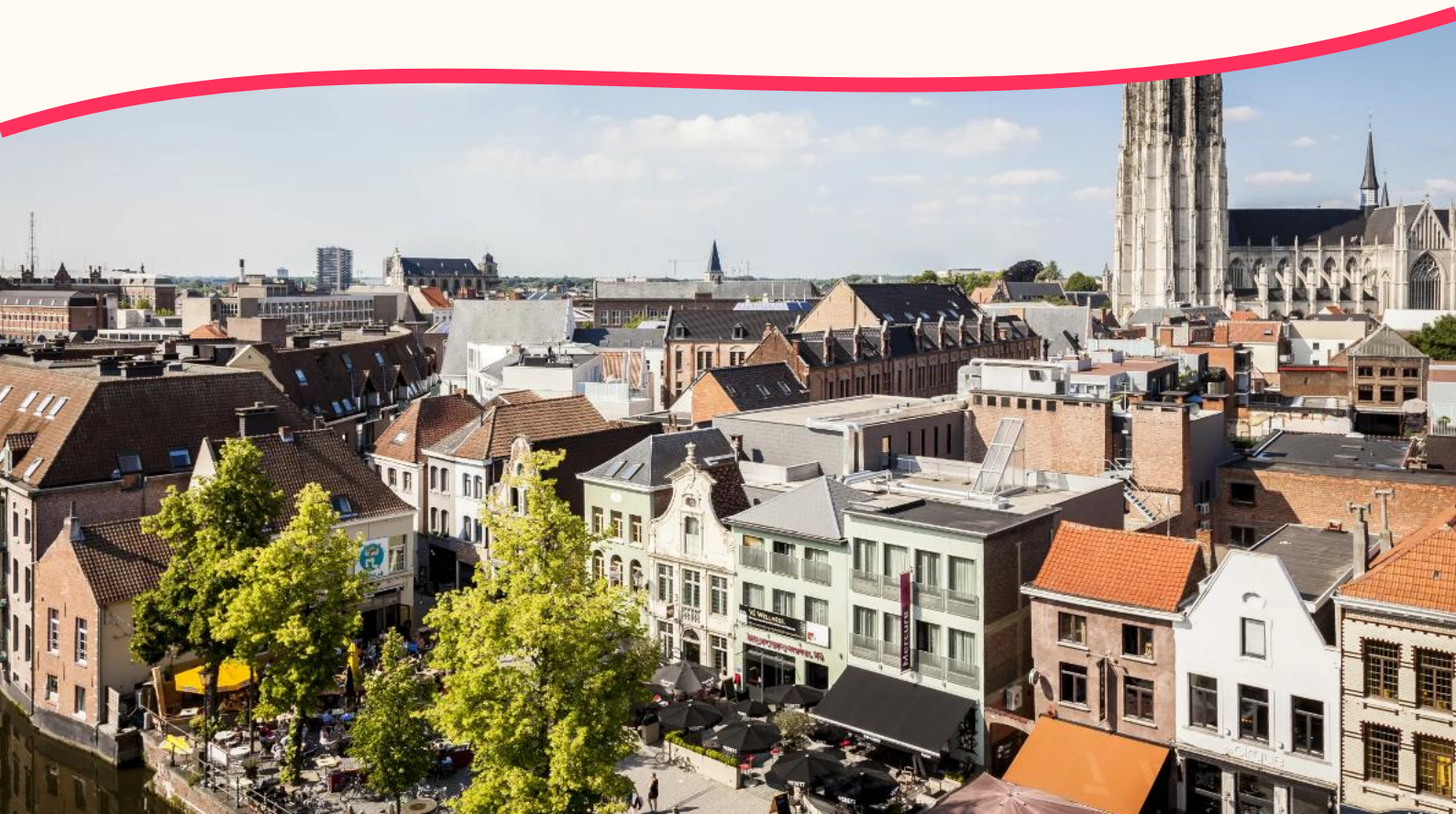


Stadsinformatie die aankomt.

Dichtbij, in de buurt.

Hoe Mechelen een lokaal publiek opbouwt en stadsinformatie een herkenbare plek geeft in het buurtleven.

Nederlandstalige case · September 2026
Met broncijfers uit 2025



Een groot lokaal publiek. Aandacht voor stadsinformatie.

Een update over je straat. Een uitnodiging om mee te doen. In Mechelen krijgt stadsinformatie een plek tussen de dagelijkse vragen en plannen van burens. Hoplr brengt de stad in contact met een lokaal publiek dat ook zelf informatie deelt en initiatief neemt.

16.000+

huishoudens aangesloten

53%

van de huishoudens op het
netwerk

296.505

weergaven van
stadsberichten in het
gerapporteerde kwartaal

Door Hoplr gerapporteerd in de case van 27 november 2025, hernomen op 30 januari 2026. Weergaven zijn geen unieke inwoners. De exacte kwartaalgrenzen zijn niet vermeld.

Wat meten deze cijfers?

De cijfers bovenaan tonen twee aspecten van bereik: de omvang van het aangesloten publiek en de aandacht voor officiële communicatie. Een geregistreerd huishouden en een berichtweergave meten elk iets anders.

Beoordeel daarom per boodschap wat je wilt bereiken. Moet iemand op de hoogte zijn van een verandering, naar een activiteit komen of een vervolgstap zetten? Kijk naast het aantal weergaven ook naar de reacties en vragen die de communicatie oproept. Dat is een redactionele les uit de case, geen extra gemeten resultaat voor Mechelen.

Bron: Hoplr, 27 november 2025; Engelse publicatie 30 januari 2026.
Bronlinks en toelichting staan op pagina 6.

Bereik begint in de eigen buurt.

Mechelen begon in 2016 met een proefproject. De stedelijke Hoplr-pagina onderscheidt 28 digitale buurten, van het centrum tot de omliggende dorpen. Die lokale indeling maakt de woonomgeving het vertrekpunt voor contact.

De gemeentelijke pagina voor nieuwe burens legt uit dat inwoners zich aanmelden met hun naam en adres. Zo komen ze terecht in hun eigen buurt. Mechelen biedt daarnaast kennismakingskaartjes aan: inwoners kunnen die ophalen of afdrukken en bij hun burens bezorgen.

Voor een communicatieteam is dat een bruikbare les. De bekendmaking van een kanaal hoort bij de momenten waarop mensen hun omgeving leren kennen. Een nieuwe woning, een eerste buurtactiviteit of een praktische vraag kan de aanleiding zijn om aan te sluiten.

28

Digitale buurten volgens de stadswebsite.
De eigen woonomgeving is het vertrekpunt.



Vismarkt, Mechelen · © Tourism Mechelen / Aikon Producties

Een herkenbare afzender. Een lokale context.

Volgens de Hoplr-case deelt de stad op wijkniveau informatie over wegenwerken, evenementen en initiatieven.

Mechelen benadrukt dat de stad buurtgerichte berichten kan versturen, terwijl ze geen inzage heeft in de onderlinge gesprekken van bewoners. Voor inwoners is daarmee duidelijk wie informatie deelt en waar hun eigen gesprekken plaatsvinden.

Het belang voor Bereiken zit in die herkenbaarheid. Een officiële boodschap heeft een duidelijke afzender en een plaats in de lokale context. Voor je eigen communicatieplan betekent dat: benoem wat verandert, voor wie het van belang is en waar inwoners terechtkunnen met een vraag.



“Goede communicatie is het fundament van vertrouwen tussen stad en inwoners.”

Bart Somers
Burgemeester, in het Hoplr-artikel uit 2025

Een welkom dat ook buiten het scherm begint.

Op de pagina ‘Nieuwe burens?’ zet Mechelen het digitale buurtnetwerk naast fysieke kennismakingskaartjes. Een inwoner kan dus online aansluiten én zelf een eerste contact leggen in de straat. Het is een concreet voorbeeld van hoe je verschillende manieren van kennismaken naast elkaar kunt aanbieden.

De stadswebsite plaatst Hoplr tussen andere manieren om mee te doen in de buurt, zoals burendagen, gevelbanken en lokale initiatieven. Dat biedt context voor het kanaal: digitale communicatie maakt deel uit van een bredere aanpak voor het buurtleven.

Foto Bart Somers: bron Hoplr-blog. De quote is een letterlijk fragment.

Wat neem je mee naar je communicatieteam?

Drie redactionele lessen uit de aanpak en de broncijfers.

1 Begin bij de leefomgeving.

Maak helder welke buurt, straat of groep een boodschap aangaat. Beschrijf de praktische betekenis voor inwoners en geef een concrete vervolgstap. Zo wordt informatie makkelijker te plaatsen.

2 Blijf het kanaal voorstellen.

Maak de weg naar je digitale buurt zichtbaar voor nieuwe inwoners. Combineer online informatie met momenten waarop mensen elkaar ontmoeten of hun woonomgeving leren kennen. Denk ook aan wie hulp nodig heeft om digitaal aan te sluiten.

3 Meet publiek én aandacht.

Volg afzonderlijk hoeveel huishoudens aansluiten, hoe vaak berichten worden bekeken en welke reacties volgen. Gebruik die informatie om onderwerpen, timing en uitleg te verbeteren. Een hoog totaal krijgt pas betekenis wanneer je weet wat het precies meet.

De waarde van buurtgerichte communicatie groeit wanneer inwoners weten waar ze terechtkunnen en wat een boodschap voor hen betekent. Mechelen laat zien hoe een stad daarvoor kan aansluiten op een bestaande lokale omgeving.

Breng informatie dichterbij je inwoners.

Besprek met je team welke buurten je wilt bereiken, welke informatie daar nodig is en hoe je het resultaat opvolgt.

Boek een vrijblijvende demo



Over deze editie

Nieuwe Nederlandstalige case, opgesteld op 15 september 2026 op basis van openbare bronnen. De resultaatcijfers horen bij de gedateerde Hoplr-case. De stadspagina noemt een lager deelnamecijfer zonder meetdatum; die cijfers zijn niet gecombineerd. De Engelse update herhaalt dezelfde resultaten.

Bronnen

[Hoplr · Mechelen-case · 27 november 2025](#)

[Hoplr · Engelse versie · 30 januari 2026](#)

[Stad Mechelen · Praat met je buurt via Hoplr](#)

[Stad Mechelen · Nieuwe burens?](#)

[Stad Mechelen · Met je burens](#)

Beeld Vismarkt: Stad Mechelen, © Tourism Mechelen / Aikon Producties. Portret Bart Somers: oorspronkelijk Hoplr-artikel. De bronfoto's zijn ongewijzigd. Vormgeving en tekst: Hoplr-case, editie september 2026.

[Lees de case online](#)

