

# Vom sakralen Raum zur regionalen Marke?

Place Branding und Marketing religiös konnotierter Orte und Landschaften



# Vom sakralen Raum zur regionalen Marke?


Place Branding und Marketing religiös konnotierter Orte und Landschaften

*Workshop*

PD Dr. Markus Hilpert  
Sakraler Raum und säkulare Religion  
10. Juni 2026, Zürich

# Geographie & Sakrale Räume?



 **STADT - LAND - FLUSS**

Stadt	Land	Gewässer	Tier	Beruf	Name	Spe
Genf <sup>10</sup>	Ghana <sup>10</sup>	Gardasee <sup>5</sup>	/	Gärtner <sup>5</sup>	Gustav <sup>10</sup>	
Salzburg <sup>5</sup>	Senegal <sup>10</sup>	/	Schlange <sup>5</sup>	/	Susi <sup>5</sup>	

# Check-in: Kennenlernrunde



Kurze Vorstellung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops  
*2 Sätze: Wer bin ich und was mache ich?*

# Regionalentwicklung Tourismus



DILLINGER LAND  
STADT · NATUR · DONAU



ReAL West e.V.  
Eine Region rückt zusammen



Wittelsbacher Land  
Tourismus



REGIO  
AUGSBURG  
Tourismus

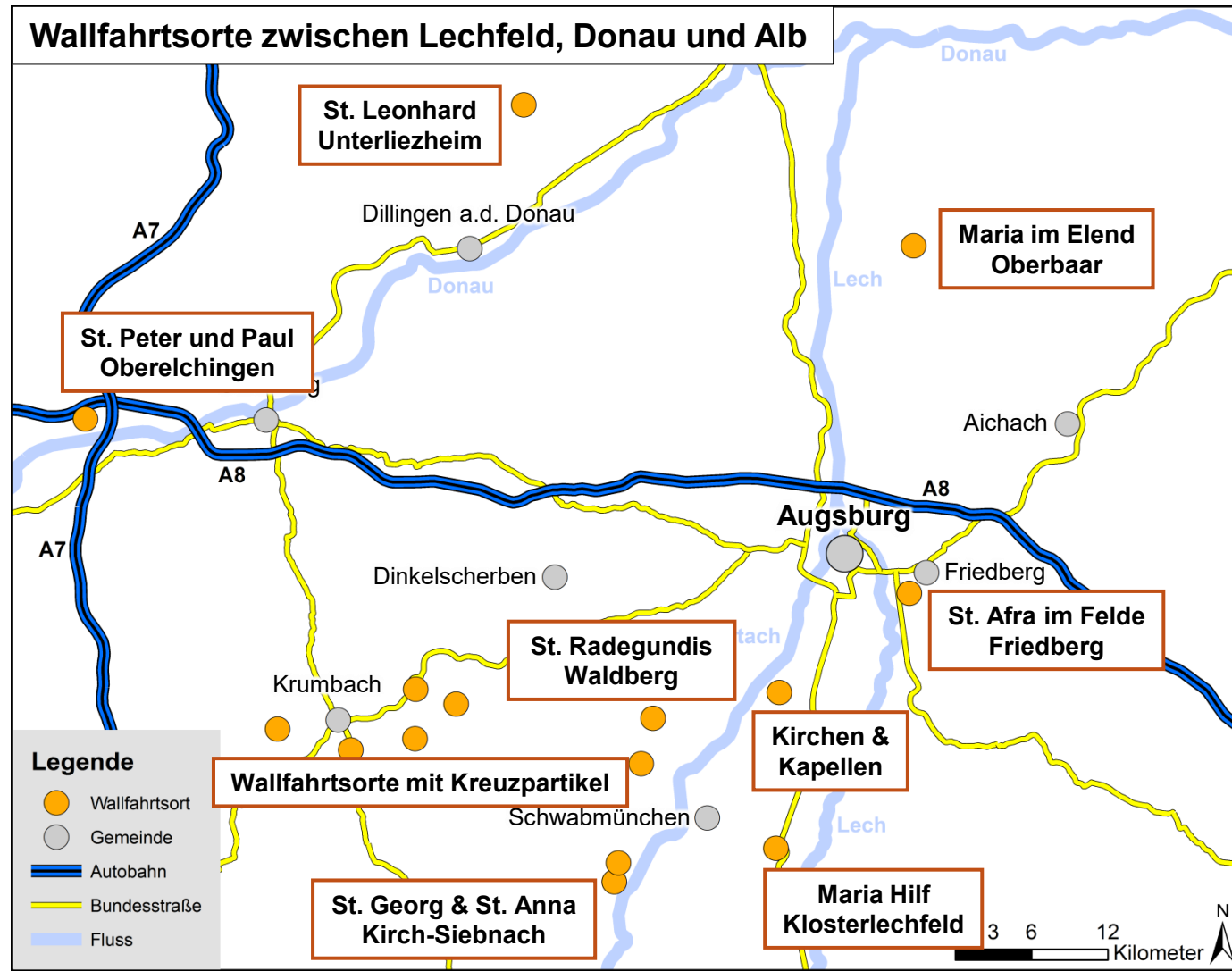


Regionalentwicklung  
Tourismus



Sakrale Elemente

# Studentischer Ideen-Wettbewerb



# Regionalentwicklung Tourismus



# Sakrale Elemente

## Touristisches Konzept rund um eine Heilige

Neues Faltblatt und Internetauftritt wird vorgestellt

VON ANDREA STRAHL

**Bolingen-Waldberg** Wer kennt die heilige Radegundis? „Nur die wenigsten Passanten, in Augsburg befragt nach der Bistumsheligen, konnten Auskunft geben über das Leben und die Bedeutung dieser bescheidenen Dienstmagd.“

Niemand brachte sie mit der Gemeinde Waldberg in Verbindung, eher noch mit dem Namen einer Pizzeria“, erklärte Markus Hilpert in Waldberg das Ergebnis einer Umfrage von Studenten der Universität Augsburg. Das soll sich ändern.

## Junge Forscher beschäftigen sich mit Wallfahrtswegen

Im Zuge der Regionalentwicklung (Real West) beschäftigen sich junge Forscher des geografischen Instituts mit dem Themenfeld der Wallfahrtswege: Ines Kühnert, Daniela Wilden, Alexander Pfah und Florian Haas hatten in einer zweimonatigen Projektarbeit die Aufgabe, die Bistumsheilige wieder bekannter zu machen.

Möglich wurde das Projekt im Zuge des europäischen Förderprogramms „Wallfahrten und Pilgerwege zwischen Lechfeld, Donau und Alb“.

Die Ergebnisse sind vielfältig: Die Ausstellung mit der Festschrift „200 Jahre Patroziniumsfest St. Radegundis“ in Zusammenarbeit mit der örtlichen Pfarrgemeinde zeigt eine Diaschau.

Das Faltblatt mit den Lebensdaten und der Geschichte rund um die Heilige ist schon fertiggestellt, während eine eigene Internetseite demnächst freigeschaltet wird, die auch das neu entwickelte Logo für den Wallfahrtsort in Waldberg enthält.

Nicht zu vergessen ist dabei ein eigener „Kirchenführer Waldberg“. Markus Hilpert erläutert: „Der erste Teil berichtet über das Leben von Radegundis, ihre Verehrung und die Volksfrömmigkeit. Den zweiten Teil sollte man in die Kirche mitnehmen. Dort sind die Räume, die Altäre, Bilder und Statuen erklärt.“

**Reim Radegundisfest ist die Ausstellung noch geöffnet**

Zum großen Radegundisfest, das traditionell vier Wochen nach Pfingsten stattfindet, kann die Ausstellung kommendes Wochenende noch besichtigt werden. Bei dem Ereignis werden auch heuer wieder zahlreiche Wallfahrer erwartet. Bei dem Radegundisfest sind zudem der Kirchenführer und die Begleithefte zum Patroziniumsfest erhältlich.

## Ausstellung ehrt die heilige Radegundis

Festakt In Waldberg wurde eine neue Statue der mildtätigen Dienstmagd übergeben

VON ANDREA STRAHL

**Bolingen-Waldberg** Vor genau 200 Jahren wurde die Gebeine der heiligen Radegundis in die Kirche der kleinen Gemeinde Waldberg überführt, wo sie bis heute ruhen. Zu diesem Anlass eröffnete der örtliche Pfarrgemeinderat in Zusammenarbeit mit dem Institut für Geographie der Universität Augsburg eine kleine Ausstellung, die die Geschichte dieser volkreichen Heiligen nachzeichnet.

Helmut Gaul von der Waldberger Kirchenverwaltung gab den Besuchern einen Überblick über das Leben und Wirken der Ortsheiligen: „Die Legende berichtet, dass sich Radegundis als einfache Dienstmagd auf Schloss Weihenburg bei Augsburg neben ihrer Arbeit auch mit besonderer Liebe um die Ausstrüngen am Fuße des Schlosbergs kümmerte. Sie wusch und kämmte sie und versorgte die Bedürftigen mit übrig gebliebenen Speisen und Getränken. Währenddessen wurde sie jedoch von hungrigen Wölfen angefallen und starb drei Tage später an ihren schweren Verletzungen.“

„Ihr Leben ist Vorbild, mit dem Wunsch, sie nachzuahmen“, betonte Pfarrer Kresimir Gagula, der zusammen mit Dekan Thomas Rauch die Ausstellung segnete, und nicht nur diese: Der Höhepunkt des Nachmittages war die Enthüllung einer neuen Radegundis-Statue, geschnitten von Arnold Haß aus Vorderseelebach. Sie soll einen Platz in der Waldberger Wallfahrtskirche erhalten. Die Statue zeigt die Heilige, wie sie von einem Wolf angefallen wird.

Bürgermeister Bernd Müller freute sich über den großen Andrang der Besucher und begrüßte auch die Ehrengäste: Neben Orts- und Radegundispfarrer Kresimir Gagula und Dekan Thomas Rauch besuchten Walter Aumann, Vorsitzender der Regionalentwicklung Real West, Markus Hilpert von der Universität Augsburg, mit seinen Studenten und Professor Hans Frei die Ausstellungseröffnung. Begleitet wurden die Feierlichkeiten von Anette Orler und Theres Obeser von den Schwarzsachlern mit Querflöte und Oboc.



Die neue Statue der heiligen Radegundis wurde von der Kirchengemeinde Waldberg gestiftet. Foto: Andrea Strahl



Mädchen in der traditionellen Tracht der Statuenrösgelinnen umrahmten die Präsentation musikalisch. Der Pfarrgemeinderat zeigt die Ausstellung in Zusammenarbeit mit dem Institut für Geographie der Universität Augsburg.



Informationen

**Die Heilig Kreuz Region**

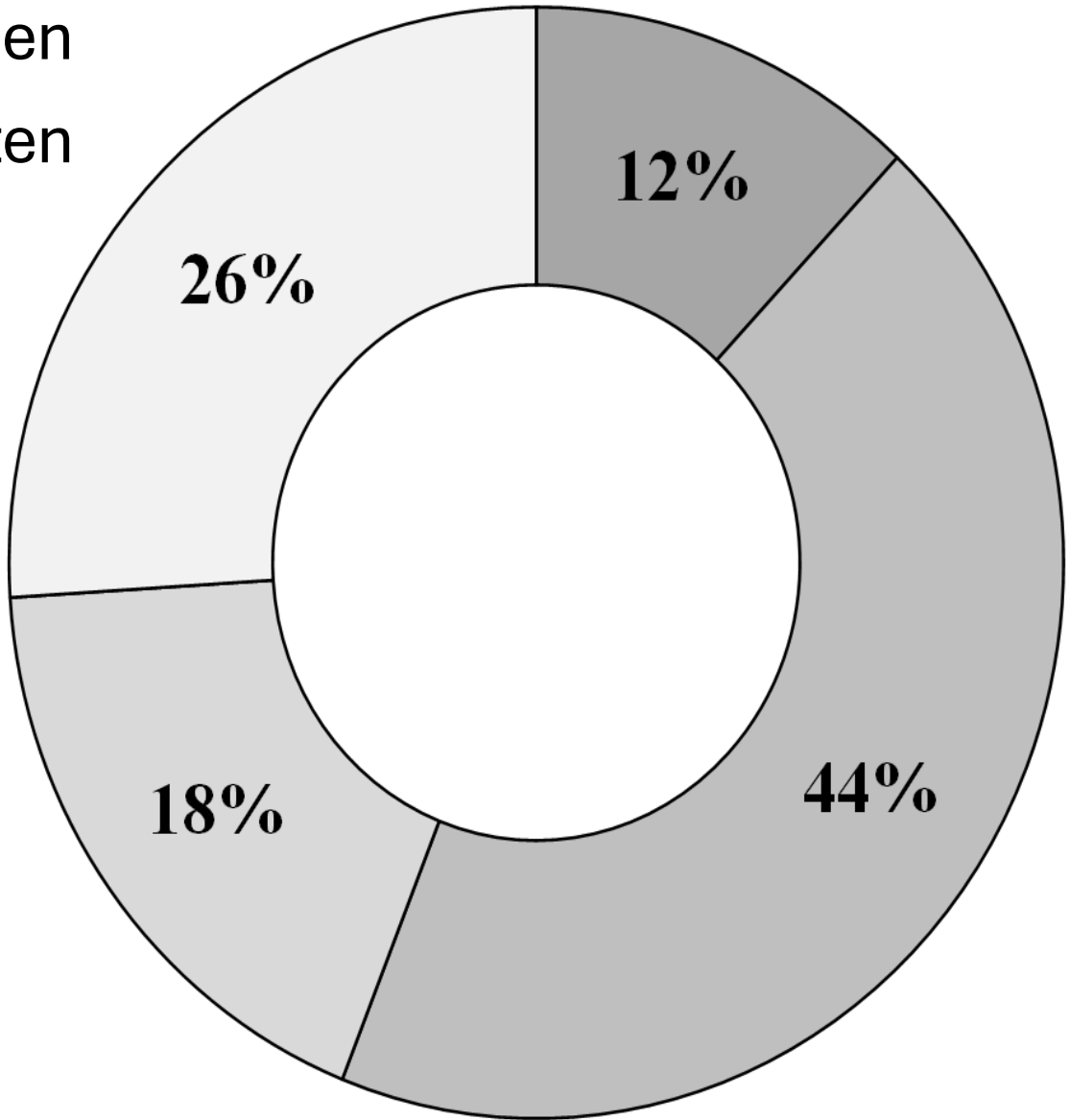
Spiritualität, Kultur und Kunst im Zeichen des heiligen Kreuzes hautnah erleben.

Die Heilig Kreuz Region erwartet Sie!

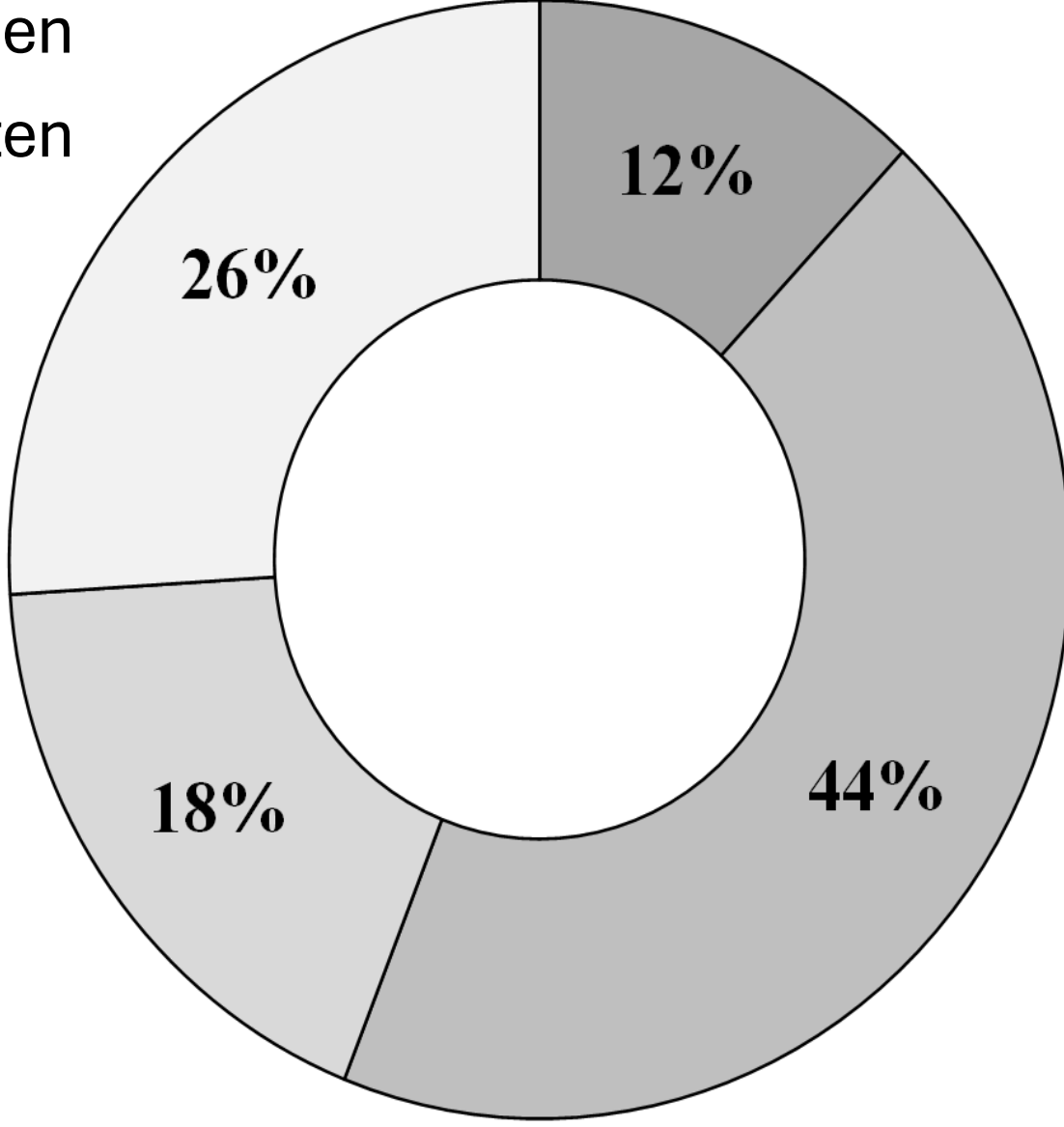
www.heilig-kreuz-region.de

**Kirchsiebnach**  
Unter dem Schutz der Mutter Gottes

Besuchertypen  
von Wallfahrtsorten

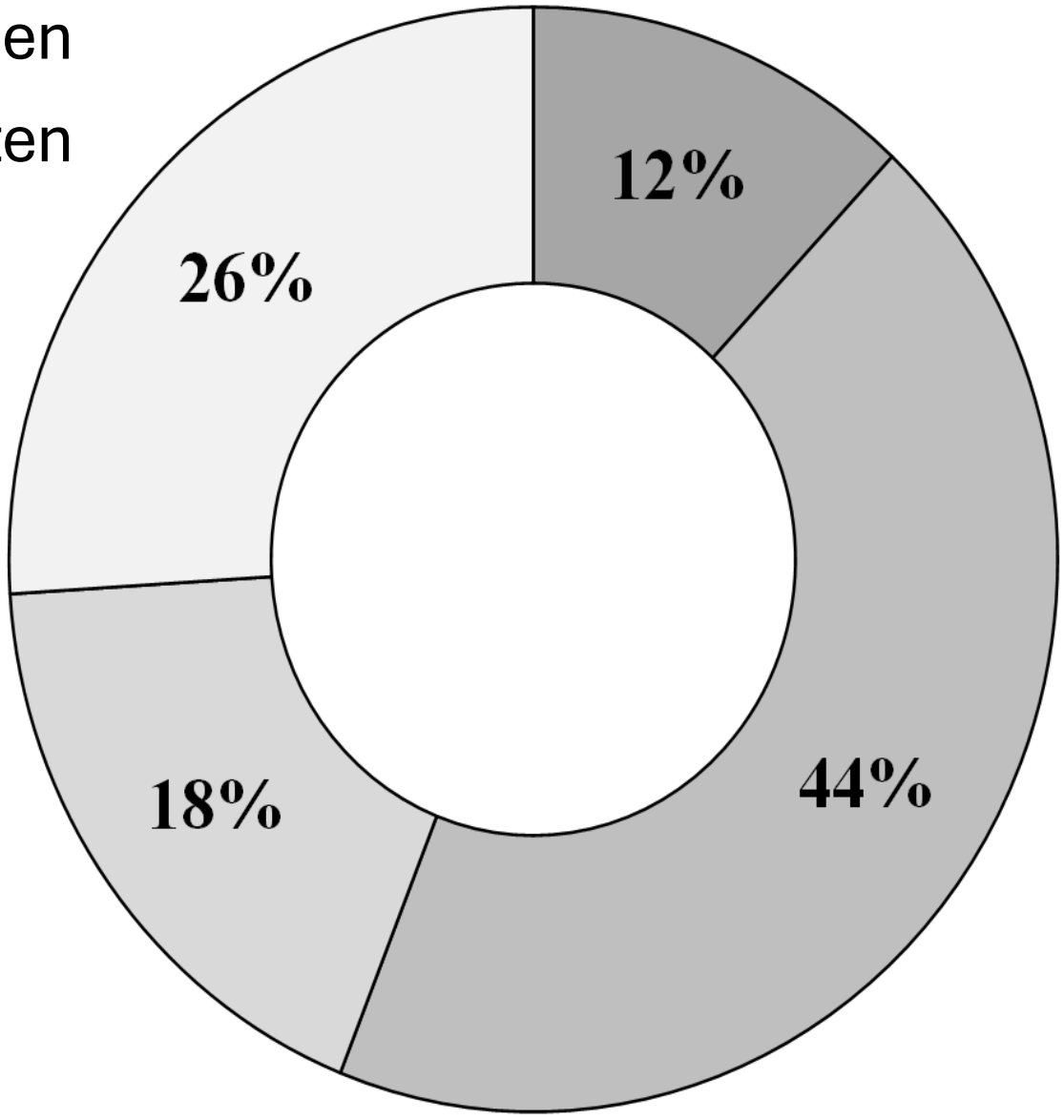


Besuchertypen  
von Wallfahrtsorten



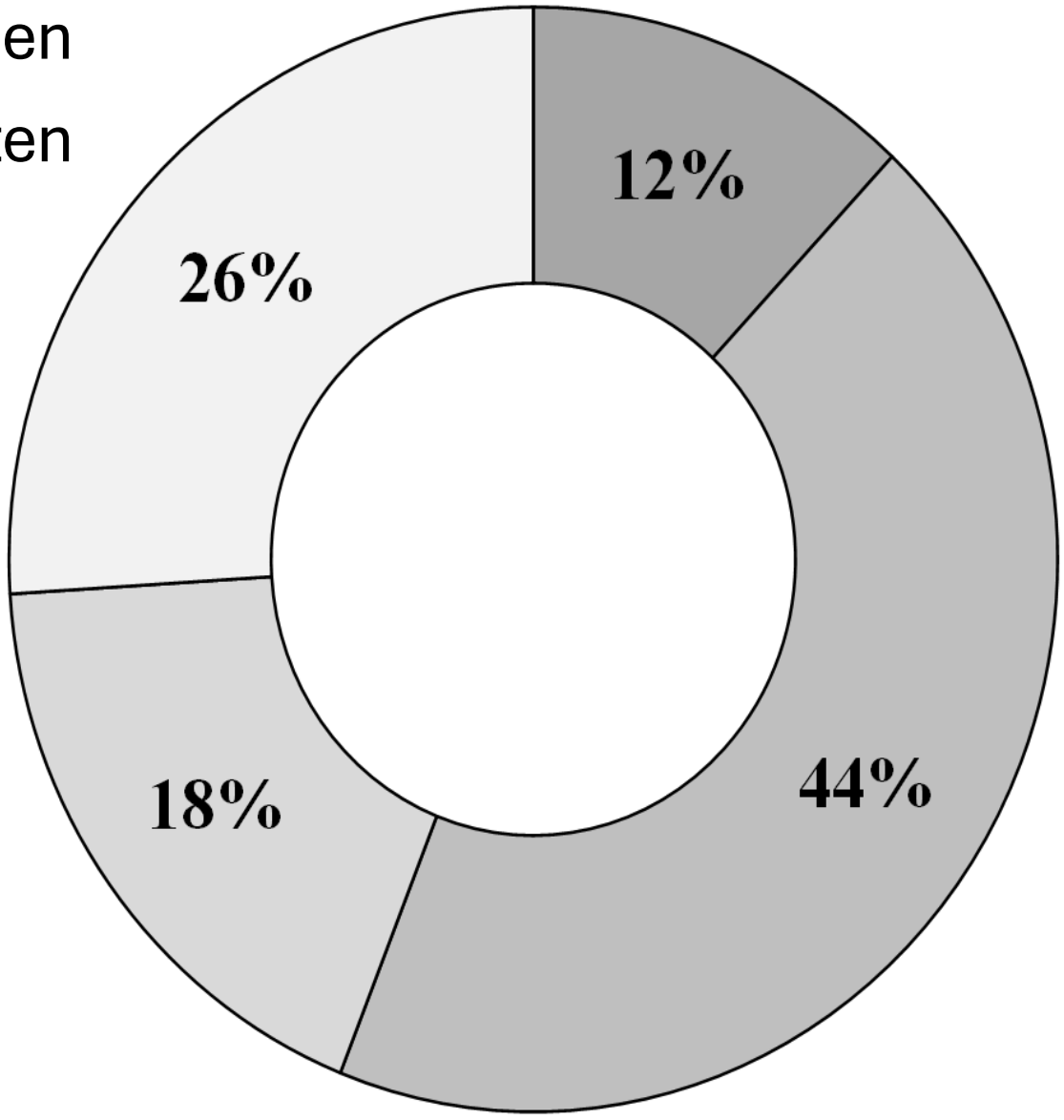
■ Hochreligiöse  
Dauerbesucher

Besuchertypen  
von Wallfahrtsorten



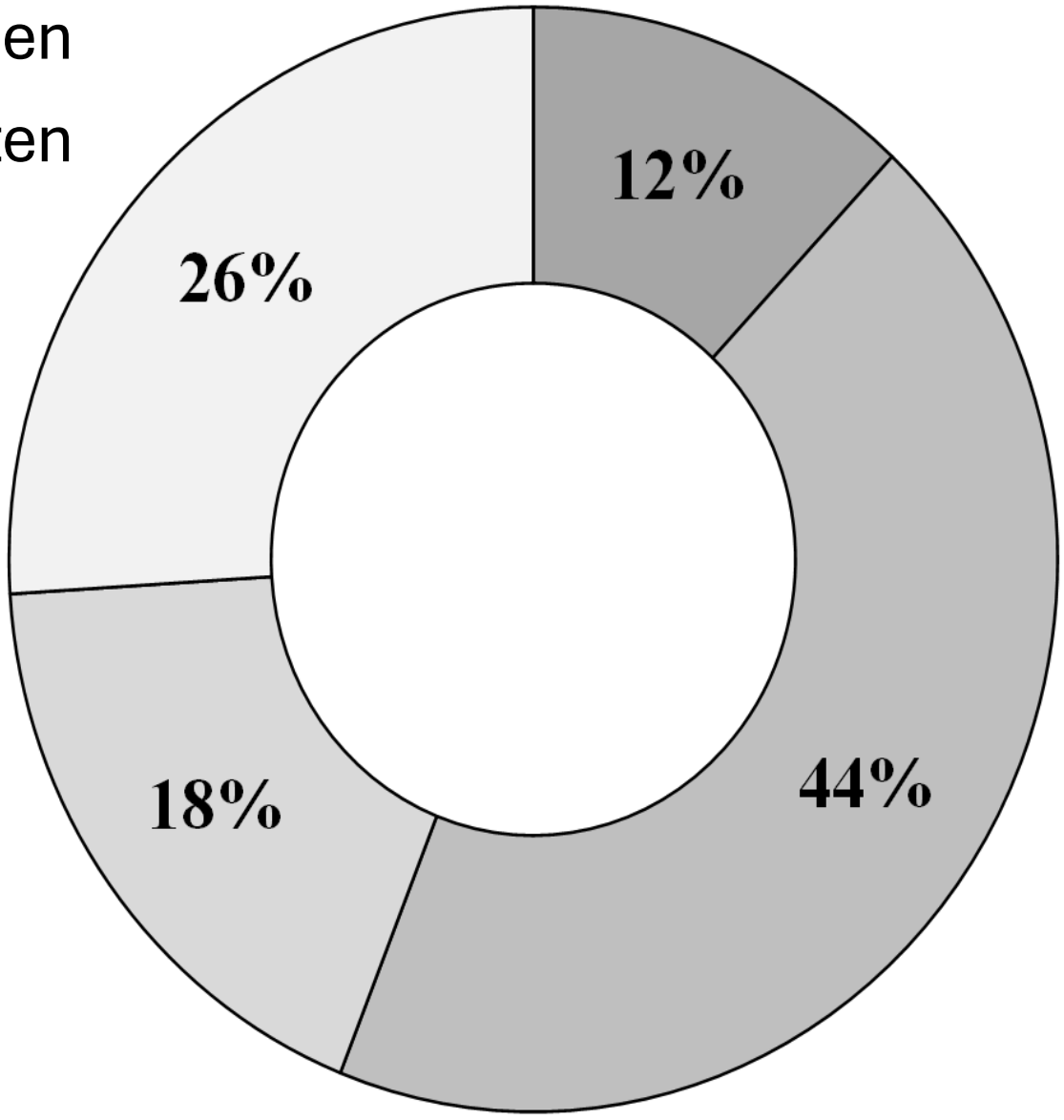
- Hochreligiöse Dauerbesucher
- Event-Besucher

Besuchertypen  
von Wallfahrtsorten



- Hochreligiöse Dauerbesucher
- Event-Besucher
- Religiöse Touristen

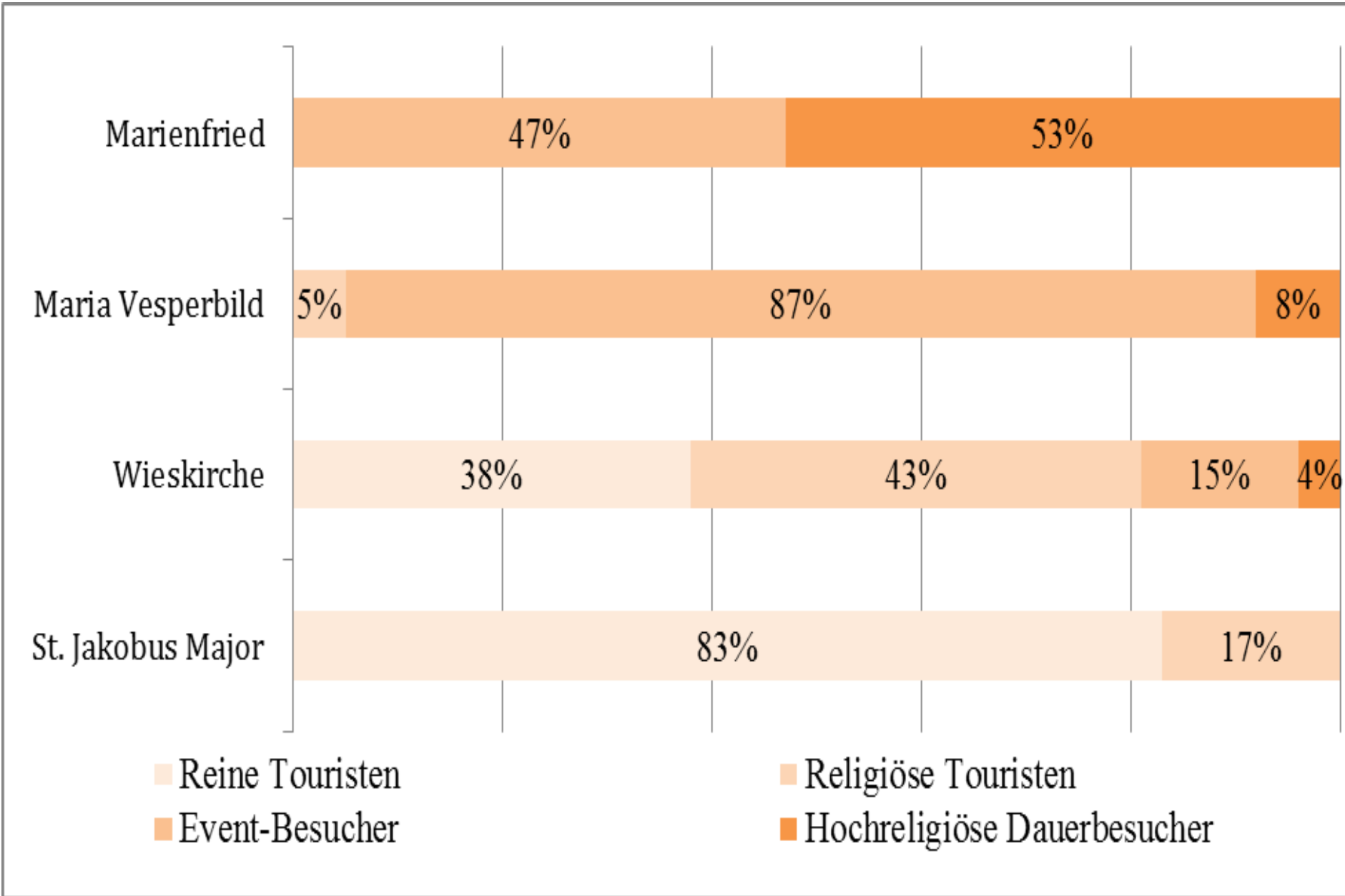
# Besuchertypen von Wallfahrtsorten



- **Hochreligiöse Dauerbesucher**
- **Event-Besucher**
- **Religiöse Touristen**
- **Reine Touristen**

Quelle:  
Hilpert, M.: Wallfahrtsorte als Marken: Place Branding durch Volksfrömmigkeit in einer post-säkularen Gesellschaft. In: **Standort: Zeitschrift für Angewandte Geographie**. Heft 41/2017, S. 287-292

# Besuchertypen von Wallfahrtsorten



Quelle:  
Hilpert, M.: Place Branding von Wallfahrtsorten - Markenbildung: Volksfrömmigkeit als postsäkulares Image?  
In: **Vielfalt und Veränderung**: Aktuelle Beiträge der Augsburger Humangeographie. Augsburg, 2017, S. 35-42

# Beispiel: Maria Vesperbild „Die schwäbische Hauptstadt Mariens“

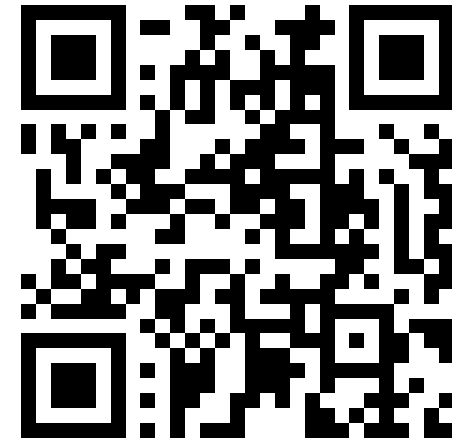


MARIA VESPERBILD  
Wallfahrtskalender 2026



facebook

YouTube



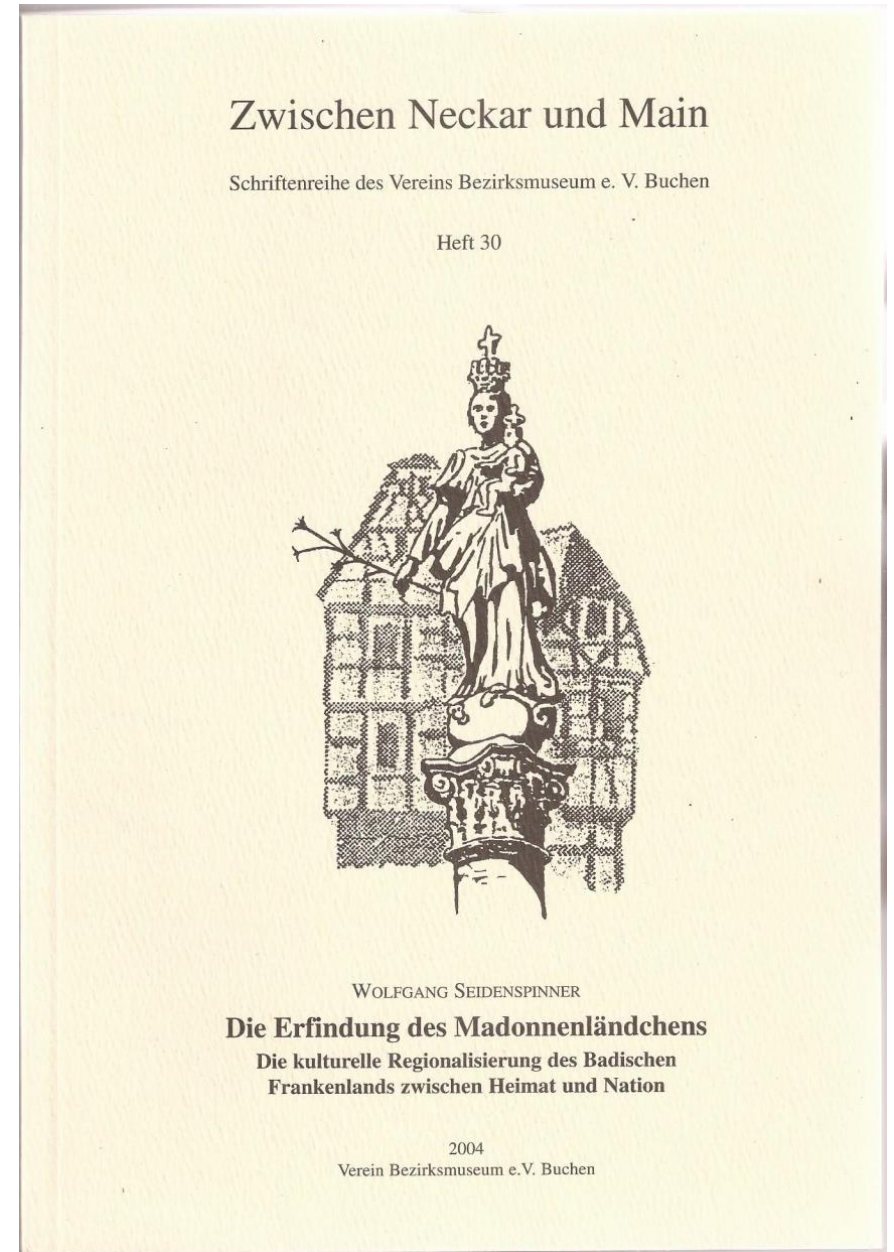
Quelle:

Hilpert, M.: Place Branding von Wallfahrtsorten - Markenbildung: Volksfrömmigkeit als postsäkulares Image? In: **Vielfalt und Veränderung:** Aktuelle Beiträge der Augsburger Humangeographie. Augsburg, 2017, S. 35-42

# Beispiel: Madonnenländchen

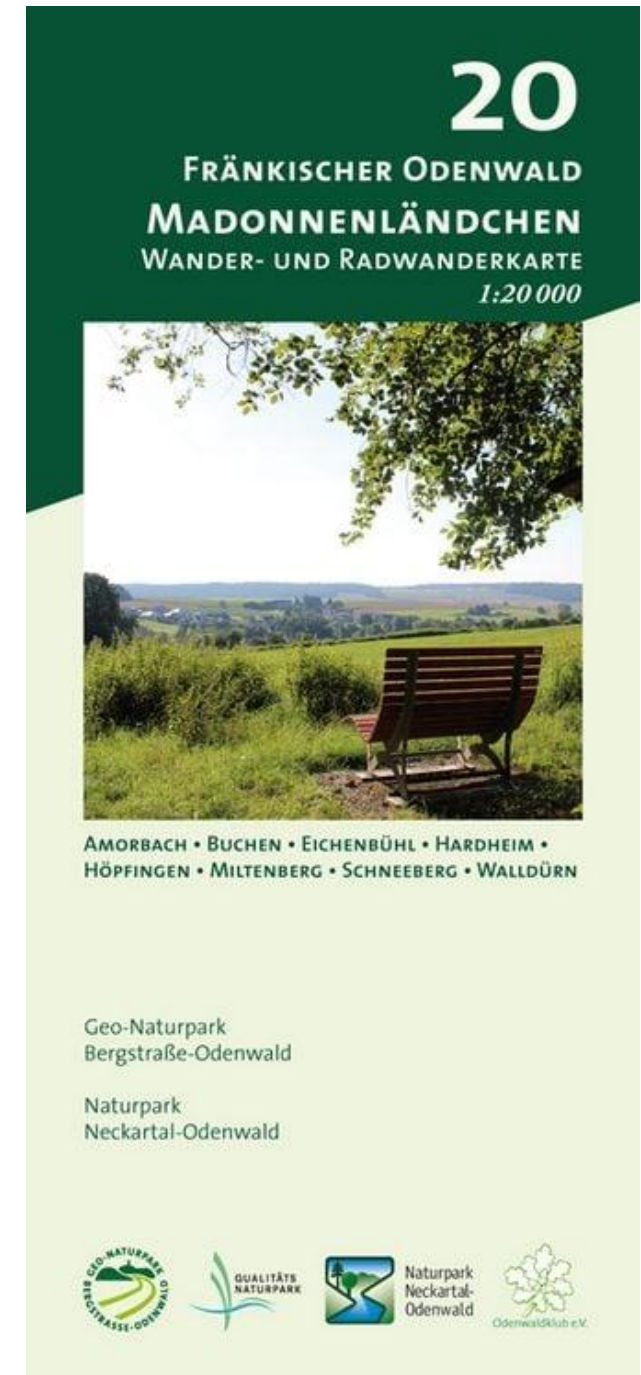


# Beispiel: Madonnenländchen

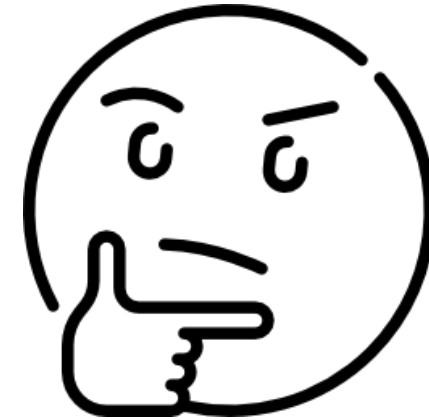




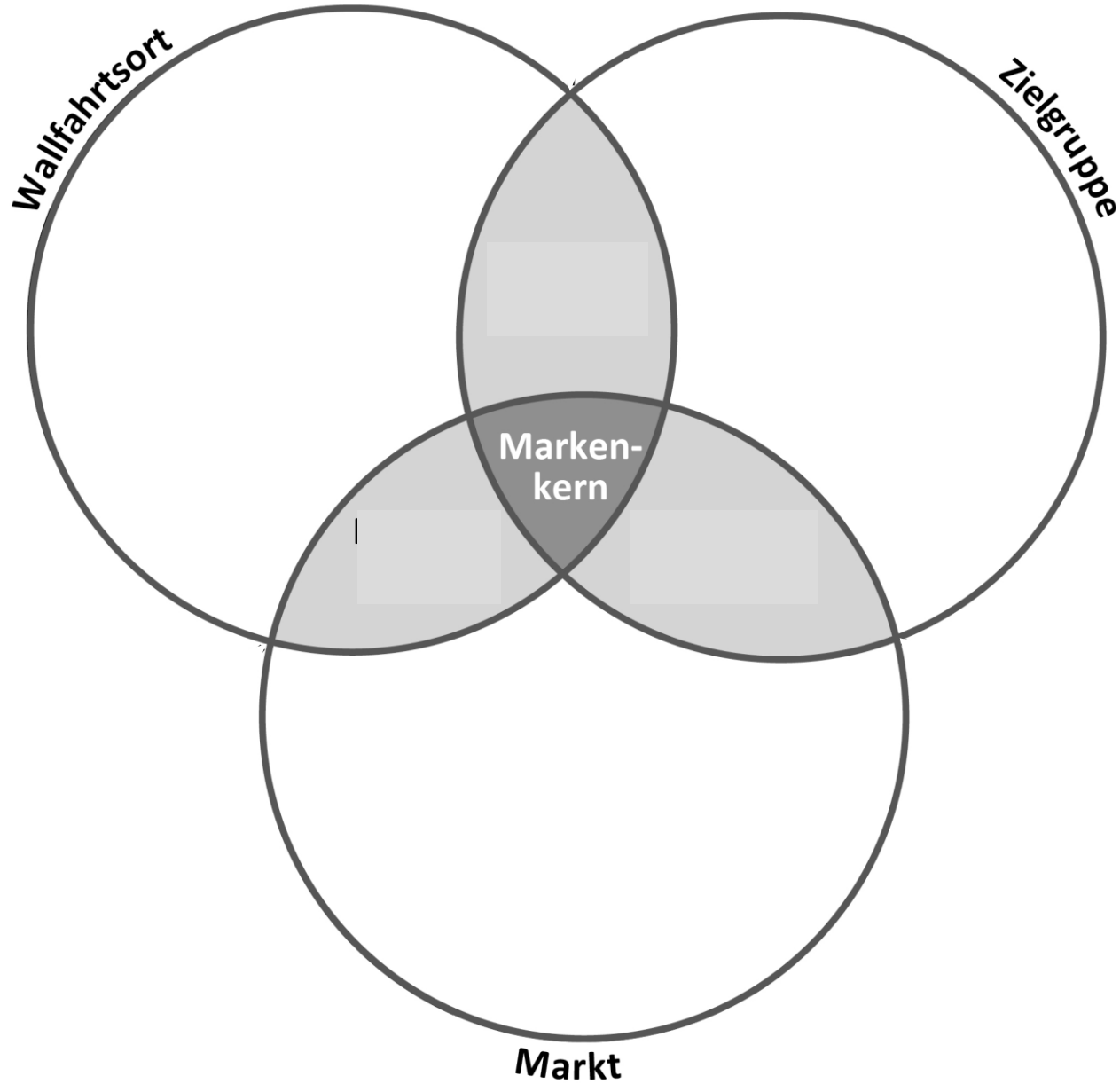
# Beispiel: Madonnenländchen



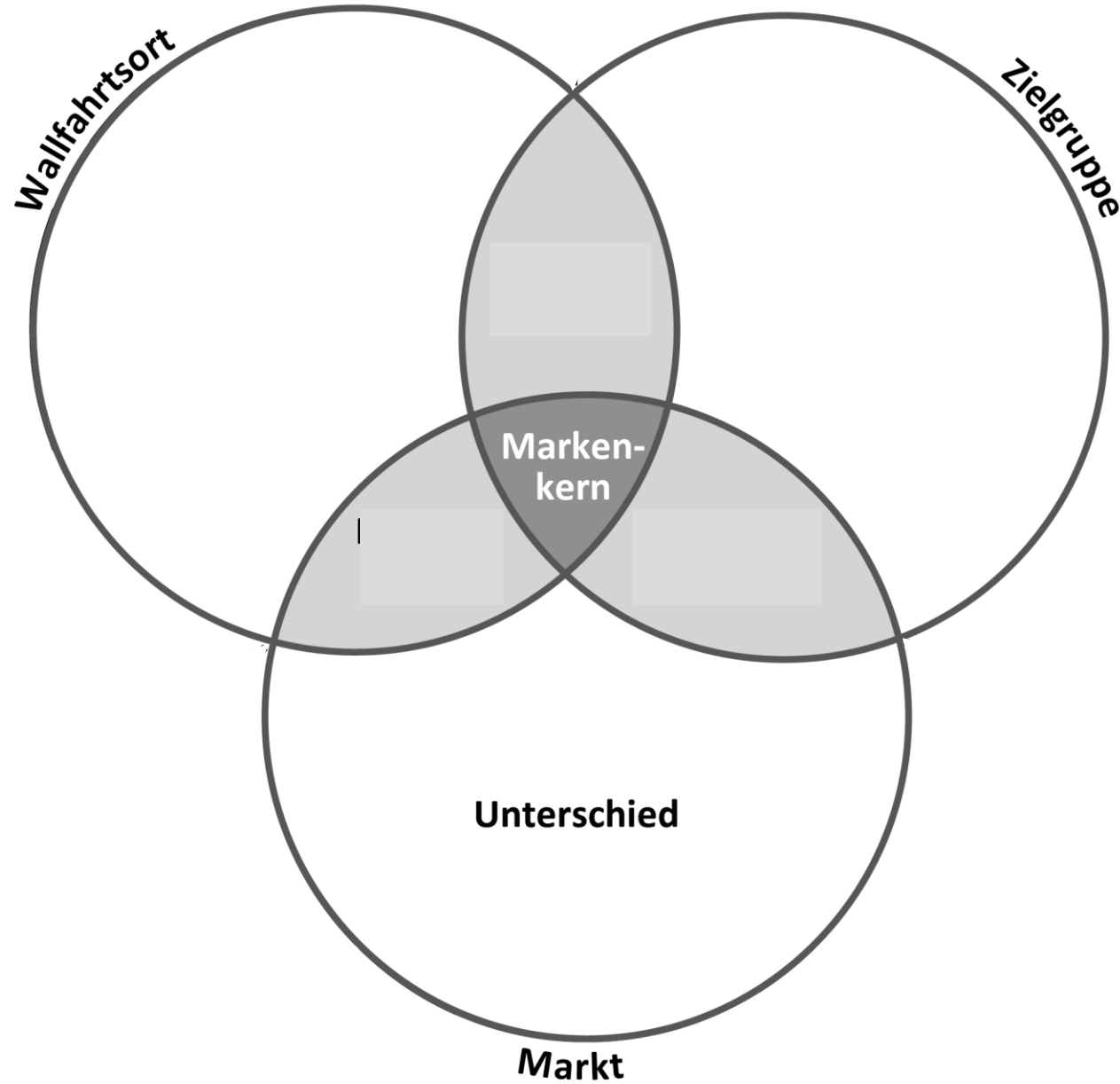
Was braucht  
eine Marke?



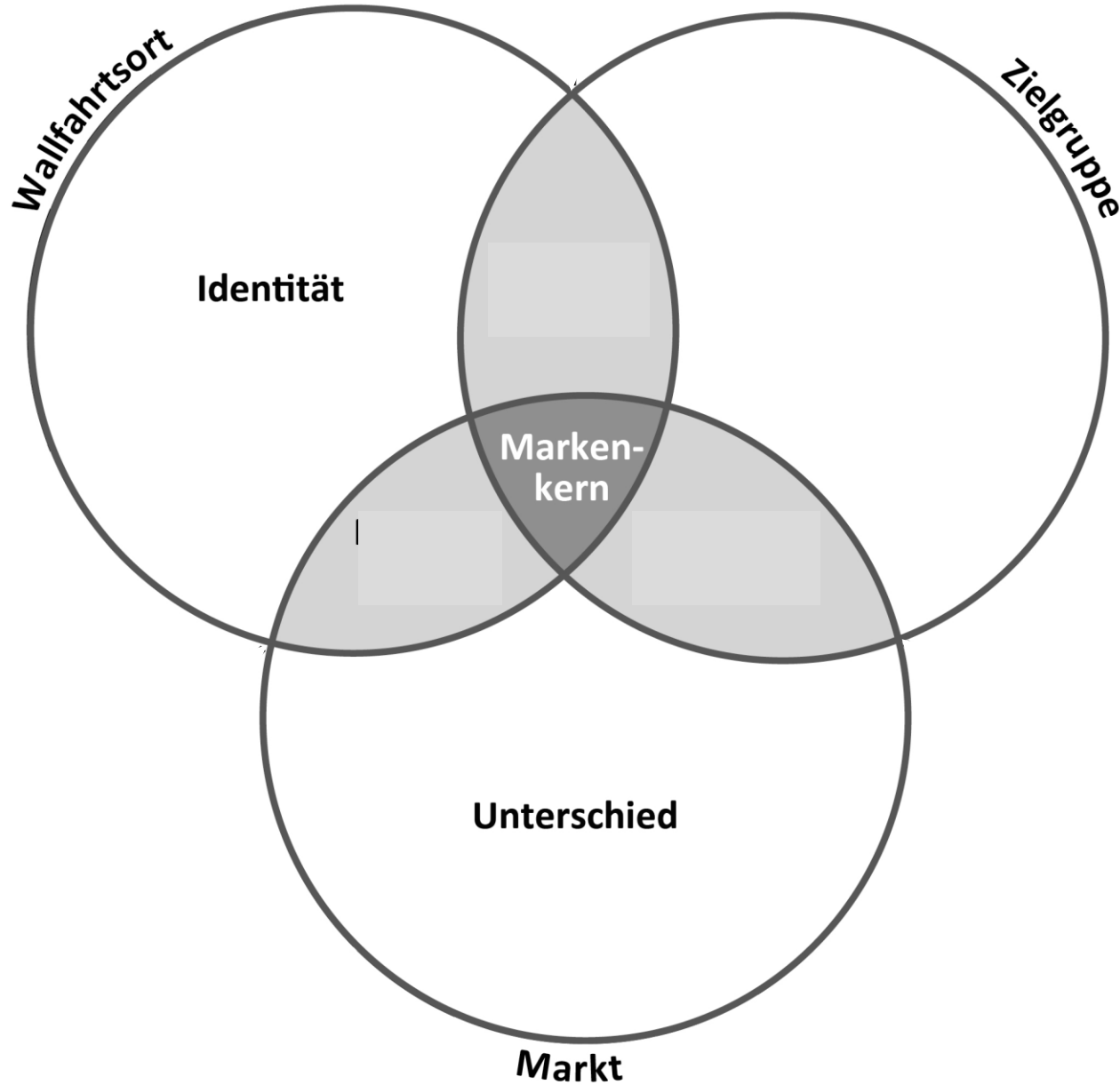
Was braucht  
eine Marke?



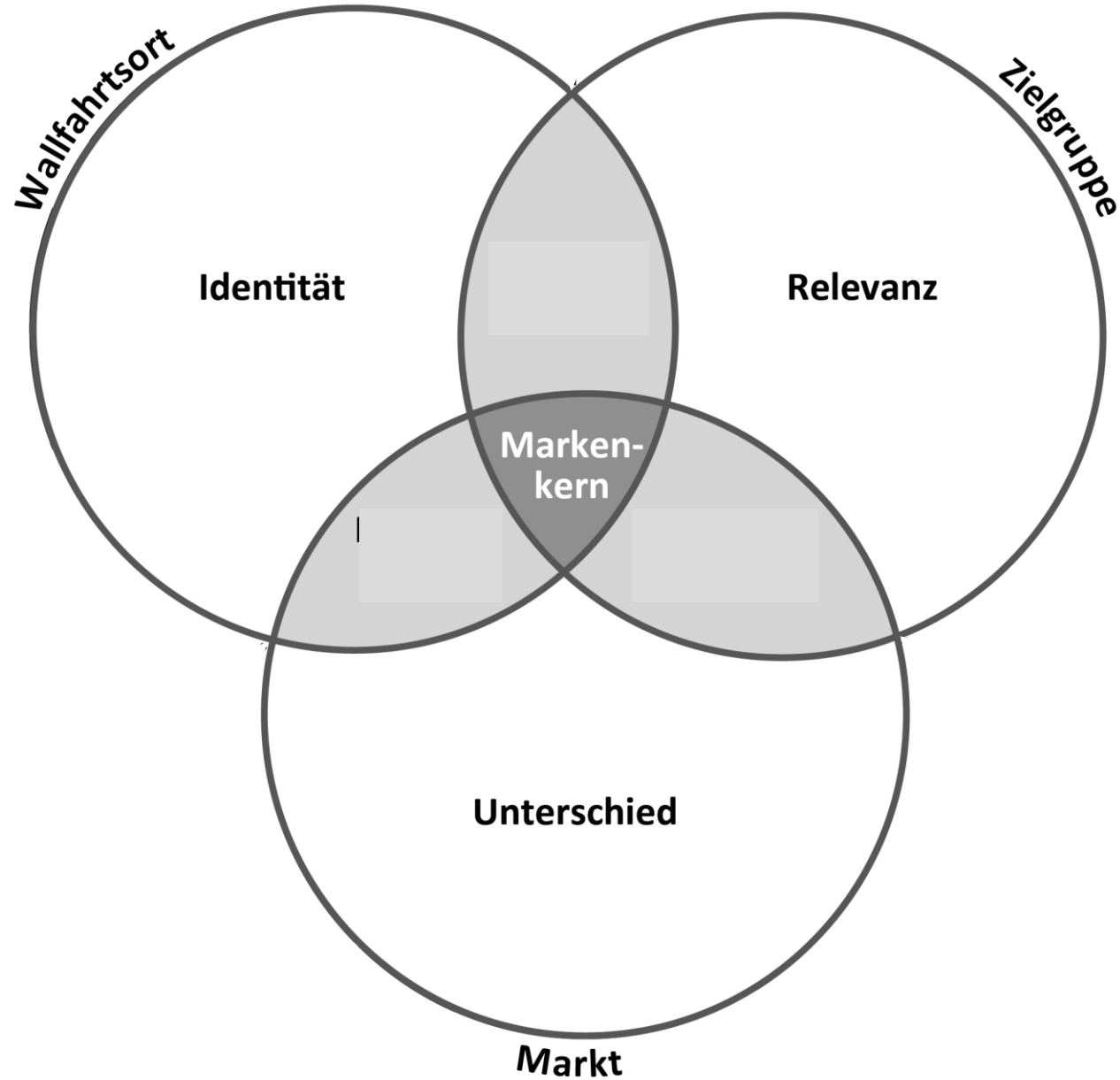
Was braucht  
eine Marke?



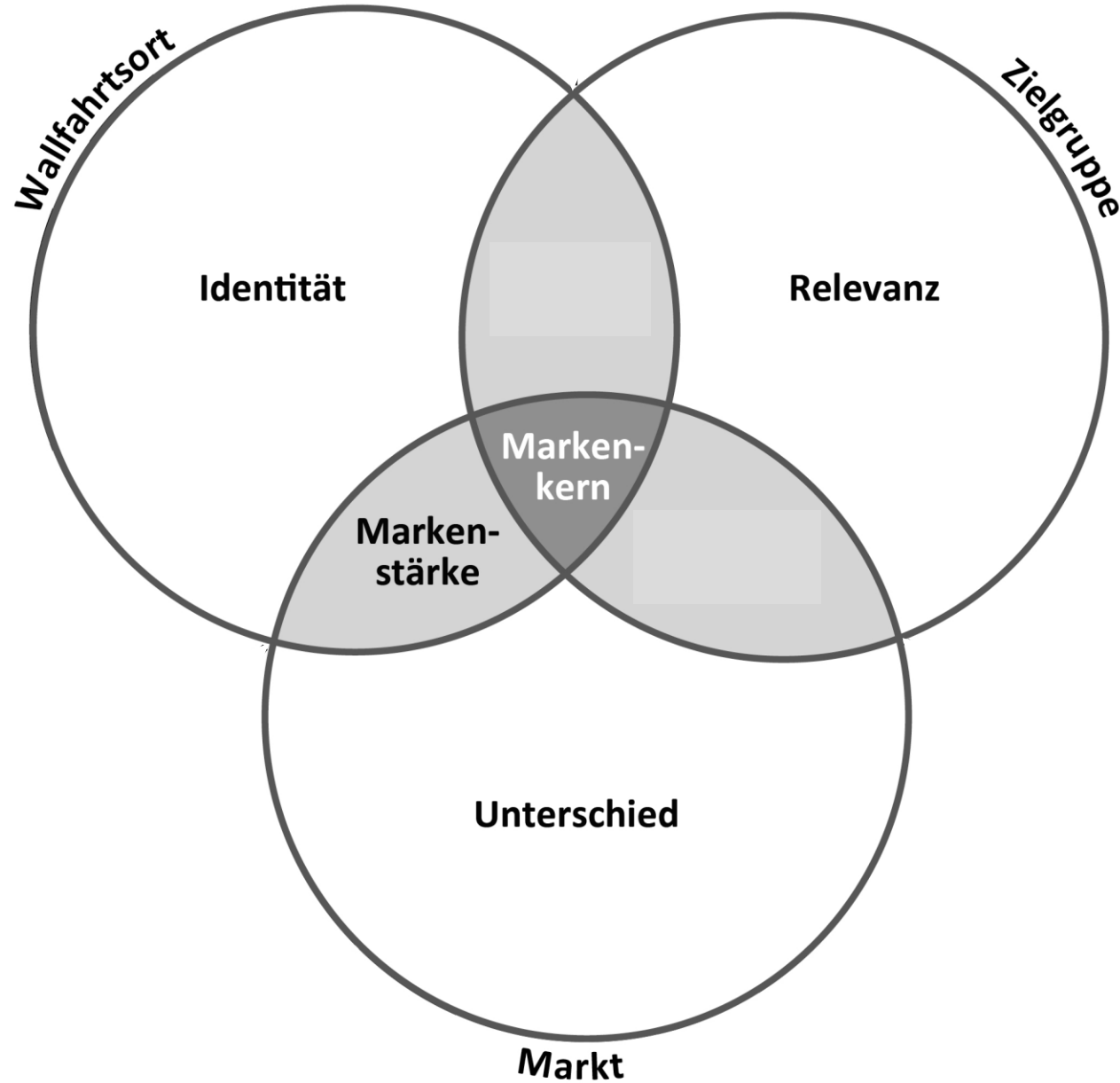
Was braucht  
eine Marke?



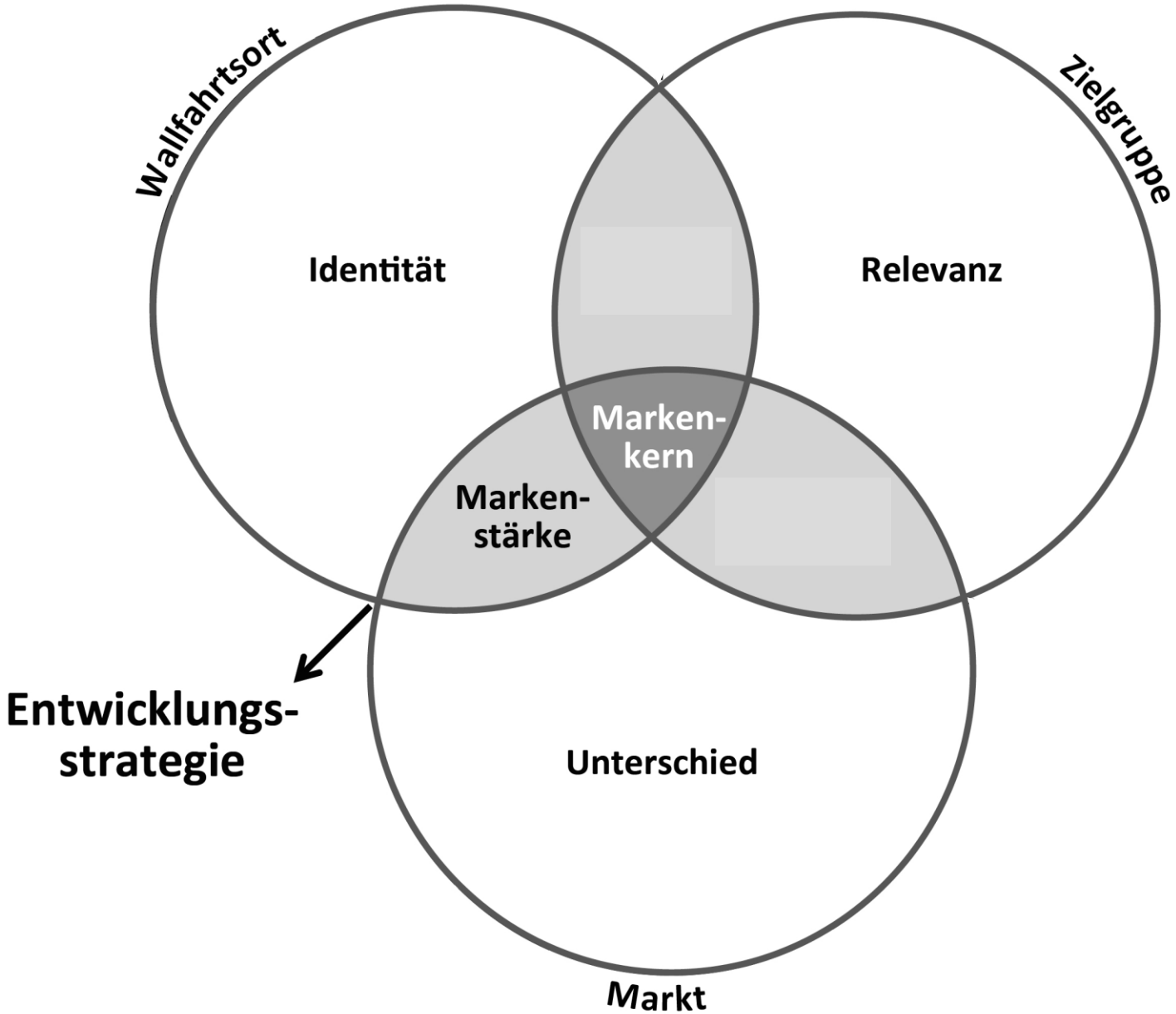
Was braucht  
eine Marke?



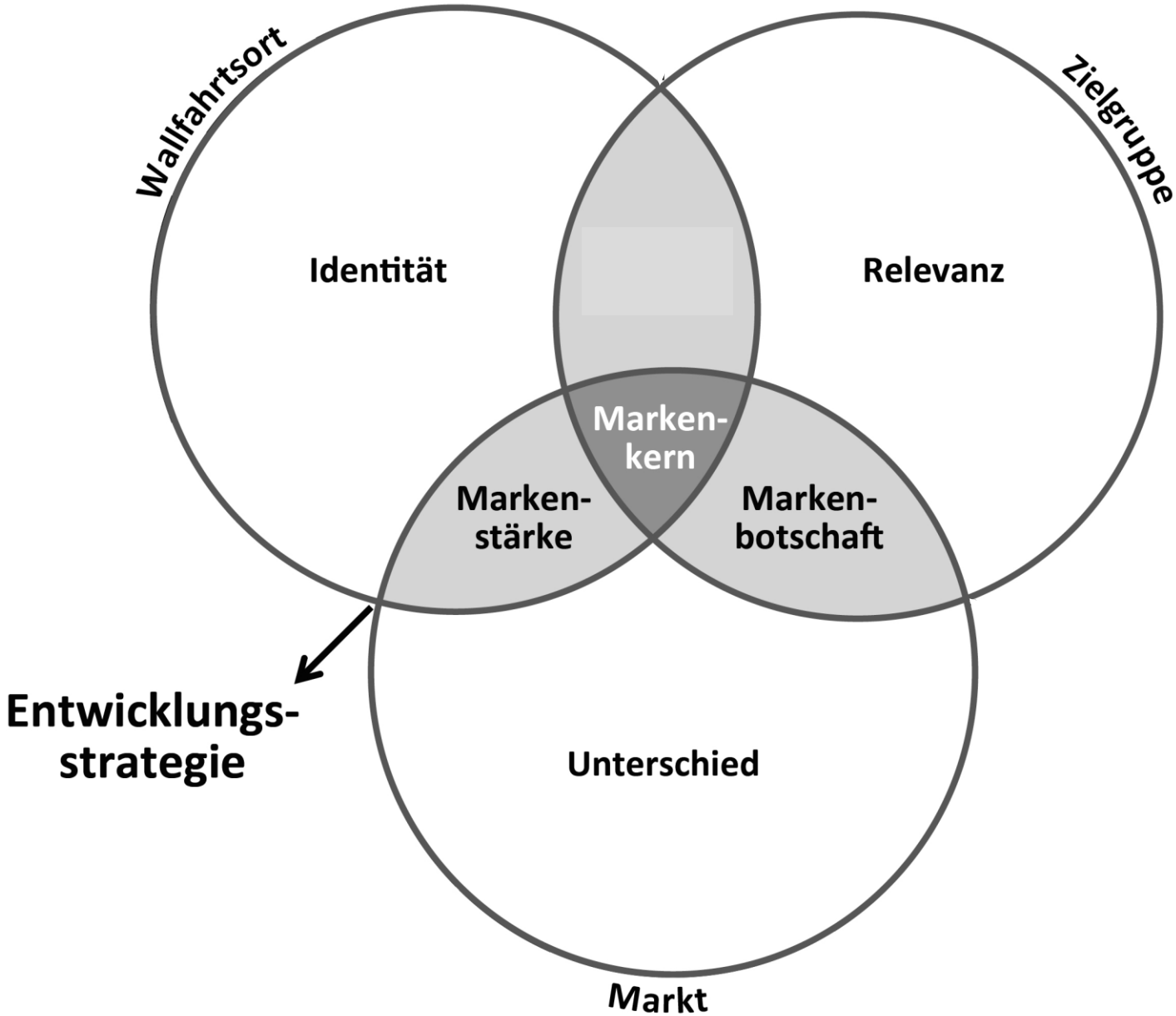
Was braucht  
eine Marke?



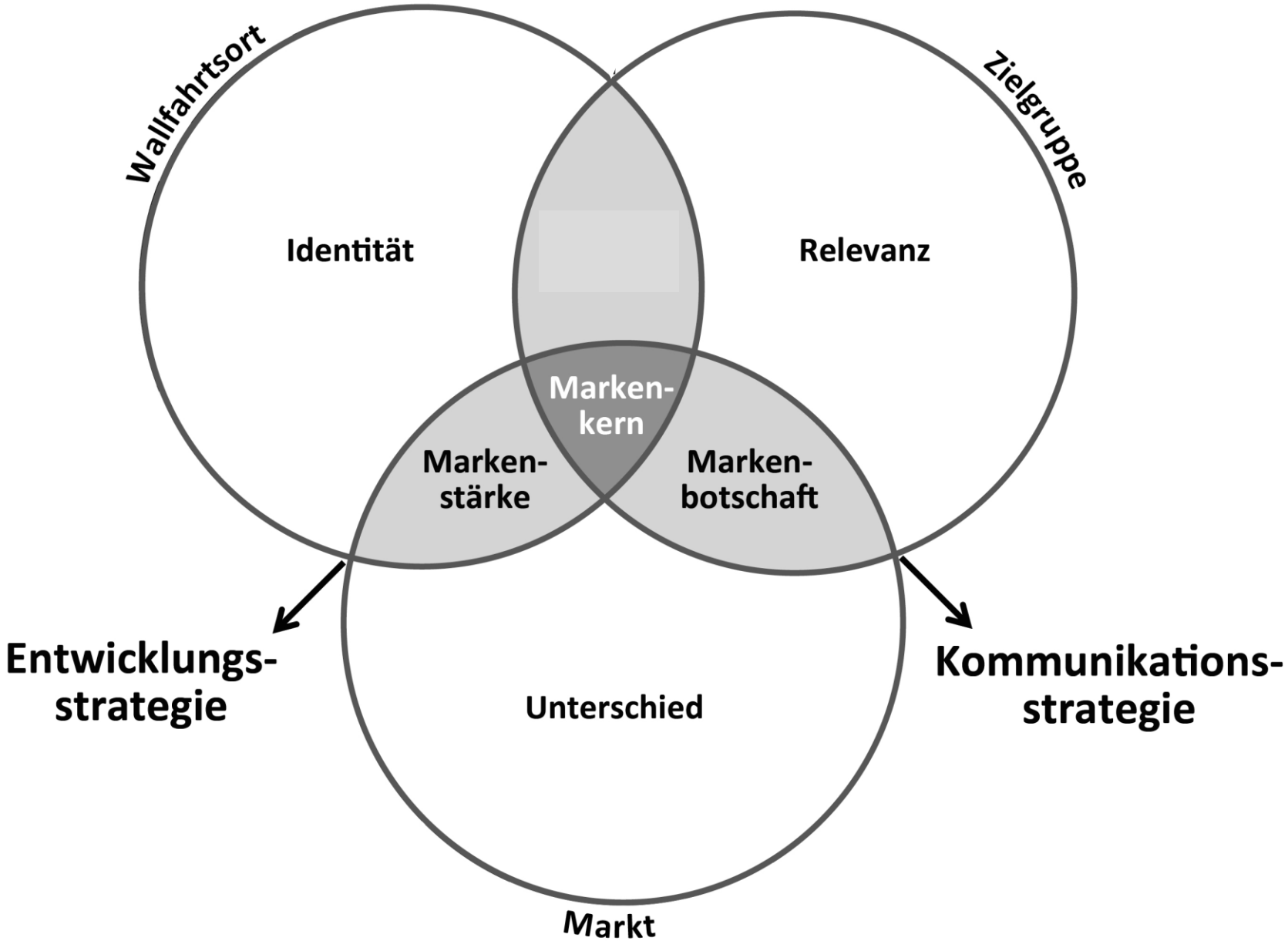
Was braucht  
eine Marke?



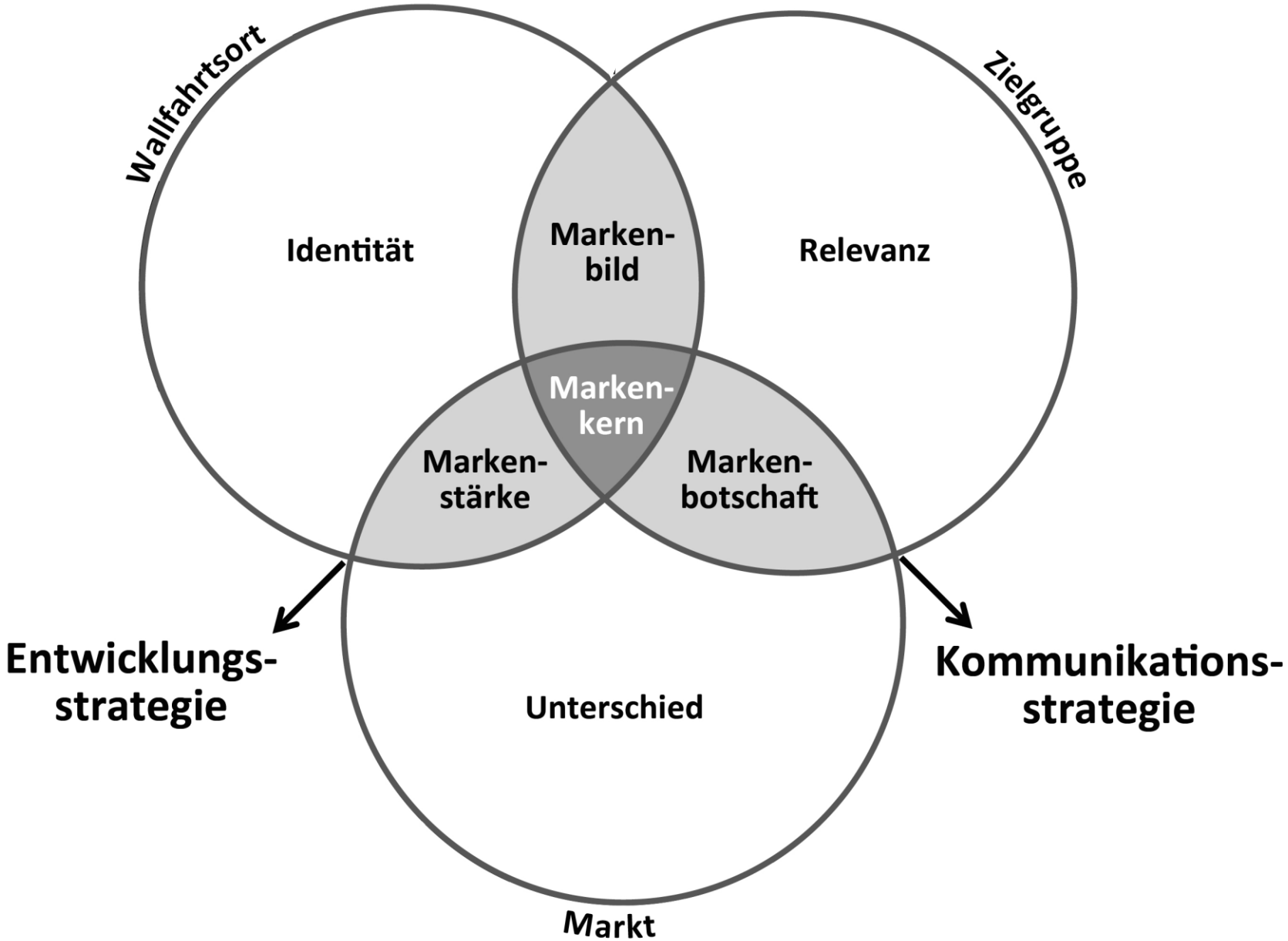
Was braucht  
eine Marke?



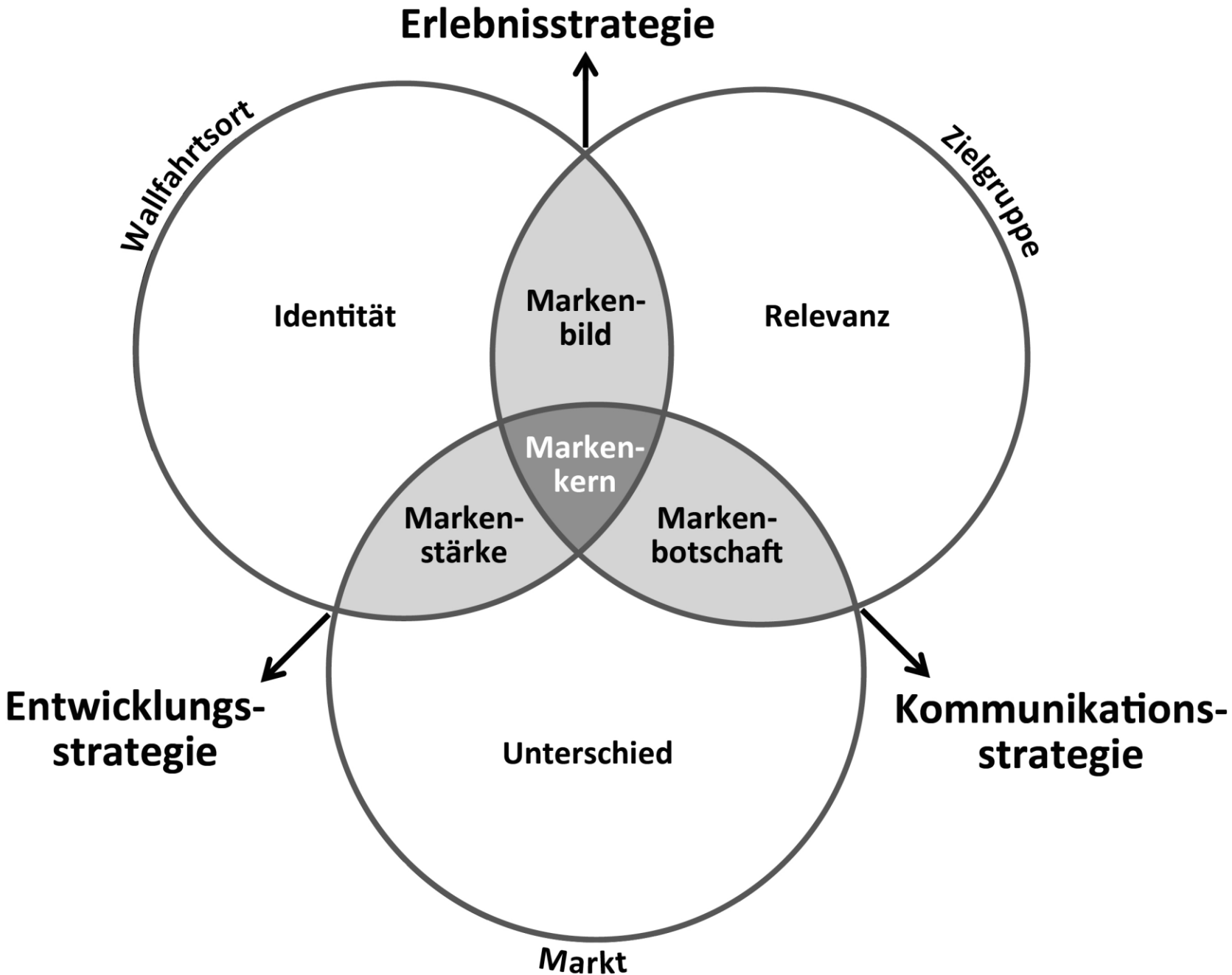
Was braucht  
eine Marke?



Was braucht  
eine Marke?



Was braucht eine Marke?



Quelle:

Hilpert, M.: Signature-Events: Aus Erfolgsfaktoren von Wallfahrtsorten lernen. In: **transfer - Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement**. Heft 68/2022, S. 43-47

# Sakrale Kulturlandschaften: Auswahl regionaler Marken



# Sakrale Kulturlandschaften: Auswahl regionaler Marken

Homepages

Netzwerk Klosterlandschaft OWL	Pfaffenwinkel	Klosterwinkel im Passauer Land	Klosterstadt Waldsassen	Schwäbischer Barockwinkel	Madonnenländchen
--------------------------------	---------------	--------------------------------	-------------------------	---------------------------	------------------



# Sakrale Kulturlandschaften: Auswahl regionaler Marken

Auf den Homepages finden sich religiöse ...

	Netzwerk Kloster-landschaft OWL	Pfaffenwinkel	Klosterwinkel im Passauer Land	Klosterstadt Waldsassen	Schwäbischer Barockwinkel	Madonnenländchen
... Markennamen?	✓	✓	✓	✓	✓	✓
... Markenlogo?	✓	✓	✓	✓	<b>Kein Logo</b>	<b>Kein Logo</b>
... Gebäude (z.B. Kirchen)?	✓	✓	✓	✓	✓	✓

# Sakrale Kulturlandschaften: Auswahl regionaler Marken

Auf den Homepages finden sich religiöse ...

	Netzwerk Kloster- landschaft OWL	Pfaffenwinkel	Klosterwinkel im Passauer Land	Klosterstadt Waldsassen	Schwäbischer Barockwinkel	Madonnenländchen
... Markennamen?	✓	✓	✓	✓	✓	✓
... Markenlogo?	✓	✓	✓	✓	<b>Kein Logo</b>	<b>Kein Logo</b>
... Gebäude (z.B. Kirchen)?	✓	✓	✓	✓	✓	✓
... Inhalte auf den ersten Blick?	✓	✓	✗	✗	✓	✓
... Kunst (z.B. Museen, Konzerte)?	✓	✗	✓	✓	✗	✗
... links (z.B. zu Wallfahrtsorten)?	✓	✗	✓	✓	✗	✗

# Sakrale Kulturlandschaften: Auswahl regionaler Marken

Auf den Homepages finden sich religiöse ...

	Netzwerk Kloster- landschaft OWL	Pfaffenwinkel	Klosterwinkel im Passauer Land	Klosterstadt Waldsassen	Schwäbischer Barockwinkel	Madonnenländchen
... Markennamen?	✓	✓	✓	✓	✓	✓
... Markenlogo?	✓	✓	✓	✓	<b>Kein Logo</b>	<b>Kein Logo</b>
... Gebäude (z.B. Kirchen)?	✓	✓	✓	✓	✓	✓
... Inhalte auf den ersten Blick?	✓	✓	✗	✗	✓	✓
... Kunst (z.B. Museen, Konzerte)?	✓	✗	✓	✓	✗	✗
... links (z.B. zu Wallfahrtsorten)?	✓	✗	✓	✓	✗	✗
... Symbole (z.B. Kreuz)?	✗	✗	✓	✗	✗	✓
... Personen (z.B. Priester)?	✓	✓	✗	✗	✗	✗
... Angebote (z.B. Hl. Messen)?	✓	✗	✓	✗	✗	✗
... Texte (z.B. Psalmen)?	✗	✗	✗	✗	✗	✗

Quelle:

Hilpert, M.: Vom sakralen Raum zur regionalen Marke: Place Branding religiös konnotierter Landschaften. In: **Zeitschrift für Tourismuswissenschaft**. Heft 11/2019, S. 311-324

„Allen Menschen recht getan, ist eine Kunst, die niemand kann.“



# Was spricht dafür und was dagegen?



 Einnahmen, Arbeitsplätze & Wertschöpfung	↔	 Zusätzliche Investitionen
 Kulturerbe bewahren / Bewusstsein schaffen	↔	 Überlastung der Bausubstanz / Schäden
 Möglichkeit der Evangelisierung	↔	 Respektloses Verhalten / Konflikt mit Gläubigen
 Authentizität und Identität der Orte (Marke)	↔	 Authentizitätsverlust durch Kommerzialisierung
 Nutzung bestehender Infrastruktur	↔	 Zweckentfremdung und Profanisierung religiöser Orte / Verlust der spirituellen Atmosphäre
 Wachsende Nachfrage nach Besinnung, Achtsamkeit & Resonanz		
 Breite Zielgruppen: Kultur, Architektur, Kunst, Erholung, Spiritualität, Abwechslung etc.	↔	 Nicht Kern-Aufgabe der Kirche

# Vom sakralen Raum zur regionalen Marke?

Place Branding und Marketing religiös konnotierter Orte und Landschaften

# Vielen Dank!

... und jetzt geht's ans Arbeiten!



# Blitzlicht

Was kommt mir jetzt als ersten in den Sinn,  
wenn ich bei sakralen Orten an „Marke“ denke?

*oder*

Kann ich Place Branding auch auf meinen Kontext übertragen?



Wie wollen wir die nächste Generation  
für sakrale Räume begeistern?

