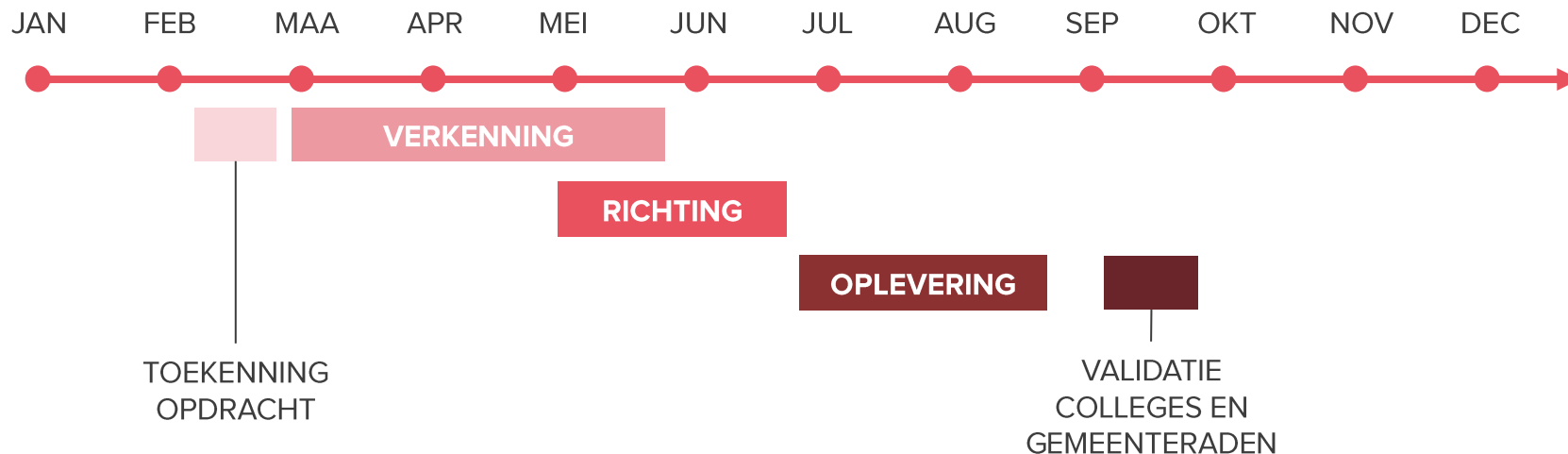
Opvolging
convenant en
ontsluiting stadhuis

VERNIEUWING STRATEGISCH PLAN

Vernieuwing van het strategisch plan voor toerisme van Stad Mechelen en Sint-Katelijne-Waver

- Huidige: 2021 - 2026
- Voor de periode: 2027 - 2032
- Co-creatief traject met beleid, sector, experts en bewoners

PLANNING 2026



VISIT MECHELEN & MARGARETA

