

# STRATEGISCH PLAN VOOR TOERISME



**Ambitie:**  
 Als we florierende bestemming willen zijn, wat willen we dan bereikt hebben na afloop van de planperiode

Bij de toeristische bedrijven  
 Bij de bewoners

Bij de plek

Bij de bezoeker



**VERKENNING DNA**

**Eerste schets: waar staan we?**

- visueel vertrekdocument inclusief visienota 2019
- en aangevuld met data covid

✓ intakegesprek  
 ✓ deskresearch




**werksessie kernteam**

**Doel verhelderen**

- visienota en ambitie SMART maken

✓ SMART criteria  
 ✓ visienota & ambitie  
 ✓ stakeholdersmapping



**AANBOD ANALYSE**

**Inzicht krijgen in het huidige aanbod**

- als we vanuit de ambitie naar Mechelen kijken, waar zitten dan onze sterktes? Wat is er bijgekomen?
- wat zit in de pipeline?
- special interestgroepen?
- wat bracht Covid



**VRAAG ANALYSE**

**Inzicht krijgen in de huidige vraag**

- profiel huidige bezoekers
- special interestgroepen?
- visitor journeys /combinatieclusters?
- wat bracht covid?




**TRENDS**

**Inzicht krijgen in hoe de wereld verandert en de ruimere toeristische stromen**

- nieuw consumentengedrag
- andere omgevingsfactoren (regelgeving bijv.)
- wat verandert permanent door Covid?

✓ deskresearch  
 ✓ websearch  
 ✓ interviews/gesprekken




**SWOT RAPPORT**

**Één duidelijk overzicht van alle inzichten in één rapport**

- rapport opgesteld in overleg met kernteam

✓ stakeholdersessie validatie: 'dit volg ik', 'dit wil ik aanvullen'  
 ✓ visueel rapport



**TOEKOMSTLAB**

**Creative antwoorden op uitdagingen en opportuniteiten**


- 5 grote ambitieuze projecten
- "hier wil ik mee aan de slag" vanuit mijn bedrijf of organisatie

✓ mega-brainstormworkshop met kernteam & stakeholders

**werksessie kernteam**

**5 grote ambitieuze projecten intern valideren**

- dit kunnen wij faciliteren vanuit de dienst voor toerisme
- deze rol kunnen wij opnemen
- waar hebben we de ondersteuning van stakeholders nodig



**SPRINTS**

**Quick wins ontwikkelen**

- Wat kan je vandaag al doen om snel te schakelen in tijden van lockdown/ heropstart/....

✓ brainstormsessies met stakeholders




**MANIFESTO**

**Dit gaan we de volgende 5 jaar doen = strategisch plan in een notendop**

- Dit zijn de 5 grote projecten ambitieuze projecten
- dit blijven we doen (toppers)
- welke stakeholders zetten mee hun schouders eronder

✓ summit met kernteam & stakeholders  
 ✓ visueel toekomstboek incl. manifesto



**ACTIE-PLAN**

**Manifesto concreet maken en opzetten van werkgroepen**

- rol en concrete activiteiten uitwerken

✓ werksessie met kernteam



**MEET-KADER**

**SMART criteria linken aan KPIs**

- dashboard maken

✓ werksessie met kernteam

# De essentie van het strategisch plan voor toerisme

Reikwijdte van het plan: geografisch en inhoudelijk

## Ambitie

Florerende bestemming

Gerichte groei op maat van alle stakeholders – bewoners, bezoekers, ondernemers, de plek

## Uitdagingen vanuit vertrekpositie en trends

Groeien in verblijfstoerisme

Winnen aan internationale uitstraling

## Strategische keuzes

Ambitieuze aanbodontwikkeling

Diensten voor toerisme als verbinder van thematische netwerken

MICE – associationwerking op maat van Mechelen

# REIKWIJDTE VAN HET PLAN

Geografisch: Mechelen & Sint-Katelijne-Waver

Verderzetting van bestaande samenwerking, inhoudelijke complementariteit

Inhoudelijk

**Focust op het aantrekken van bovenlokale bezoekers**

Die naar onze bestemming komen voor een dagtrip of een verblijf

Zowel in hun **vrije tijd als professioneel**

Maakt gebruik van brede vrijetijdsaanbod – **selecteert en vertaalt door**

Waarvoor willen toeristische bezoekers afstand overbruggen?

Wat motiveert hen? Waarom komen ze?

Cijfermateriaal – pre-Covid19

Gestart vanuit bestaande mensen en middelen + bijsturing na bevestiging relancemiddelen

# AMBITIE - SDG'S

Hoeveel toerisme heeft een bestemming nodig - kan een bestemming aan?

Florerende bestemmingen/regeneratief toerisme : veerkrachtig ecosysteem, in staat om te reageren op wisselende omstandigheden



# AMBITIE : FLORERENDE BESTEMMING

Van 2 naar 4 perspectieven

Toerisme als **middel** voor

- Economische impact
- Sociale impact
- Ecologische impact

Verbinden van

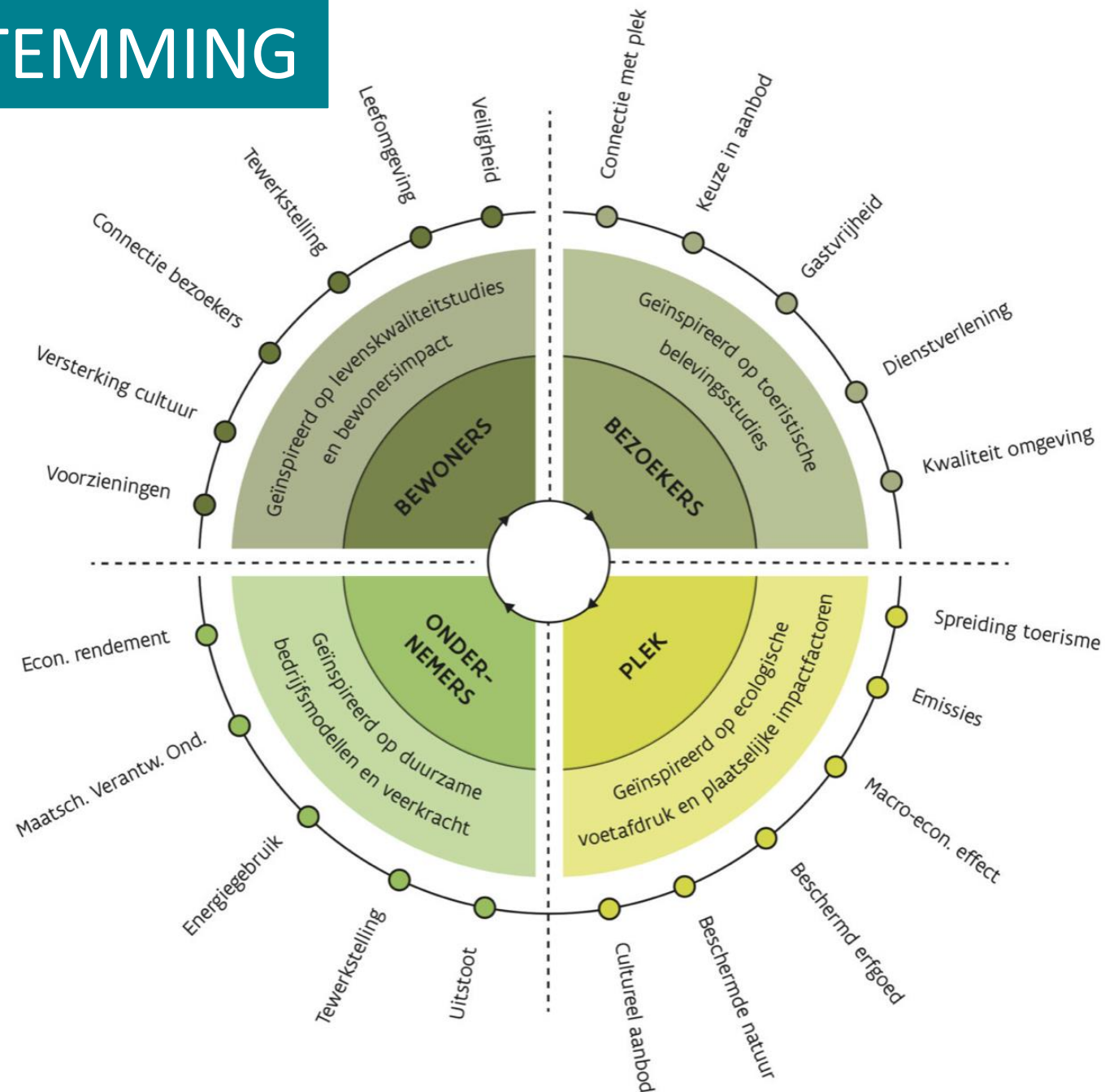
- Mensen
- Organisaties
- Plek

**ONDSCHIEDEND  
UNIEK  
VERHAAL**

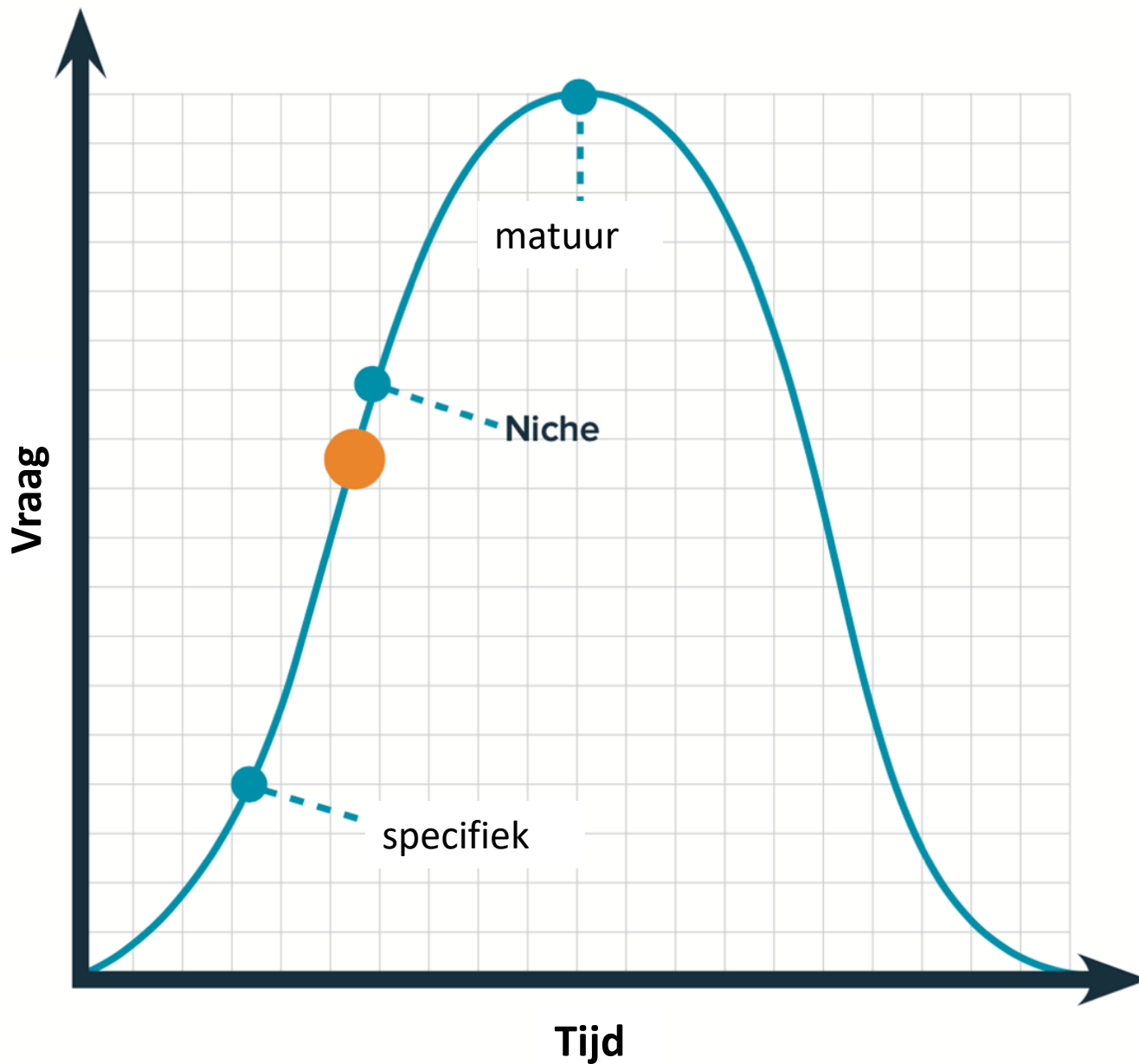
**”PLEKHOUDERS”**

**“DESTINATION STEWARDSHIP”**

**RENTMEESTERSCHAP**

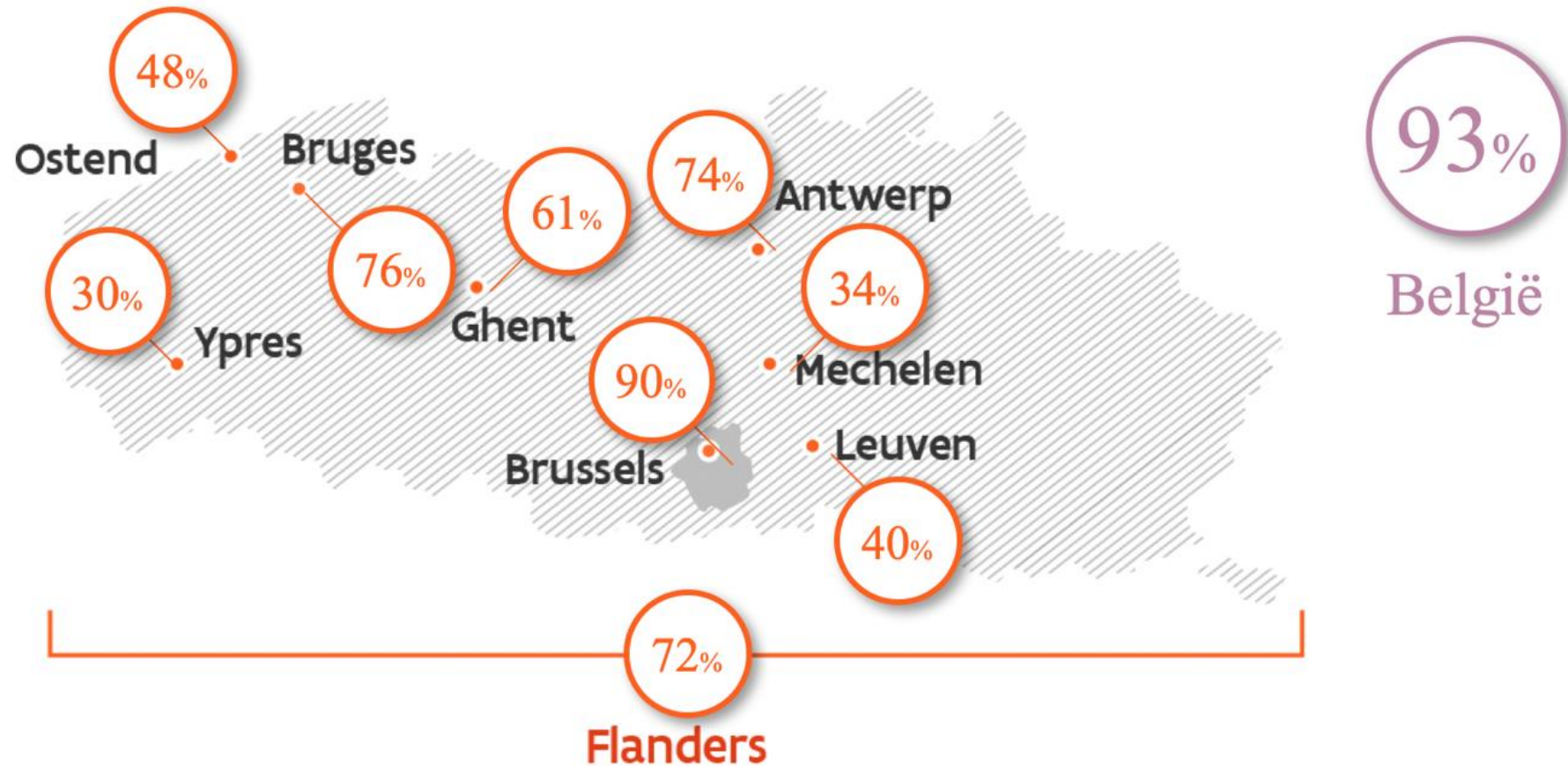


# VERTREKTPUNT: in ontwikkeling



# INTERNATIONAAL ONBEKEND

**BEKEND** MET BELGIË, BRUSSEL, VLAANDEREN  
EN ANDERE BELANGRIJKE STEDEN

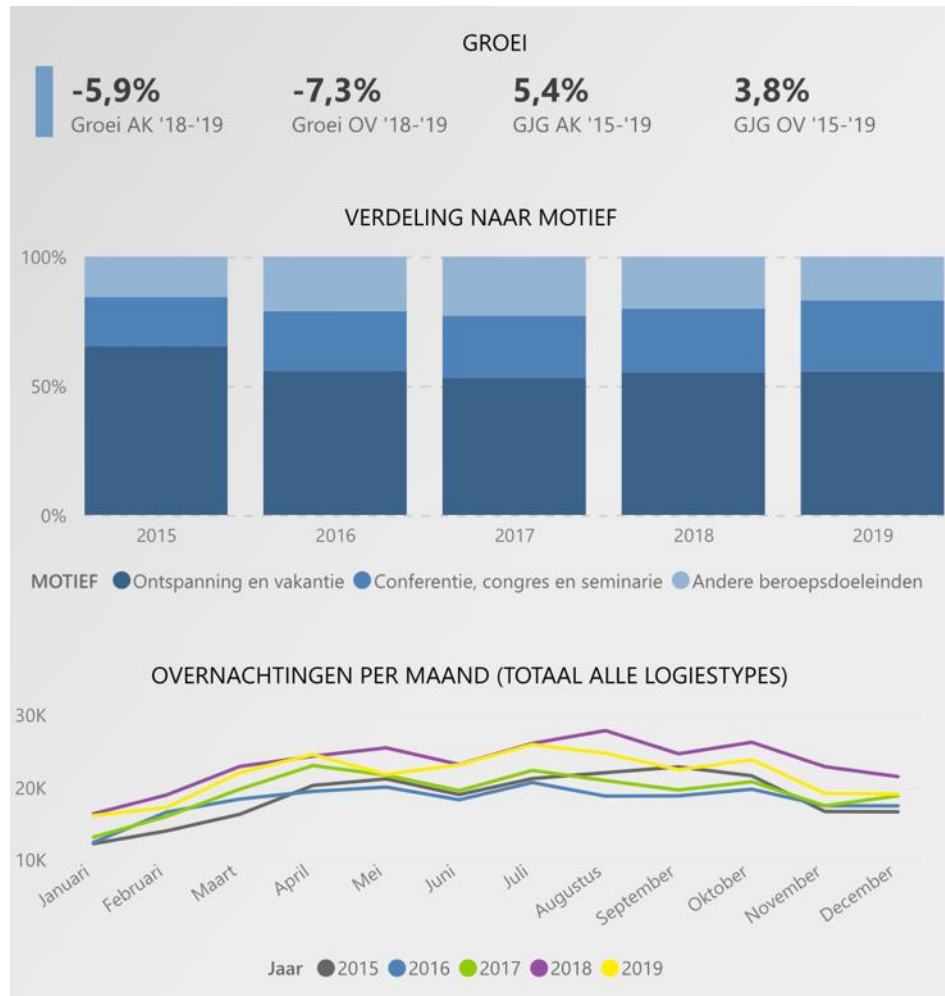




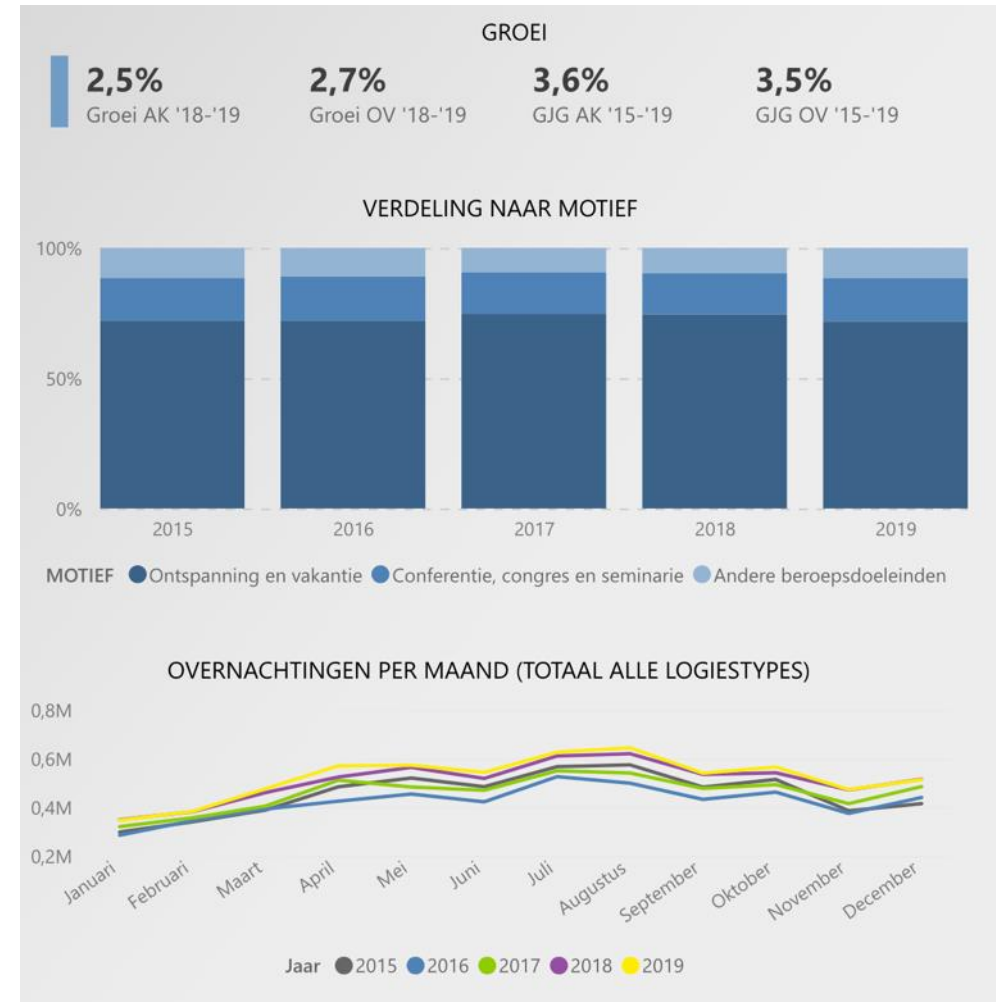
# KLEINE SPELER IN VLAANDEREN

relatief veel zakelijke vraag – aandeel is toegenomen

## MECHELEN



## ANDERE KUNSTSTEDEN ZONDER BRUSSEL



# VERBLIJFSTOERISME herkomstlanden 2015 - 2019

(overnachtingen)

Totaal: 223.233 / 259.356 (+ 16 %)

Sint-Katelijne-Waver: 12.528 (totaal) - 761 buitenland

Vooral België

1. België : 101.054 / 133.163 + 31,8 %
2. Nederland : 38.676 / 36.751 - 5%
3. Duitsland : 19.618 / 16.561 - 15,6 %
4. Verenigd Koninkrijk : 14.373 / 14.138 - 0,2%
5. Frankrijk : 8.764 / 9.838 + 12,3%

! 2018:

positieve groei voor alle buurlanden- maar wel opening van Hof van Busleyden (evenement)

Groen = stijging tov 2015 / rood = daling tov 2015

Bron: Toerisme Vlaanderen

Aantal arbeidsplaatsen  
in horeca

**1.382**

Mechelen

2019

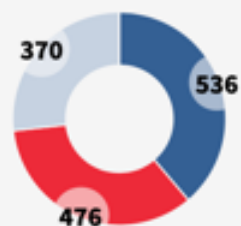
Jaargroei  
arbeidsplaatsen

**13,3%**

Mechelen

2019

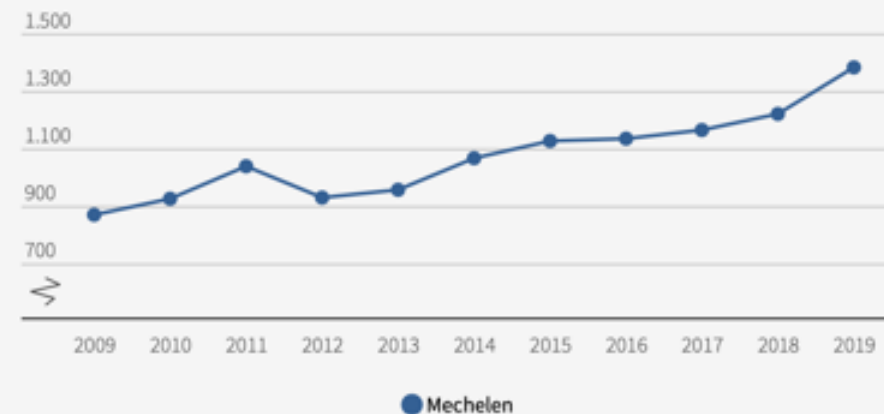
Arbeidsplaatsen per  
regime



Mechelen

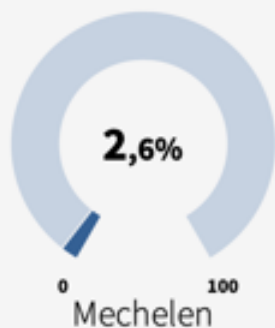


Evolutie werknemers in arbeidsplaatsen



2009 - 2019

Aandeel horeca in alle arbeidsplaatsen



Onbekende waarde

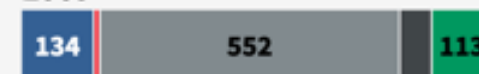
MeSKW

2019

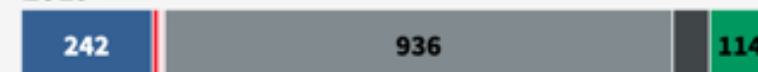
Arbeidsplaatsen per subsector

Mechelen

2009



2019

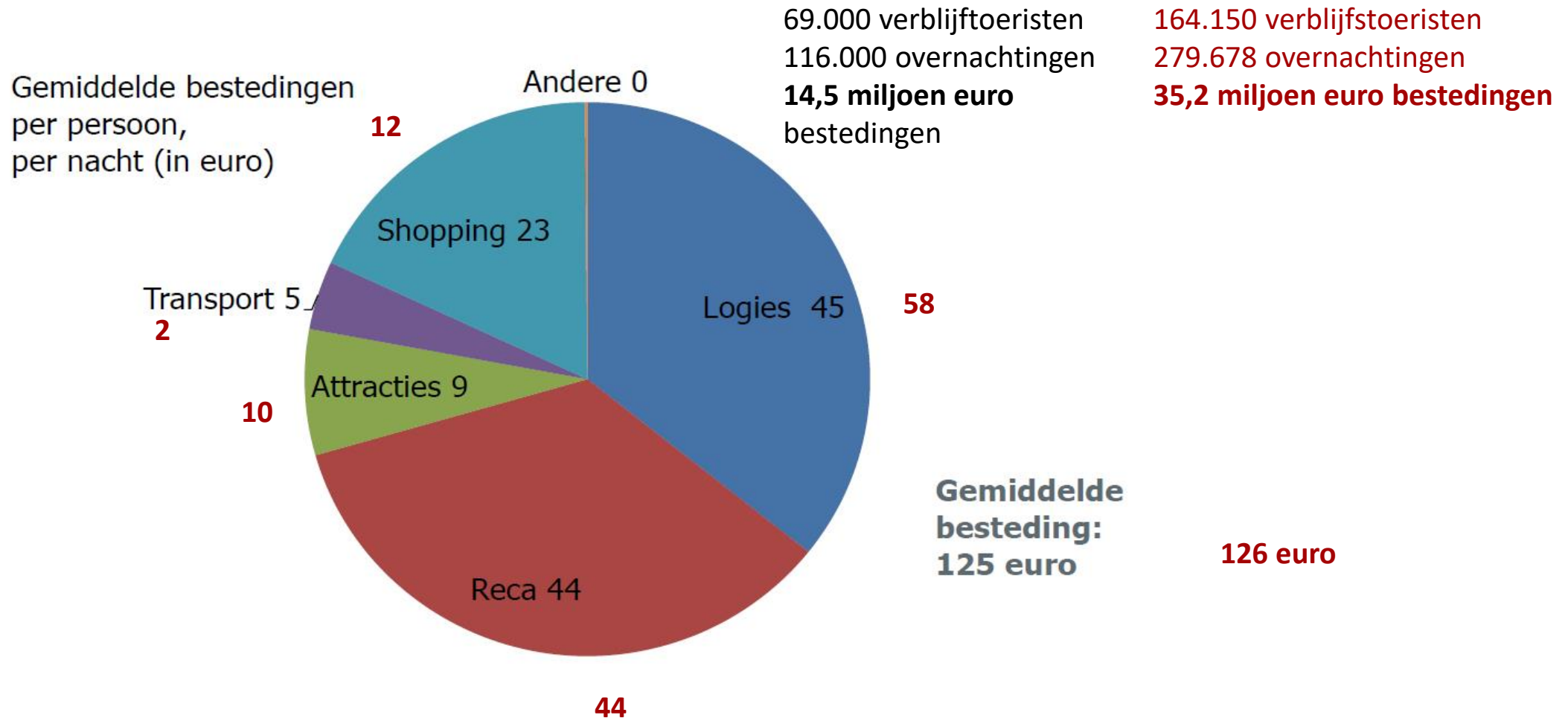


0 200 400 600 800 1.000 1.200 1.400 1.600



2009, 2019

# Bestedingen verblijfstoerisme 2011- 2018 in Mechelen



Ter info: besteding residentiële MICE-toerist : € 234 per nacht per persoon (2013)

# AMBITIE: HERSTEL EN GROEI

**FOCUS op 320.000 overnachtingen in 2026 (t.o.v. 280.000 in 2018)**

- **bezoekers van verder weg (nabije bestemmingen)  
meer verblijfstoerisme**
- **bovenlokale toeristische aantrekkelijkheid verhogen  
= gerichte aanbodontwikkeling**

# PROFIEL: warme en vriendelijke cultuurhistorische bestemming

## ONDSCHIEDENDE KERNKWALITEITEN

Internationale  
uithangborden



stadspaleizen  
en torens

(Bourgondische) Renaissance  
Vrouwelijke vernieuwers

Internationaal aantrekkelijke monumenten  
X Storytelling

Internationaal baanbrekend  
vakmanschap



Ontmoetingen met  
locals die top zijn in hun gebied

Ondersteunend  
& regionaal aantrekkelijk



warm welkom gastblijheid

Oprecht gastvrij



luwte en ademruimte

Relaxte sfeer

# DE ONDERSCHIEDENDE KERNKWALITEITEN

warm welkom gastblijheid



luwte en ademruimte



stadspaleizen  
en torens



baanbekend vakmanschap  
(internationaal)



## VERHAALLIJNEN, ICONEN en PRAKTIJKEN

- toegankelijkheid
- familievriendelijkheid
- diversiteit

- blauwgroene rand
- open (pleinen en vlieten)
- rustig en gezellig  
(maar niet hectisch)
- verkeersluw

- (Bourgondische) renaissance
- Vrouwelijke vernieuwers
- Torens aan de Dijle
- Flanders Heritage Venues

- voortrekker in denken over  
samenleving
- monumentenzorg
- Innovatieve groente
- circulair ondernemen
- beiaard
- Wandtapijten Manufactuur De Wit

- Speelgoedmuseum (2022)
- Congres Hands On –  
familievriendelijke musea (2023)
- Project WeTravel2 (2021-2022):

- Beschermd natuurpark  
Rivierenland
- Fietsroutes lokaal,  
fietsostrades, iconroutes

- Impuls Relance (2022-2026)
- Wintertuin Ursulinen (najaar  
2023)

- 't GroM: herinrichting

# Strategie

- Eigenheid versterken via AMBITIEUZE AANBODONTWIKKELING voor elke pijler
  - “Metrolijnen”- clusteren en verbinden
  - Relanceproject ‘Bourgondische Renaissance’ – substantieel – in te vullen/gesprekken met Toerisme Vlaanderen
  - Meer dan een infrastructuurverhaal – samenwerkingsverbanden & ‘passionate communities’
- Gerichter positioneren
  - (bourgondische) Renaissance – verblijfstoerisme
- De slagkracht van de diensten voor toerisme verhogen (investeren)
  - Inzetten op hun unieke rol als verbinder
  - Inzetten op kennis, meten en monitoring
  - Meet in Mechelen versterken - associationwerking

## HollandCity





Heeft u vragen?