



TOERISTISCHE

KERNCIJFERS

EERSTE KWARTAAL 2026



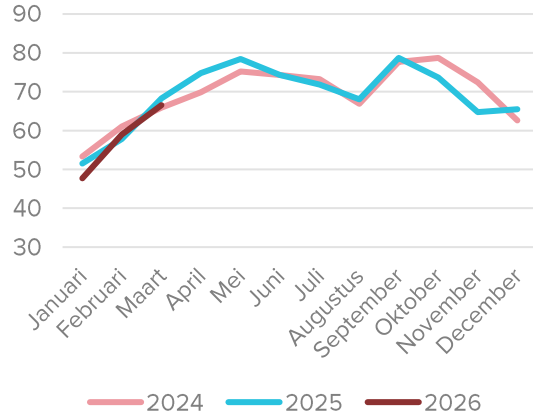
VISIT 
MECHELEN 

SAMENVATTING

- **Q1 startte traag voor toerisme in Mechelen.** Januari is altijd een moeilijke maand voor logies en de bezettingsgraad lag dit jaar nog iets lager (-7%) dan in 2025. Die terugval is vooral toe te schrijven aan minder internationale bezoekers, een tendens die zich richting maart opnieuw herstelt.
- **Verschuiving van de krokusvakantie.** Dat de vakantie week dit jaar in februari i.p.v. maart lag, gaf een verschuiving in de nationale maandcijfers. Dit betekent betere cijfers in februari, maar een lichte dip in maart.
- **De Sint-Romboutstoren vormt een uitzondering op die trage start.** Januari was een topmaand (+33%), mede dankzij veel droge weekends. Over het volledige eerste kwartaal resulteert dit in een lichte groei van de ticketverkoop (+3%) ten opzichte van vorig jaar.

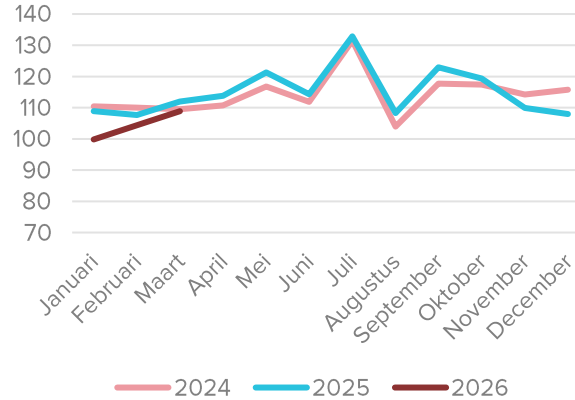
TREND LOGIES MECHELEN Q1

Bezettingsgraad



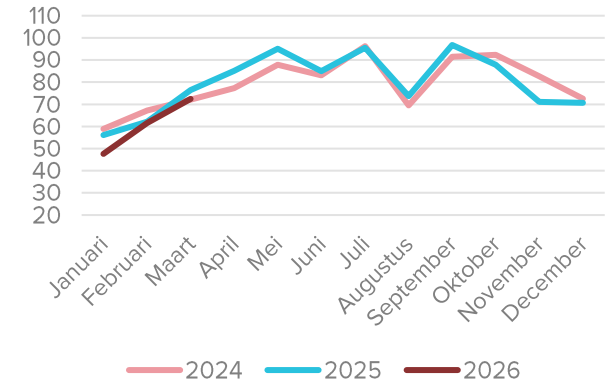
Maand	2025	2026	% verschil
januari	51,51	47,70	-7%
februari	57,80	58,99	2%
maart	68,28	66,54	-3%

Gem. kamerprijs



Maand	2025	2026	% verschil
januari	108,92	99,81	-8%
februari	107,64	104,32	-3%
maart	111,96	108,87	-3%

Omzet per beschikbare kamer



Maand	2025	2026	% verschil
januari	56,11	47,62	-15%
februari	62,21	61,54	-1%
maart	76,44	72,44	-5%

In het eerste kwartaal van 2026 blijven de indicatoren voor logies (bezettingsgraad, gem. kamerprijs, omzet per besch. kamer) onder het niveau van 2025. De terugval is vooral toe te schrijven aan januari, met een lagere bezettingsgraad en lagere kamerprijzen, wat zich vertaalt in een lagere omzet per beschikbare kamer. In februari en maart liggen de resultaten dichterbij die van 2025.

TREND LOGIES Q1 KUNSTSTEDEN

legende		Bezettingsgraad			Gemiddelde kamerprijs			Omzet per beschikbare kamer			
>10%		2025 Q1	2026 Q1	% verschil	2025 Q1	2026 Q1	% verschil	2025 Q1	2026 Q1	% verschil	
2/10%		Mechelen	60,7	57,9	-4,5	111,79	105,40	-5,7	67,81	61,04	-10,0
-1/1%		Antwerpen	58,9	62,6	6,3	109,00	108,20	-0,7	64,18	67,72	5,5
-2/-10%		Brugge	50,3	51,0	1,5	110,81	102,66	-7,4	55,75	52,40	-6,0
>-10%		Gent	64,0	63,8	-0,3	125,46	125,31	-0,1	80,35	80,00	-0,4
		Leuven	64,9	69,3	6,7	108,08	106,79	-1,2	70,15	73,97	5,4

In vergelijking met de andere kunststeden kent Mechelen in Q1 een daling van de bezettingsgraad, waarbij vooral de zwakkere januarimaand een duidelijke impact had. Tegelijk blijft de gemiddelde kamerprijs in Mechelen beter overeind dan in Brugge. Over alle kunststeden heen zien we dat kamerprijzen onder druk staan; enkel Antwerpen en Leuven realiseren in Q1 een stijging van de omzet per beschikbare kamer.

BEZOEKERS SINT-ROMBOUTSTOREN Q1

9.729

torenbezoekers

↑ 3% tov Q1 2025 (9.446)

€49.706

omzet tickets

↑ 1% tov Q1 2025 (49.458)

Trend aantal torenbezoekers

Maand	2025	2026	% verschil
januari	1754	2362	35%
februari	3100	3205	3%
maart	4592	4162	-9%
Totaal	9446	9729	3%

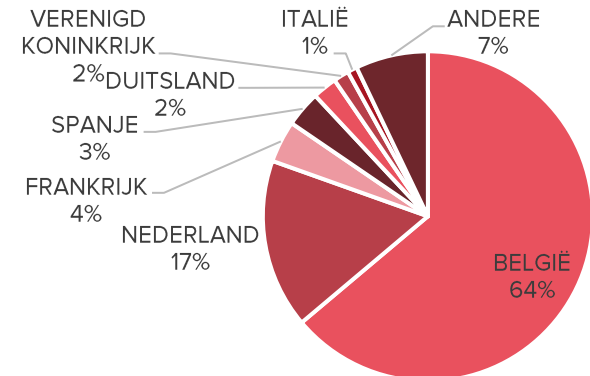
Lichte groei (+3%) wordt vooral gedragen door een uitzonderlijk sterke januarimaand: **+35%** bezoekers tegenover vorig jaar (<> logiescijfers). Er waren dit jaar ook veel droge weekends in januari. Februari blijft nagenoeg stabiel **+3%**, maar in maart is er een terugval **-9%**, wat aansluit bij de verschuiving van de krokusvakantie naar februari.

In de herkomst zien we België dalen **-9%**, maar dat wordt gecompenseerd door duidelijke groei uit Nederland **+28%** en sterke procentuele stijgingen bij kleinere markten zoals het Verenigd Koninkrijk **+163%** en Spanje **+109%**.

Trend nationaliteiten Q1

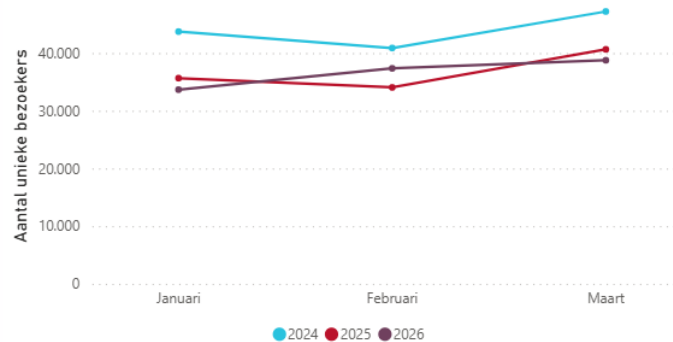
Maand	2025	2026	% verschil
BELGIË	6796	6213	-9%
NEDERLAND	1260	1614	28%
FRANKRIJK	386	398	3%
SPANJE	163	341	109%
DUITSLAND	229	233	2%
VERENIGD KONINKRIJK	56	147	163%
ITALIË	51	92	80%

Verhouding nationaliteiten Q1

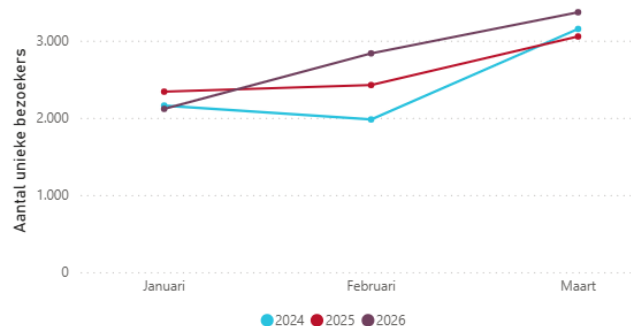


TREND DAGTOERISTEN Q1

Nationaal



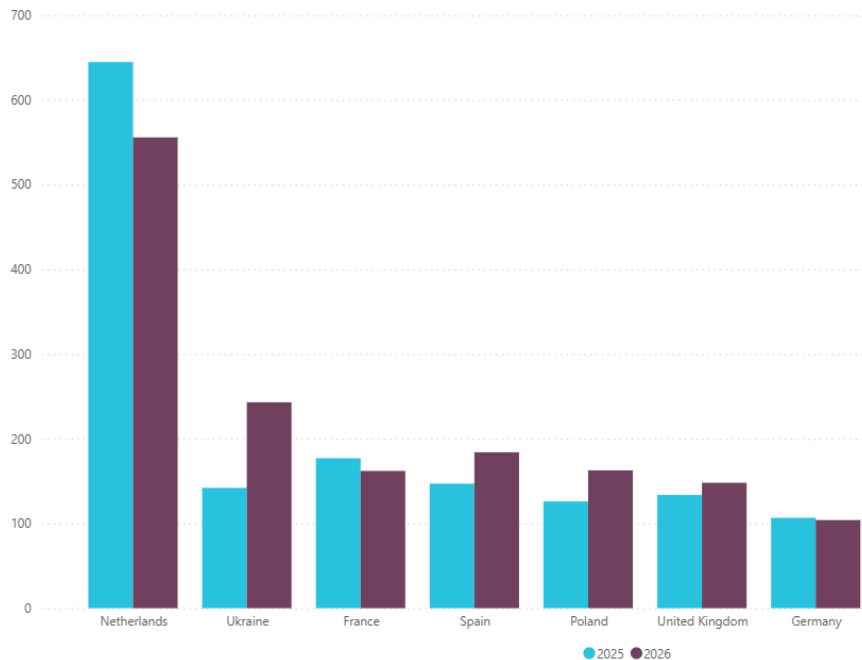
Internationaal



Maand	2025	2026	% verschil
Internationaal	2.606	2.773	6,4%
Nationaal	36.773	36.580	-0,5%

EVOLUTIE UNIEKE BEZOEKERS VOLGENS HERKOMST OP MAANDBASIS

Gemiddeld aantal unieke bezoekers per land per maand



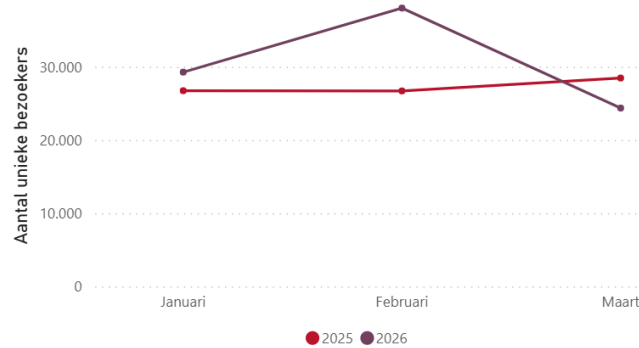
Het aantal nationale dagtoeristen bleef in Q1 nagenoeg stabiel (-0,5%). Bij de internationale dagtoeristen noteren we daarentegen een lichte stijging (+6,4%). Binnen de nationale dagtoeristen zien we, in lijn met andere indicatoren, een zwakkere januarimaand. De sterke februarimaand wordt gedeeltelijk geneutraliseerd in maart, wat samenhangt met de verschuiving van de paasvakantie.

Bron:

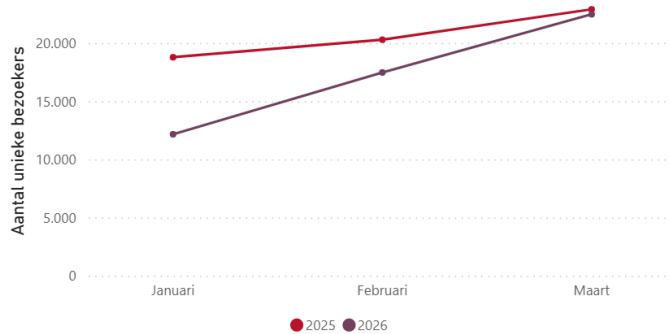
Proximus. Definitie dagtoerist = unieke niet-structurele dagbezoeker die min. 2u gezien is in het meetgebied (kernwinkelgebied), zonder overnachting. Woont niet in een straal van 15 km. rond Mechelen.

TREND VERBLIJFSTOERISTEN Q1

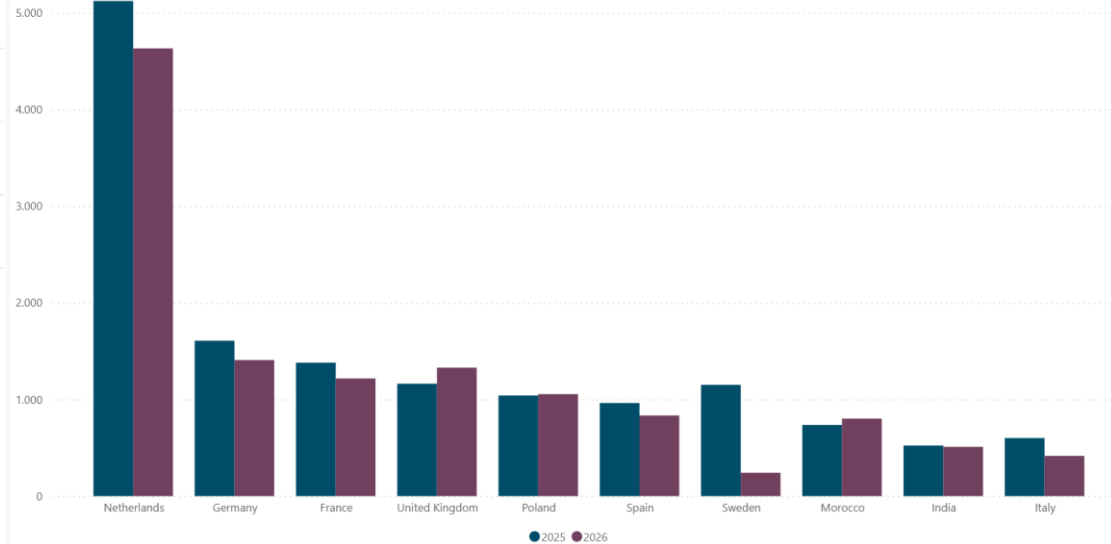
Nationaal



Internationaal



Gemiddeld aantal unieke bezoekers per land per maand

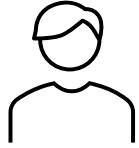


Deze cijfers tonen ons dat januari vooral op vlak van internationale bezoekers een mindere maand was. Nationaal zagen we wel goede cijfers. Vooral in Nederland zagen we in januari een daling, die zich richting maart wel herstelt. Nationaal zien we vooral het effect van de krokusvakantie die dit jaar in februari viel i.p.v maart.

Bron:

Proximus. Definitie verblijfstoerist = Min. 1 nacht en max 14 nachten verbleven in het Meetgebied in Mechelen. Zij wonen niet in Mechelen of de 5 deelgemeenten.

OVERZICHT WEBSITE VISIT MECHELEN



115.095

Bezoeken

-2,5%

Top 7 bezoeken via externe websites

WEBSITE	▼ BEZOEKEN	ACTIES
www.mechelen.be	339	3.665
www.visitflanders.com	315	2.952
uitin.mechelen.be	131	2.226
www.kathedraalmechelen.be	130	730
www.visitwintertuin.be	117	1.210
public-eur.mkt.dynamics.com	114	747
www.vrt.be	94	430

Trend klikken via Google volgens herkomst

Country	Clicks 01/01/2026 - 31/03/2026	Clicks 01/01/2025 - 31/03/2025	Clicks Difference
Belgium	75,614	70,054	5,560
Netherlands	7,301	6,773	528
Germany	1,774	1,474	300
France	1,619	1,190	429
Spain	753	771	-18
United Kingdom	689	767	-78

Het aantal bezoeken op onze website kunnen we ondanks de opkomst van AI chatbots nog goed vasthouden. Via Google zien we nog steeds een stijging in het aantal clicks.

OVERZICHT SOCIAL KANALEN Q1

Engagement

9,583

↑ 55.5%

Likes

8,367

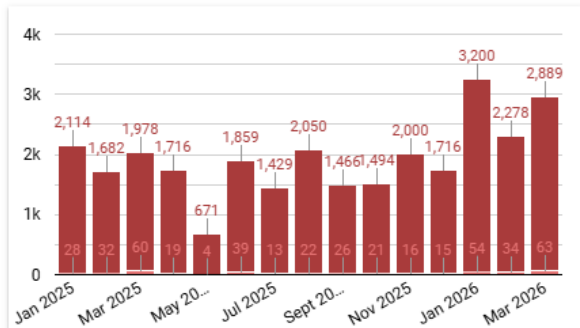
↑ 44.9%

Comments

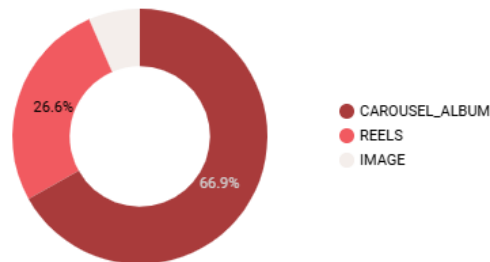
151

↑ 25.8%

Media type



Engagement per media type



- Sterke cijfers in Q1 op vlak van engagement.
- Populaire posts: Wintertuin, reel van Mechelen in de sneeuw, fb video van de vlietjes, ...
- Veel nieuwe dingen aan het uittesten. (Nieuwe layout voor carousel format, promoted posts, reels, samenwerkingen met Toerism Vlaanderen, ..)
- Nieuwe manier van werken die in juni 2025 gestart is, werpt zijn vruchten af

Likes

7,052

↑ 151.9%

Shared Stories

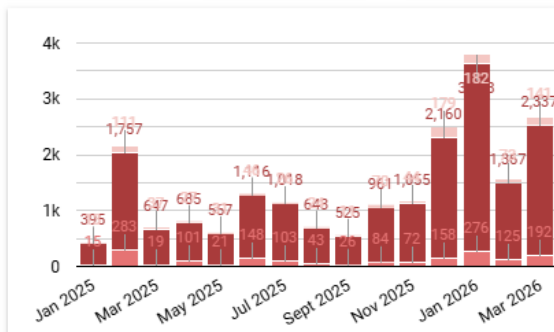
396

↑ 146.0%

Comments

593

↑ 87.1%



OVERZICHT WERKING Q1

- **PRODUCTEN**

- Borden toegevoegd aan Paleis Margareta van Oostenrijk > wayfinding en informatie
- Groepsbrochure
- Prikkelpakket
- Vernieuwing fietsrondjes en herdruk wandelrondjes
- Lente- en Zomerbrochure

- **PUBLICATIES**

- Pasar wandelen: Rubens in Steen (België)
- Libelle (België)
- Pasar 5* rust in de stad (België)
- Emma's Roadmap Hidden Gems: Boek ligt in 80 boekhandels verdeeld over Vlaanderen, nog geen cijfers.

- **TRADE:**

- famtrip Toegankelijkheid 2026 i.s.m. Toerisme Vlaanderen

- **PERS:**

- VeDi-Trips
- Magasinet Kunst
- Daardaar

- **DIGITALE PROMOTIE**

- Voorjaarscampagne gezinnen (inhaker campagne Technopolis)
- Voorjaarscampagne meerwaardezoeker (gestart in april)
- Promoted post met influencer Travel with kids

- **SECTORWERKING:**

- 12 nieuwsbrieven
- Resultaten bezoekersbevraging

Achter de schermen is er in deze maanden ook gewerkt aan de migratie van de website, het nieuwe strategisch plan voor toerisme, en een nieuw campagneconcept.

