

- Gemeinde **Allensbach** / Bodensee, 6.919 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Stadt **Alpirsbach**, 6.826 Einw.
Klassisches Stadtmarketing der 2. Generation, Positionierung der Stadt, strat. Marketing, strat. Kommunikation, Corporate Design, div. Bürger-Workshops;
- Stadt **Altensteig**, 10.181 Einw.
Tourismusmarketing, Corporate-Design, Touristisches Wegleitsystem
- Stadt **Aulendorf**, 9.758 Einw.
Entwicklung Tourismusleitbild, Bürgerbeteiligungsprozess
- Stadt **Bad Wildbad**, 9.565 Einw.
Gutachten zur Renovierung Sommerbergbahn
- Stadt **Bad Wurzach**, 14.000 Einw.
Analyse, Positionierungsprozess mit Bürgerbeteiligung, Markenarchitektur, Corporate Design, CD-Manual, Kommunikationsstrategien
- Gemeinde **Baiersbrunn** im Schwarzwald, 14.453 Einw. (bis heute)
Strategisches Destinationsmarketing, Positionierung als Genussraum für die Seele, Corporate Design, sämtliche Kommunikationsmittel, Bürgerbeteiligungsprozesse
- Dachmarke **Bodensee** (2002 – 2005)
Strategische Markenentwicklung für eine Großdestination, Positionierung der Marke, Corporate Design
- Ostseeheilbad **Boltenhagen** (1993 – 2005)
Standortmarketing der 4. Generation, Positionierung der Stadt, strategische Markenausrichtung, Masterplan 2020, Innenmarketing, strat. Kommunikation, Corporate Design, div. Workshops;
- Stadt **Bräunlingen**, 5.773 Einw.
Positionierung der Stadtmarke, Corporate-Design, Speziell: Vermarktung Stadthalle nach Renovierung
- Stadt **Donaueschingen**, 21.400 Einw.
Strategisches Stadtmarketing der 2. Generation, Positionierung der Stadt, strategische Kommunikation, Corporate Design, div. Workshops
- Stadt **Ebersbach** an der Fils, 15.656 Einw.
Organisationsberatung, Bottom-up-Prozesse, Gründung Marketing e.V. (PPP), Ergebnis: Bündelung der Kräfte, Koordination der Aktivitäten, Motivation zur Selbstorganisation, Bürgerbeteiligungsprozess
- Stadt **Engen**, 13.000 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie, mit Bürgerbeteiligungsprozess und Gründung des Marketing e. V.
- Stadt **Friedrichshafen**, 60.000 Einw.
Analyse, Markenarchitektur, Positionierung
- Gemeinde **Gaienhofen**, 3.270 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Gemeinde **Gailingen**, 2.270 Einw.
Integriertes Standort-Entwicklungskonzept
Bürgerbeteiligungsprozess 2015
- Stadt **Geislingen an der Steige**, 27.000 Einw.
Umfassende Stadtmarketing-Strategie mit allen sichtbaren Ausprägungen
- Ferienregion **Geroldsecker Land**
Touristisches Entwicklungskonzept, Leader-Projekt „Schwarzwald elementar“
- Gemeinde **Glottertal**, 3.134 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing einer naturräumlich sortierten Gebietsgemeinschaft, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Gemeinde **Gomaringen**, 8.628 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Region **Großes Lautertal** / Schwäbische Alb
Klassisches Destinationsmarketing einer naturräumlich sortierten Gebietsgemeinschaft, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Gemeinde **Hagnau**, 1.400 Einw.
Tourismusmarketing, Corporate Design, Kommunikationsmittel, Generallinie der Gemeinde als Destination neu aufgelegt
- Landkreis **Haßberge**, 87.415 Einw.
LeaderPlus-Projekt, Entwicklung des „Deutschen Burgenwinkels“, Organisationsberatung, Corporate Design, sämtliche Kommunikationsmittel
- Gemeinde **Hayingen**, 2.141 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Halbinsel **Höri** / Bodensee
Klassisches Destinationsmarketing, einer touristischen Gebietsgemeinschaft, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Stadt **Hornberg**, 4.400 Einw.
Klassisches Stadtmarketing der 2. Generation, Positionierung der Stadt vor Kernsanierung und Umgehungstunnel Corporate Design, Portalgemeinde Naturpark Südschwarzwald, Bürgerbeteiligungsprozess
- Stadt **Hüfingen**, 8.000 Einw.
Positionierung der Stadt, strat. Marketing, strat. Kommunikation, Corporate Design
- Stadt **Karlsruhe** (2016)
Touristisches Grundkonzept mit eingehender Markenbildung
- Dachmarke **Kinzigtal** (2000 – 2004)
Klassische Markenentwicklung für eine naturräumlich sortierte Destination Positionierung der Marke (emotionale Aspekte), Corporate Design
- Stadt **Königstein /Taunus**, 15.868 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing inkl. Kommunikation
- Landkreis **Konstanz**, 275.000 Einw.
Markenentwicklung: Positionierung der Marke (rationale/emotionale Aspekte), Corporate Design
- Stadt **Ludwigsburg**, 92.000 Einw.
Expertenworkshop zu Stadtentwicklung 2030
- Stadt **Markdorf**, 12.692 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie mit Bürgerbeteiligungsprozess
- Stadt **Mengen**, 10.000 Einw.
Analyse, Positionierungsprozess mit Bürgerbeteiligung, Markenarchitektur, Corporate Design, CD-Manual, Kommunikationsstrategie
- **Nationalparkregion Schwarzwald**
Tourismuskonzept
- Landkreis **Nürnberger Land**
Analyse von Kommunikationszielen, Zielgruppen und darauf aufbauenden Kommunikationskanälen und -maßnahmen, Kommunikations- und Mediaplan

- Stadt **Nürtingen**, 40.000 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie mit Bürgerbeteiligungsprozess
- Stadt **Oberursel**, 43.014 Einw.
Strategisches Stadtmarketing der 3. Generation, Positionierung der Stadt, Leitbildprozess, Organisationsmanagement, Interne Kommunikation, Marketingplan, umfassender Bürgerbeteiligungsprozess
- Stadt **Offenbach**, 121.000 Einw.
Umfassende Organisationsberatung zum Standortmarketing
- Stadt **Pinneberg**, 42.000 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie, neues CD für Stadtverwaltung und Stadtmarketing e. V.
- Stadt **Radolfzell am Bodensee**, 30.292 Einw.
Klassisches Stadtmarketing der 2. Generation, Positionierung der Stadt als Marke, Beratung während Sanierung „Schießer-Areal“, Corporate Design
- Insel **Reichenau** / Bodensee
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- Stadt **Reichenbach an der Fils**, 7.883 Einw.
Positionierung der Stadt als Marke, Organisationsberatung und Gründung des Marketing e. V.
- Gemeinde **Rielasingen-Worblingen**, 11.918 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie, mit Bürgerbeteiligungsprozess und Gründung des Marketing e. V.
- Dachmarke **Rothauser Land** / Schwarzwald
Klassische Markenentwicklung und Positionierung der Marke
- **Sasbach am Kaiserstuhl** (Naturgarten Kaiserstuhl)
Analyse, Tourismuskonzept mit Bürgerbeteiligung
- **Schömberg im Schwarzwald**
Konzeption und Realisation City-Magazin
- Gemeinde **Sipplingen** / Bodensee, 2.113 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing Corporate Design, komplette Umsetzung
- Gemeinde **Shuttertal**, 3.361 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung, Ausstellungskonzeption und Umsetzung „Achat Ausstellung“, Design und Umsetzung Erdgeschichtenweg
- Dachmarke **Schwarzwald** (2002 – 2004)
Klassische Markenentwicklung für eine Großdestination Positionierung der Marke (emotionale Aspekte), Corporate Design
- Dachmarke **Schwarzwald** (2016)
Key-Note auf der Jahreshauptversammlung der STG (Schwarzwald-Tourismus-GmbH)
- Landkreis **Schwarzwald-Baar**, 202.000 Einw.
Standortmonitor, Strategie 2020, Wettbewerbsanalyse, Marketingstrategie, Rekrutierung Unternehmer
- Naturpark **Schwarzwald/Mitte-Nord**
Tourismuskommunikation, Naturtourismus
- Stadt **Schwieberdingen**, 11.000 Einw.
Analyse, Positionierungsprozess, Corporate Design, CD-Manual
- Wirtschaftsförderung **Sindelfingen**
Klausurtagung mit Gemeinderatrat: Strategie 2020, CD-Linie, Internetauftritt
- Stadt **Spaichingen**, 12.343 Einw.
Klassisches Stadtmarketing der 2. Generation, Positionierung der Stadt als Marke, Corporate Design
- **Spessart Tourismus und Marketing GmbH**
Logo-Entwicklung, Corporate Design, CD-Manual, Kommunikationsmittel, Magazin
- Gemeinde **Straubenhardt**, 11.000 Einw.
Integriertes Standort-Entwicklungskonzept; Landes-Sanierungsprogramm in Kooperation mit „Die STEG“, Bürgerbeteiligungsprozess
- Region **Teinachtal** / Schwarzwald
Klassisches Destinationsmarketing einer naturräumlich sortierten Gebietsgemeinschaft, Corporate Design, komplette Umsetzung
- **Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald**
Positionierungsprozess, Logo-Entwicklung, Corporate Design, Kommunikationsstrategie, Kommunikationsmittel, digitale Mediastrategie
- Gemeinde **Tuningen**, 2.900 Einw.
Marketingkonzept „Viertes Kleeblatt“: autobahnnahe Gewerbegebiet/BAB 81 (heute ausgebucht!)
- Stadt **Tuttlingen**, 34. 800 Einw.
City-Check; Fremdbildermittlung und Wettbewerbsbewertung
- Stadt **Überlingen** / Bodensee, 22.046 Einw.
Sonderkommunikation für einen Modellversuch zeitlich begrenzter Verkehrssperrung der historischen Innenstadt
- Gemeinde **Uhdlingen-Mühlhofen**, 7.936 Einw.
Positionierung, Touristisches Leitbild, Innen- und Außenmarketing, Marketingplan, Wegleitsystem, Vorträge, Seminare, Bürger-Workshops
- Gemeinde **Willstätt**, 9.144 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Maßnahmen, Vorträge, Corporate Design, komplette Umsetzung (print/online), Bürgerbeteiligungsprozess
- Stadt **Wolfach**, 5.880 Einw.
Klassisches Stadtmarketing der 2. Generation, Positionierung der Stadt, städt. Leitbildprozess, strat. Marketing, strat. Kommunikation, Corporate Design, Jahresevents, div. Bürger-Workshops
- Ferienregion **Zweitälerland**
Touristisches Entwicklungskonzept, Leader Projekt „Schwarzwälder Hüttenwinkel“
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung

Stand 1. 2018