



**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.“

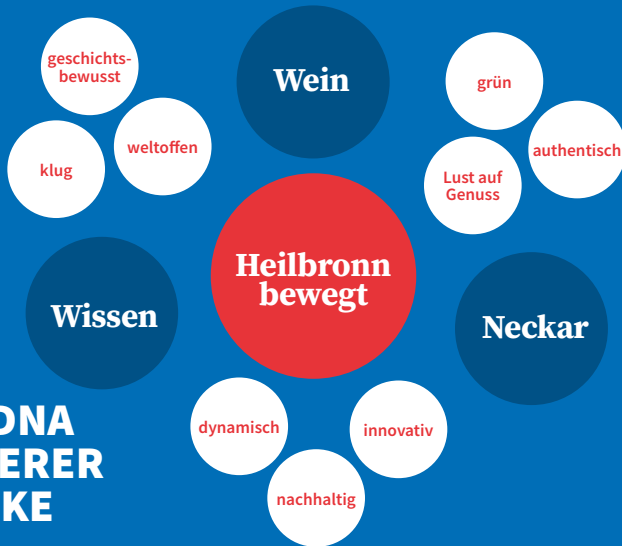
## Prinzip 2 Erzählen!

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