

- **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
- **Gemeinde Bad Peterstal-Griesbach**
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- **Gemeinde Baiersbrunn im Schwarzwald**, 14.453 Einw.
Strategisches Destinationsmarketing, Positionierung als Gourmet-Ort, Corporate Design, alle Kommunikationsmittel, Bürgerbeteiligungsprozess
- **Dachmarke Bodensee (2002 – 2005)**
Strategische Markenentwicklung für eine Großdestination
Positionierung der Marke, Corporate Design,
- **Ostseeheilbad Boltenhagen**
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.
- **Gemeinde Gailingen**, 2.270 Einw.
Integriertes Standort-Entwicklungskonzept
Bürgerbeteiligungsprozess 2015
- **Gemeinde Gaighofen**, 3.270 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- **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 Gomadingen**, 8.628 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- **Gemeinde Hagnau**, 1.400 Einw.
Tourismusmarketing, Corporate Design, Kommunikationsmittel, Logo-Entwicklung
- **Landkreis Haßberge**, 87.415 Einw.
LeaderPlus-Projekt, Entwicklung des „Deutschen Burgenwinkels“, Organisationsberatung, Corporate Design, sämtliche Kommunikationsmittel
- **Gemeinde Hayngen**, 2.141 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- **Stadt Hüfingen**, 8.000 Einw.
Positionierung der Stadt, strat. Marketing, strat. Kommunikation, Corporate Design, div. Bürger-a;
- **Halbinsel Hori / 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
- **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
- **Region Großes Lautertal / Schwäbische Alb**
Klassisches Destinationsmarketing einer naturräumlich sortierten Gebietsgemeinschaft, Corporate Design, komplette Umsetzung
- **Stadt Markdorf**, 12.692 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie mit Bürgerbeteiligungsprozess
- **Region Nordschwarzwald**
Touristisches Entwicklungskonzept, Begleitung der GmbH Gründung „Tourismus Nördlicher Schwarzwald GmbH“
- **Nagoldtal**
Klassische Markenentwicklung und Positionierung der Marke, Corporate Design und komplette Umsetzung
- **Stadt Pinneberg**, 42.000 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie, neues CD für Stadtverwaltung und Stadtmarketing e. V.
- **Stadt Oberursel**, 43.014 Einw.
Strategisches Stadtmarketing der 3. Generation
Positionierung der Stadt, Leitbildprozess, Organisationsmanagement, Interne Kommunikation, Marketingplan, umfassender Bürgerbeteiligungsprozess
- **Gemeinde Rielasingen-Worblingen**, 11.918 Einw.
Umfassende Standortmarketing-Strategie, mit Bürgerbeteiligungsprozess und Gründung des Marketing 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.
- **Dachmarke Rothauser Land / Schwarzwald**
Klassische Markenentwicklung und Positionierung der Marke, Corporate Design und komplette Umsetzung
- **Wirtschaftsförderung Sindelfingen**
Klausurtagung mit Gemeinderatrat: Strategie 2020, CD-Linie, Internetauftritt
- **Gemeinde Sipplingen / Bodensee**, 2.113 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing Corporate Design, komplette Umsetzung
- **Gemeinde Schuttertal**, 3.361 Einw.
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung, Konzeption, Planung und Realisation Achat Museum
- **Dachmarke Schwarzwald (2002 – 2004)**
Klassische Markenentwicklung für eine Großdestination
Positionierung der Marke (emotionale Aspekte), Corporate Design
- **Landkreis Schwarzwald-Baar**, 202.000 Einw.
Standortmonitor, Strategie 2020, Wettbewerbsanalyse, Marketingstrategie, Rekrutierung Unternehmer;
- **Naturpark Schwarzwald/Mitte-Nord**
Tourismuskommunikation, Corporate Design
- **Stadt Spaichingen**, 12.343 Einw.
Klassisches Stadtmarketing der 2. Generation, Positionierung der Stadt als Marke, Corporate Design
- **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
- **Gemeinde Tübingen**, 2.900 Einw.
Marketingkonzept „Viertes Kleeblatt“: autobahnnahe Gewerbegebiet/BAB 81
- **Stadt Tuttingen**, 34.800 Einw.
City-Check; Fremdbildermittlung und Wettbewerbsbewertung
- **Stadt Überlingen / Bodensee**, 22.046 Einw.
Sonderkommunikation für einen Modellversuch zeitlich begrenzter Verkehrsperrung der historischen Innenstadt
- **Gemeinde Uhldingen-Mühlhofen**, 7.936 Einw.
Positionierung, Touristisches Leitbild, Innen- und Außenmarketing, Marketingplan, Wegleitsystem, Vorträge, Seminare, Bürger-Workshops
- **Wasserburg / Bodensee**
Klassisches Destinationsmarketing, Corporate Design, komplette Umsetzung
- **Stadt Bad Wildbad**, 9.565 Einw.
Gutachten zur Renovierung Sommerbergbahn
- **Gemeinde Willsüt**, 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 Zwaitälerland**
Touristisches Entwicklungskonzept, Leader Projekt „Schwarzwälder Hüttenwinkel“