



WEIN UND

GESCHICHTSBEWUSST



GRÜN & AUTHENTISCH

WISSEN



WELTOFFEN



DYNAMISCH & INNOVATIV



NACHHALTIG & ENTSPANNT



H **H | N** Heilbronn

**Tourismus
Leitbild
Heilbronn**

Wein und Wissen am Neckar



**AM
NECKAR**



N

UNSERE MARKENSTRATEGIE

So wollen wir wahrgenommen werden

- kreativ und innovativ
- weltoffen und sympathisch
- naturverbunden, gastfreundlich und entspannt
- als die Stadt, in der sich Wein und Wissen begegnen

Das wollen wir unseren Gästen bieten

- Weinerlebnisse
- Wissens- und Kultur-Orte aus allen Epochen: von Kilianskirche bis KI
- das Erlebnis einer grünen Großstadt

DIE PRINZIPIEN UNSERER MARKE

Prinzip 1 Inspirieren!

Wir schaffen positive Emotionen:
„Heilbronn bewegt.“

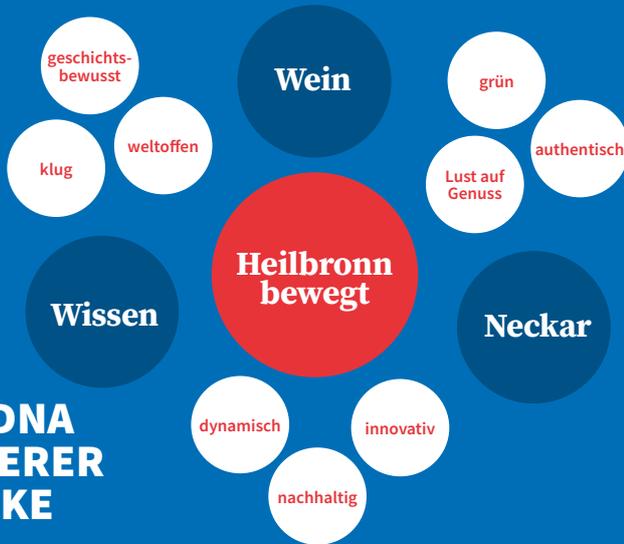
Prinzip 2 Erzählen!

Wir denken in Geschichten:
„Heilbronn muss man erzählen.“

Prinzip 3 Überraschen!

Wir bieten „Leuchttürme“ und „Trüffel“:
Bei uns können Gäste zu Entdeckern werden.

DIE DNA UNSERER MARKE



UNSERE MARKENREGELN

1 **Erfahrbarkeit**

Unser Gast kann unser Angebot aktiv erleben, statt es nur passiv zu betrachten.

2 **Einzigartigkeit**

Unser Angebot hebt sich von anderen ab.

3 **Präsentation**

Wir präsentieren dem Gast unser Angebot konkret und verständlich.

4 **Zugänglichkeit**

Für unseren Gast ist es leicht, unser Angebot wahrzunehmen.

5 **Fokussierung**

Wir geben klare, fokussierte Empfehlungen.

UNSERE ZIELGRUPPEN: WER?

Die Postmateriellen: Andrea (45) & Silke (47)

Profil: Lehrerin und Filialleiterin einer Sparkasse, beide mit Kindern im Teenager-Alter. Kulturell und geschichtlich interessiert, offen für local stories.
Erwartungshaltung: „Mal was anderes sehen!“ Einen entspannten Tag erleben.

Die Adaptiv-Pragmatischen: Marcus (39) & Laura (35)

Profil: Steuerfachangestellter und Erzieherin, verheiratet, 2 Kinder (11 und 9 Jahre). Reisen viel und gerne. Machen auf ihrer Nord-Süd-Tour von Hamburg zum Gardasee Over-Night Stop in Heilbronn.
Erwartungshaltung: Die Highlights „mitnehmen“. Offen für Neues und digitale Angebote. Keine Lust auf komplizierte Sachverhalte.

Die Exeditiven: Niels (29) & Anna (27)

Profil: Data Analyst und Grafikdesign-Studentin aus Leipzig. Kommen als Paar zum IPAI-Workshop in die Stadt und verlängern um eine Nacht.
Erwartungshaltung: Die eigene Landkarte erweitern, offen für Erfahrungen, „off the beaten track“, Instagram-taugliche Orte finden.

UNSERE ZIELGRUPPEN: WOHER UND WARUM?

1 **Aus dem Umland** Radius < 80 km

Warum?
Ausflug, Entspannung, Abwechslung

2 **Aus Deutschland**

Warum?
Radtouristen (Neckartalradweg, Württemberger Weinradweg, Burgenstraßenradweg), Weinstadt/-region

3 **Aus Deutschland und dem Ausland**

Warum?
Geschäftsreisende, MICE, Künstliche Intelligenz/IPAI

UNSER NARRATIV

Heilbronn bewegt! Wein und Wissen am Neckar.

Wir in Heilbronn positionieren uns als Destination, die ihren Gästen einen Dreiklang an Erlebnissen bietet, der anderswo so nicht zu erleben ist.



Als **älteste Weinstadt Württembergs** stehen wir für Weingenuß, Tradition und Authentizität.



Als **Universitätsstadt** mit Bildungscampus und IPAI sind wir auch Dank der Strahlkraft der experimenta einer der dynamischsten Orte Deutschlands für die Themen Wissen, Bildung und KI.



Als **grüne Großstadt direkt am Neckar** vereinen wir Naturerlebnisse, Nachhaltigkeit, Genuss und Entspannung mit den Vorzügen eines urbanen Oberzentrums der kurzen Wege.

UNSERE ZIELE

1 **MICE-Gäste zu Stammgästen machen durch**

- besondere Erlebnisse
- angenehme Begegnungen
- positive Stimmung

2 **Profil schärfen durch**

- klares Narrativ
- gezielte Verbreitung der Markenwerte durch Partner und Multiplikatoren

3 **Zukunft gestalten durch**

- Mut zu neuen (Groß-)Projekten
- Selbstbewusstsein und Learnings aus bereits erzielten Erfolgen (BUGA, Bildungscampus, IPAI)
- Teamwork aller Akteure