TOURISMUSMARKE WALDKIRCH

Die lebendige Stadt in der Natur

Arbeitsgrundlage für Stadtmarketing, Kommunikation, Tourismus und Stadtentwicklung

Waldkirch klingt gut

WAS DIE TOURISMUSMARKE LEISTET

Seit vielen Jahren ist Waldkirch Mitglied im Tourismusverbund ZweiTälerLand. Die Elztal & Simonswäldertal Tourismus GmbH & Co. KG fungiert als Destinationsmanagementorganisation (DMO) für die acht Gemeinden des ZweiTälerLand. Elzach und Waldkirch sind die einzigen Städte in der Destination, wobei sie sich in der Größe und in den Angeboten unterscheiden. Für Familien bietet Waldkirch das breiteste Angebot an Freizeit-einrichtungen, dabei auch Indooroptionen. Auch im Reiseverhalten der Gäste (kürzere Aufenthaltsdauer, Trend zu Wochenendtrips) und in der Gästestruktur (viele Tagesgäste, hoher Anteil an Geschäftsreisenden, Kulturaffine Gäste) weist Waldkirch einen spezifischen Schwerpunkt innerhalb der Gesamtdestination aus.

Aus diesem Grund wurde ergänzend zur Tourismusmarke des ZweiTälerLand, festgeschrieben im Tourismus-konzept ZweiTälerLand, eine Tourismusmarke für Waldkirch geschaffen. Aus dem Runden Tisch Tourismus Waldkirch hervorgehend, hat eine Arbeitsgruppe im Sommer und Herbst 2026 unter Federführung des Stadtmarketing Waldkirch und der Elztal & Simonswäldertal Tourismus GmbH & Co. den vorliegenden Markenkern entwickelt. Er wurde am 03.11.2026 vom Runden Tisch Tourismus Waldkirch für gutgeheißen.

Die Tourismusmarke Waldkirch soll Arbeitsgrundlage für Stadtmarketing, Kommunikation, Tourismus und Stadtentwicklung zum einen in Waldkirch selbst und zum anderen für die Positionierung von Waldkirch im ZweiTälerLand sein. Die beiden Marken ZweiTälerLand und Waldkirch sollen sich dabei gegenseitig stärken und befruchten. Ziel ist ein fokussiertes Marketing, eine stärkere Profilierung Waldkirchs im ZweiTälerLand, welche sowohl der Stadt als auch der übergeordneten Destination positiv dient, so wie die Ermöglichung einer touristischen Arbeit der Stadt Waldkirch und der Elztal & Simonswäldertal Tourismus GmbH & Co. KG auf einer definierten strategischen Grundlage.

Die Tourismusmarke Waldkirch kann umso erfolgreicher wirken, je breiter sie zur Anwendung kommt. In diesem Sinne besitzt sie für alle touristischen Akteure in Waldkirch Relevanz. Die Marke bildet das “Dach” des Waldkirch Tourismus, unter dem sich jedes touristische Angebot mit seiner jeweils eigenen Identität gruppiert. Je kohärenter die Gäste die Marke erleben, und dies tun sie an jedem einzelnen Kontaktpunkt – in der Unterkunft, im Restaurant, im Schwimmbad, im Einzelhandelsgeschäft, etc. – desto stimmiger, positiver und einzigartiger wird ihr Reise- und Aufenthaltserlebnis in Waldkirch.

Die Tourismusmarke enthält zwei typische zu Waldkirch passende Personas, sozusagen die “Lieblingsgäste“. Sie helfen, das Gästeprofil zu verstehen und Angebote darauf passend auszurichten. Die Tourismuskonzeption des ZweiTälerLand weist als Profilthemen Entspannung, Genuss und Bewegung unter dem Gesamtdach des Naturgenusses aus, hierzu passend sind drei Personas als priorisiert Anzusprechende definiert. Sie dienen als Leit-Zielgruppen für die übergeordnete Destination und finden in den Waldkirch-Personas eine ortsspezifische Ergänzung. Durch die insgesamt fünf Personas werden die wesentlichen Zielgruppen abgedeckt, bei denen das ZweiTälerLand und Waldkirch durch ihre Atmosphäre und ihre geographische Ausgangslage – authentisches Flair und Angebote im direkten Umkreis und gleichzeitig die Nähe zu weitergehenden Ausflugszielen im Hochschwarzwald, in Frankreich und in der Schweiz sowie Freiburg und dem Europa-Park – Chancen haben. Die beiden Waldkirch-Personas sind vorerst rein im Leisure-Bereich, also als Privatreisende, angelegt. In einem separaten Prozess kann als dritte Persona ein Business-Gast definiert werden.

Der seit Jahren bestehende Claim „Waldkirch kling gut“ soll auch weiterhin Bestand haben. Basierend auf der Tourismusmarke soll eine Wort- und Bildsprache entwickelt werden, die den Markenkern kommunikativ nach außen trägt und mit dem bestehenden Claim „Waldkirch kling gut“ emotional verbindet.

WOFÜR WALDKIRCH STEHEN SOLL

Waldkirch steht für die besondere Verbindung von lebendigem Stadtleben, unmittelbarer Natur, kultureller Eigenständigkeit und einer engagierten Gemeinschaft. Die Stadt ist weder ausschließlich Schwarzwaldort noch klassische Kleinstadt. Ihre Stärke liegt im Zusammenspiel beider Seiten: städtische Angebote und gewachsene Kultur treffen auf Naturerlebnisse, kurze Wege und eine hohe Lebensqualität.

Die Tourismusmarke dient als gemeinsamer Orientierungsrahmen. Sie unterstützt dabei, Waldkirch nach innen und außen einheitlich darzustellen und Entscheidungen in Kommunikation, Stadtmarketing, Veranstaltungen, Tourismus und Stadtentwicklung an einem klaren Profil auszurichten.

WALDKIRCH
Die lebendige Stadt in der Natur
Stadtleben, Naturerlebnis und kulturelle Vielfalt auf kurzen Wegen.

Markenversprechen

Waldkirch bietet Menschen jeden Alters einen Ort zum Leben, Arbeiten, Genießen, Begegnen, Entdecken und Erholen. Die kurzen Wege verbinden Innenstadt, Handel, Kultur, Freizeit und Natur zu einem alltagstauglichen Gesamtangebot. Waldkirch vermittelt damit Nähe, Vielfalt und Lebensqualität, ohne seine Authentizität und gewachsene Identität zu verlieren.

Spannungsfelder als Stärke

- Stadt und Natur
- Aktivität und Erholung
- Tradition und Moderne
- Heimatverbundenheit und Offenheit
- Arbeiten und Genießen

Waldkirch klingt gut

DAS MARKENHAUS WALDKIRCH

Vom Fundament über die tragenden Themen zur gemeinsamen Markenaussage

MARKENVERSPRECHEN

Lebendiges Stadtleben, unmittelbare Natur und kulturelle Vielfalt auf kurzen Wegen

MARKENESSENZ

WALDKIRCH - DIE LEBENDIGE STADT IN DER NATUR

NATUR & AKTIVITÄT	STADT & LEBENSQUALITÄT	KULTUR & TRADITION	GEMEINSCHAFT & ENGAGEMENT
Schwarzwald, Kandel und Kastelburg	Belebte Innenstadt	Orgelbau und historische Edelsteinschleiferei	Vereine und Musikstadt
Natur direkt vor der Haustür	Handel und Gastronomie	Fasnet und kulturelle Veranstaltungen	Ehrenamtliches Engagement
Wandern, Outdoor und Erholung	Arbeiten, leben und genießen	Gelebte Geschichte und Tradition	Heimatverbundenheit
Große landschaftliche Vielfalt	Kurze Wege und gute Erreichbarkeit		Offenheit und Gastlichkeit

MARKENCHARAKTER

lebendig • naturnah • vielfältig • authentisch • aktiv • gastfreundlich • gemeinschaftlich • traditionsbewusst

FUNDAMENT

kurze Wege • hohe Lebensqualität • gewachsene Identität • Nähe zu Freiburg und zum Schwarzwald

Waldkirch klingt gut

Natur & Aktivität

Natur ist Teil der Stadt.

Waldkirch steht für ein unmittelbares Naturerlebnis. Schwarzwald, Kandel und Kastelburg sowie die Erholungs- und Bewegungsangebote prägen das Bild der Stadt. Stadt und Landschaft sind nicht getrennt, sondern gehen fließend ineinander über. Waldkirch vereint unterschiedliche Klimazonen und die Höhendifferenz von 1.000 Metern zwischen Stadt und Kandel eröffnet abwechslungsreiche Perspektiven und Aktivitäten auf engem Raum.

- Naturerlebnisse beginnen direkt in oder nahe der Stadt und sind alltagstauglich erreichbar.
- Kandel und Kastelburg wirken als sichtbare Identitätsanker.
- Höhendifferenz von 1.000 Höhenmetern auf der Stadtgemarkung.

Stadt & Lebensqualität

Lebendig, überschaubar und vielseitig.

Waldkirch verbindet die persönliche Nähe einer Kleinstadt mit einem lebendigen Angebot. Innenstadt, Handel, Gastronomie, Arbeitsplätze, Kultur und Freizeit schaffen einen Ort, an dem Genießen, Leben und Arbeiten zusammenfinden. Die kurzen Wege erleichtern den Alltag und ermöglichen spontane Begegnungen. Die Nähe zu Freiburg ergänzt die Standortqualität, ohne Waldkirchs eigene Identität zu überlagern.

- Die Innenstadt ist Begegnungs-, Einkaufs- und Lebensraum.
- Kurze Wege sind praktischer Vorteil und Teil der Lebensqualität.
- Städtische Angebote und naturnahe Umgebung ergänzen sich.

Kultur & Tradition

Geschichte wird lebendig weitergetragen.

Waldkirch besitzt mit dem Orgelbau, der Dreh- und Jahrmarktorgeltradition, der historischen Edelsteinschlei-ferei, dem Elztalmuseum, dem historischen Handwerk und der Stadtgeschichte ein eigenständiges kulturelles Profil. Fasnet, Musik- und andere Veranstaltungen machen Tradition im heutigen Stadtleben sichtbar. Das historische Erbe wird nicht museal isoliert, sondern zeitgemäß weiterentwickelt und der Bürgerschaft die Möglichkeit gegeben, sich daran zu beteiligen.

- Orgelbau, mechanische Musikkultur sowie die historische Edelsteinschleiferei schaffen Wiedererkennbarkeit.
- Fasnet und zahlreiche kulturelle Veranstaltungen beleben das Jahr.
- Das kulturelle Erbe wird unter breiter Beteiligung der Bürgerschaft lebendig erlebt.

Gemeinschaft & Engagement

Eine Stadt, die von ihren Menschen getragen wird.

Vereine, Initiativen und Ehrenamt prägen Waldkirch. Das gesellschaftliche Engagement schafft Begegnung, Teilhabe und Identifikation. Gemeinschaft ist deshalb nicht nur ein weicher Standortfaktor, sondern eine tragende Säule der Marke. Waldkirch soll als offen, zugänglich und mitgestaltbar wahrgenommen werden.

- Vereine und Musik prägen das gesellschaftliche Leben.
- Ehrenamt und Beteiligung schaffen Zugehörigkeit.
- Gastfreundschaft und Offenheit stärken die Außenwirkung.

ZIELGRUPPEN: ZWEI PERSONAS

Die Definition von Zielgruppen hilft, das Destinationsmarketing passgenau auszurichten und Streuverluste zu vermeiden. Definierte Zielgruppen bedeuten nicht, dass Gäste, die nicht den Zielgruppen entsprechen, in Waldkirch unerwünscht sind. Diese stehen allerdings nicht im Fokus des Marketings.

Personas helfen, die Zielgruppen anschaulich darzustellen und einen emotionalen Zugang zu ihnen zu schaffen. Die Waldkircher Personas sind motivbasiert, das heißt, dass sie nicht auf klassischen demografischen Daten (wie Alter, Wohnort oder Einkommen) beruhen, sondern auf den inneren Antrieben, Werten, Bedürfnissen und Kaufmotiven eines Menschen. Die motivbasierte Persona fokussiert darauf, *warum* sie in eine Destination reisen möchte.

Persona 1: Sarah (40 Jahre)

Die aktive Familienentdeckerin

Bild KI-generiert



Lebenssituation

Verheiratet, zwei Kinder (6 und 10 Jahre)

- Wohnt im Großraum Freiburg
- Berufstätig
- Freizeit wird bewusst mit der Familie geplant
- Tagesgast

Bedürfnisse

- Erlebnisse, die dem Alter ihrer Kinder gerecht werden
- Einfache Erreichbarkeit
- Gute Informations- und Planungsmöglichkeiten im Vorfeld
- Familientaugliche Gastronomie und Einkehrmöglichkeiten
- Authentische kinderfreundliche Ausflugsziele ohne Massentourismus

Mögliche Angebote vor Ort

- Naturerlebnispark
- Ritterweg, digitale Stadtrundgänge, Kinder- und Familienangebote in Kultureinrichtungen
- Kandel und Kastelburg
- Belebte Innenstadt mit Cafés und Einkaufsmöglichkeiten
- Veranstaltungen für Familien

Zentrale Botschaft

- „In Waldkirch erleben wir an einem Tag viele Angebote für die ganze Familie, ohne lange Wege zurücklegen zu müssen."

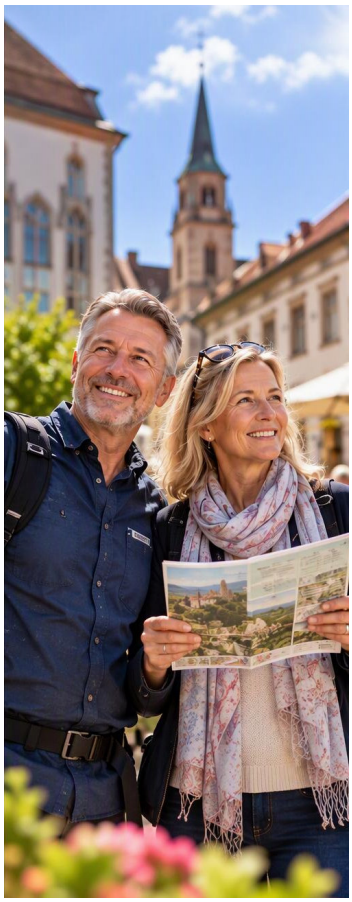
Kommunikationskanäle

- Social Media (v.a. instagram), Blogs, Google, KI

Persona 2: Thomas (58 Jahre)

Der kulturinteressierte Genussliebhaber

Bild KI-generiert



Lebenssituation

- Lebt mit Partnerin in Stuttgart
- Überdurchschnittliches Einkommen
- Wochenendbesucher
- Interessiert an Kultur, regionaler Geschichte und Kulinarik
- Reist mit Partnerin oder befreundeten Paaren

Bedürfnisse

- Authentische Orte
- Kultur und Geschichte
- Natur und Wandern
- Hochwertige Gastronomie
- Stadtbummel und Einkaufen
- Schwarzwald ohne touristische Überinszenierung

Mögliche Angebote vor Ort

- Orgelbau und mechanische Musikinstrumente, historische Edelsteinschleiferei
- Wein, Buchholz, regionale Küche und Cafés
- Wanderwege und generell Wander- und Radinfrastruktur
- Elztalmuseum und Orgelbauersaal
- Stadtzentrum, Stiftsbezirk
- Besondere kulturelle Veranstaltungen
- Ausgangspunkt für Ausflüge nach Freiburg, Frankreich und in die Schweiz

Zentrale Botschaft

- „Waldkirch verbindet Kultur, Natur und Genuss auf charmante und authentische Weise und ist darüber hinaus idealer Ausgangsort für Ausflüge nach Freiburg oder ins Dreiländereck.“

Kommunikationskanäle

- Magazine, Newsletter, Veranstaltungskalender, Buchungsplattformen, Social Media, KI

ANWENDUNG DER TOURISMUSMARKE

Die Tourismusmarke ist keine einzelne Werbeaussage, sondern ein strategischer Filter. Sie hilft zu entscheiden, welche Themen, Bilder, Projekte und Erlebnisse besonders gut zu Waldkirch passen und wie diese konsistent vermittelt werden können.

NACH INNEN

- Orientierung für Projekte und Investitionen
- Gemeinsames Verständnis in Verwaltung und Partnernetzwerk
- Prüfkriterium für Veranstaltungen und Angebote
- Leitlinie für Stadt- und Tourismusentwicklung

NACH AUSSEN

- Einheitliche Sprache und Bildwelt
- Klarere Profilierung im Wettbewerb
- Wiedererkennbare Geschichten und Kampagnen
- Konsistenter Auftritt an allen Kontaktpunkten

Prüffragen für künftige Maßnahmen

- Macht die Maßnahme die Verbindung von Stadt und Natur sichtbar?
- Stärkt sie Lebendigkeit, Begegnung oder Lebensqualität?
- Greift sie Waldkirchs Kultur, Geschichte oder handwerkliche Identität auf?
- Ermöglicht sie Beteiligung und fördert sie Gemeinschaft?
- Ist sie authentisch und für Einwohner wie Gäste nachvollziehbar?
- Spricht sie die zwei wesentlichen Zielgruppen (Personas) an?

Empfohlene Formulierungen

Leitformulierung:	Waldkirch - die lebendige Stadt in der Natur.
Ergänzende Aussage:	Stadtleben, Naturerlebnis und kulturelle Vielfalt auf kurzen Wegen.
Emotionale Alternative:	Waldkirch - wo Stadt und Natur zusammenleben.
Formulierung mit Claim:	Stadt und Natur. Waldkirch klingt gut.

Zusammenfassende Markenerzählung

Waldkirch ist die lebendige Stadt in der Natur. Hier treffen Schwarzwald und Stadtleben, Aktivität und Erholung sowie Tradition und Moderne unmittelbar aufeinander. Die belebte Innenstadt, die kurzen Wege, die Nähe zu Kandel und Kastelburg und das vielfältige Kultur- und Freizeitangebot schaffen eine besondere Lebensqualität. Orgelbau, Handwerk, Musik und Fasnet geben Waldkirch ein unverwechselbares kulturelles Profil. Vereine und ehrenamtliches Engagement sorgen dafür, dass Gemeinschaft nicht nur beschrieben, sondern aktiv gelebt wird. Waldkirch ist damit ein Ort zum Arbeiten, Leben, Genießen, Erleben und Erholen. Waldkirch – klingt gut!

Waldkirch klingt gut