

Portrait unseres Unternehmens

- 1 Besitzverhältnisse und Netzwerk**
- 2 Dienstleistungsangebot**
- 3 Die Personen**
- 4 Die Arbeitsweise**
- 5 Kunden**

1 Besitzverhältnisse und Netzwerk

- Gründung 1992
- Besitzer: Daniel Fischer und Regina Fischer-Hügi

- **Geschäftsleitender Partner**

Daniel Fischer, Dr. oec. HSG

⇔ Geboren am 5. September 1957

⇔ Wirtschaftsmatura

⇔ Skilehrerpatent (Kt. Bern) und Skiinstruktoren (SI) -Brevet

⇔ Studium, Lizentiat und Doktorat an der Universität St. Gallen (HSG)
Dissertation zum Thema "Qualitativer Tourismus" (Dr. oec. HSG, 1985)

⇔ Berufliche Stationen:

Kurdirektor in Saas Fee (1984 - 89)

Projektleiter und Geschäftsführer Swissline (1989 - 92)

Selbständiger Unternehmensberater (seit 1992)

⇔ Publikations- und Referententätigkeit zu Management und Marketing in Tourismus, Verkehr und Wirtschaftsstandorten

- **Vier MitarbeiterInnen**

⇔ Erich Leemann, lic. rer. pol. (1980), Berater

⇔ Isabel Wachter, BScBA (1981), Beraterin

⇔ Tobias Fischer, MScBA (1987), Berater

⇔ Beatrice Jossi (1969), Assistentin des Geschäftsleiters und Sekretärin

- **Service Center**

Leistungsfähiges Sekretariat

Wissensdatenbank zu den Branchen und Themen unserer Beratungstätigkeit

www.danielfischerpartner.ch als professionelle Informationsplattform

- **Koordinaten**

Daniel Fischer & Partner, Management & Marketing Consulting

Dr. Daniel Fischer, Geschäftsleitender Partner

Brüggbühlstrasse 32 h, CH-3172 Niederwangen

Telefon 031/ 980 18 18; Fax 031/ 980 18 19

e-mail: daniel.fischer@danielfischerpartner.ch

www.danielfischerpartner.ch

2 Dienstleistungsangebot

- **Unternehmensstrategien**

Die Berater von Daniel Fischer & Partner unterstützen das Management und die Verwaltungsräte unserer Kunden bei der Erarbeitung und der Realisierung von Unternehmensstrategien. Unsere Nutzenstiftung liegt primär in der praxisbezogenen Vorgehensmethodik, dem Fachwissen aus verschiedenen Branchen sowie dem breiten Erfahrungsschatz mit den "To do's" und "Not to do's" bei der Entwicklung und Umsetzung der Unternehmensstrategien.

In aller Regel ergibt die Bildung einer kombinierten Projektorganisation (Lenkungsausschuss, Projektgruppe) aus Verwaltungsräten und KadermitarbeiterInnen unserer Kunden und Beratern von Daniel Fischer & Partner eine erfolgreiche Kombination von Insider- und Branchen-Know-how sowie externem Wissen und Betrachtung. Dadurch gelingt es, in einem optimalen Zeitrahmen eine fundierte Unternehmensstrategie zu definieren, welche dann seitens der Unternehmungen auch nachhaltig umgesetzt werden kann.

Im Bereich der Unternehmensstrategien unterscheiden wir drei Produkte:

- ⇔ Strategie-Entwicklung
- ⇔ Strategie-Review
- ⇔ Begleitung der Strategie-Umsetzung

- **Lösungen zu weiteren Kernthemen der Unternehmensführung**

Nebst der klassischen "Entwicklung der Unternehmensstrategie" werden unsere Management-Dienstleistungen insbesondere in folgenden Fragen nachgefragt:

- ⇔ Nachhaltiges Management
Die nachhaltige Wertsteigerung von Unternehmen umfasst die wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Komponente. Nachhaltiges Management schafft Vertrauen und breite Akzeptanz bei allen "Stakeholdern".
- ⇔ Corporate Governance und Unternehmensarchitekturen
Nebst der Entwicklung und Verankerung einer strategiekonformen Unternehmensstruktur geht es hier auch um die Frage einer optimalen Rollenverteilung zwischen Verwaltungsrat, Gesamtmanagement (CEO) und einzelnen Geschäftsbereichen, inkl. Instrumente einer erfolgreichen Unternehmensaufsicht. Die Frage des "idealen" Planungs- und Führungsprozesses nimmt hier einen besonderen Stellenwert ein.

Im Sinne der strategischen Verantwortung für Entwicklung und Führung eines Unternehmens, aber auch mit Blick auf die Unternehmensfinanzierung spielt die "Wirkungsvolle Unternehmensaufsicht" (Corporate Governance) eine zentrale Rolle.

- ⇔ Turnaround-Management
Sofort-Massnahmen/Krisenmanagement, strategische Re-Positionierungen und Umsetzung

- ⇔ Kooperationen und strategische Allianzen
Mit der Erfahrung zahlreicher Beauftragungsmandate kann das Kooperationsprojekt auf die wesentlichen strategischen, strukturellen und prozessualen Erfolgsfaktoren ausgerichtet werden. Die "richtigen" Inhalte bzw. die "richtige" Methodik sind hier gleichermaßen erfolgsentscheidend.
- ⇔ Change-Management
- ⇔ Internationales Management
- ⇔ Wandel in Organisationen (Organisationsentwicklung)
- ⇔ Management auf Zeit einzelner Unternehmungen oder Geschäftsbereiche
- ⇔ Nachfolgeplanungen und Begleitung von Nachfolgeregelungen

- **Marketingstrategien**

Die Durchführung umfassender Markt- und Marketing-Situationsanalysen und die dadurch abzuleitenden Marketingstrategien (strategisches und operatives Marketing, Marketing-Mix, Aktivitätenpläne) für Unternehmen bzw. deren einzelne Geschäftsfelder ist ein weiteres Kerngebiet im Dienstleistungsangebot von Daniel Fischer & Partner. Dazu gehört nach Bedarf auch die massgeschneiderte Vertiefung einzelner Teilstrategien (z.B. Vertriebsstrategie).

Die nach einer anerkannten, wissenschaftlichen Forschungsmethodik entwickelten Marketingstrategien beinhalten immer auch konkrete Zieldefinitionen und Marketingpläne zur operativen Umsetzung. Damit ist eine ideale Voraussetzung für die seitens unserer Kunden angestrebte "Wirkung im Ziel" geschaffen.

- **Projektmanagement**

In diesen Geschäftsbereich unserer Dienstleistungen gehören folgende Aktivitäten:

- ⇔ Mitwirkung in der Umsetzung von Management- und Marketingstrategien in mehreren möglichen Funktionen
- ⇔ Projektmanagement in firmenübergreifenden Projekten, insbesondere bei komplexen Kooperationsprojekten
- ⇔ Gesamtführung oder Teilverantwortung im Management bzw. der Realisierung komplexer Projekte. Dabei kommen uns gleichermaßen unsere "konzeptionellen Stärken", das "Umsetzungs-Know-how" und die "Macher-Qualitäten" zu gut.
- ⇔ Operatives Management auf Zeit für Gesamtunternehmen, für den "Start up" von Unternehmen oder für einzelne Geschäftsbereiche
- ⇔ Workshop - Moderationen. Vorbereitung, engagierte, starke Moderation und handlungsorientierte Fokussierung der Ergebnisse sowie deren Dokumentation gehören hier zum Gesamtpaket

- **Coaching von Führungskräften**

Als "Langzeitbegleitung" und "Rückfallebene" unserer Strategiewerke übernehmen Daniel Fischer & Partner auch Coaching-Mandate für Verwaltungsräte bzw. insbesondere für CEO's bzw. Geschäftsleitungs-Mitglieder in den einzelnen Unternehmungen. Die Coaching-Module werden je nach Ausgangslage, Strategievorgabe und individuellen Bedürfnissen der Führungskräfte sehr unterschiedlich massgeschneidert gestaltet.

- **Wirksames Management**

Die konsequente Anwendung von Grundsätzen, Aufgaben und Werkzeugen eines wirksamen Managements ermöglicht eine kontinuierliche Resultatverbesserung und -erreichung beim Kunden. Die Wirksamkeit der einzelnen Führungskräfte, der Geschäftsleitungen und Verwaltungsräte der Unternehmungen wird dadurch nachhaltig verbessert.

Entsprechende massgeschneiderte Beratungs- und Schulungsimpulse können gleichermassen für Verwaltungsräte, Geschäftsleitungen und weitere Kaderstufen von Nutzen sein.

- **Standortmarketing**

Die Analyse, strategische (Re-) Positionierung und strukturelle Reform von Wirtschaftsstandorten gehören ebenfalls zu unserem Leistungsangebot. Unsere Strategie- und Umsetzungsarbeiten zum Standortmanagement und Standortmarketing haben in mehreren Städten, Regionen und Wirtschaftsräumen eine neue Dynamik der Standortentwicklung ausgelöst. Wir haben mehrfach bewiesen, dass die hohe Komplexität solcher Projekte dank entsprechender Handlungs- und Methodenvielfalt erfolgreich bewältigt werden kann.

- **Schulungen in den Bereichen Strategie, Marketing, wirksame Unternehmensführung und Projektmanagement**

Die erfolgreiche Umsetzung von Unternehmens- und Marketingstrategien setzt sehr oft zielgerichtete Schulungsimpulse voraus. Daniel Fischer & Partner sind in der Lage, in diesen Bereichen auch firmeninterne Ausbildungskurse durchzuführen.

In diesen Schulungen geht es nicht um klassische Standard-Programme, sondern um spezifische, auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittene Angebote. Dabei wird grosser Wert auf die Kombination zwischen Methodik-Wissen und praktischer Umsetzung an Hand von Fallbeispielen und in Frontarbeit beim Kunden gelegt.

Losgelöst von konkreten "firmeninternen Schulungen" sind Daniel Fischer & Partner auch dauernd an Universitäten, Fachhochschulen und Höheren Fachschulen für Wirtschaft sowie in anerkannten Ausbildungskursen für Kader in Management und Marketing engagiert. Die Schwerpunkte bilden dabei die Themen "Strategie", "Marketing", "wirksame Unternehmensführung" und "Projektmanagement".

Branchen

- Tourismus- und Freizeitwirtschaft
Kernthemen sind Destinationsbildungen sowie Strategien für Kantone, Destinationen, Bergbahnen, Hotels und weitere touristische Unternehmungen
- Wirtschaftsstandorte
Städte, Regionen, Kantone, Bundesländer, Staaten
- Öffentlicher Verkehr
Kernthemen sind Unternehmensstrategien, Corporate Governance, Marketing-strategien, Geschäftsbereichsstrategien, Projektmanagement in komplexen Projekten, Begleitung in Ausschreibungs- und Offertverfahren, Kooperationsstrategien sowie weitere Themen des betriebswirtschaftlichen Spektrums.
- Sport
- Dienstleistungswirtschaft
- Event-Organisationen
- Konsumgüter

Beratungssprachen

- Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch

3 Die Personen

Daniel Fischer, Dr. oec. HSG

- Wirtschaftsmatura in Bern. Studium, Lizentiat und Doktorat an der Universität St. Gallen (HSG). Abschluss als Dr. oec. HSG (1985)
- Skilehrerpatent (Kt. BE)
- Kurdirektor in Saas Fee (1984 - 1989), Projektleiter und Geschäftsführer von Swissline, Schweizerische Informations- und Reservationssystem AG (1989 - 1991). Seit 1992 Inhaber und Leiter von Daniel Fischer & Partner, Management & Marketing Consulting, Niederwangen b. Bern.
- Intensive Beratungs- und Schulungstätigkeit in den Bereichen Unternehmensstrategie, Corporate Governance, weiteren Managementthemen, Marketing, Projektmanagement, Management von Unternehmen auf Zeit und Coaching in verschiedenen Branchen
- Internationale Publikations- und Vortragstätigkeit zu aktuellen Managementfragen in Tourismus und Verkehr
- Mandate
Präsident des Verwaltungsrates der Niesenbahn AG, Mülenen (seit 2002)
Mitglied des Vorstandes von Basel Tourismus, Basel (seit 2006)
Mitglied des Verwaltungsrates der Spiez Marketing AG (2009 - 2014)
Präsident des Verwaltungsrats der Flims Laax Falera Management AG (seit 2011)
- Daniel Fischer, (Jg. 1957) ist verheiratet mit Regina Fischer-Hügi und Vater von 4 Kindern: David (1984), Tobias (1987), Eva (1990), Anna (1993)

Erich Leemann, lic. rer. pol.

- Matura in Interlaken
- Studium der Volkswirtschaft, Politologie und Betriebswirtschaft an der Universität Neuchâtel. Abschluss als lic. rer. pol.
- Mehrjährige Berufserfahrung in der Hotellerie (Rezeptionist, Maître d'hôtel, F&B Manager) in der Schweiz und in China
- Projektleiter und Assistent der Bereichsleitung in der Kreditadministration der Ersparniskasse Interlaken (EKI) von 2008-2011. Projekte aus den Bereichen Kredite, CRM, Human Resources und Liegenschaften.
- Erich Leemann (Jg. 1980) ist seit 2011 als Berater bei Daniel Fischer & Partner. Seine Tätigkeitsschwerpunkte sind Fragen der Unternehmensstrategie und des Marketings sowie Projektberatungen im Öffentlichen Verkehr und Tourismus. Sein Arbeitsgebiet umfasst auch das Engagement im Bereich der Schulung und Ausbildung von Kaderpersonen.

Isabel Wachter, BScBA

- Matura (Typ D, Spanisch) in Bern
- Berufserfahrung in der Restauration (Service, Bardame), als Flight Attendant (Swissair/Swiss, Zürich) sowie als Hostess bei der Expo.02
- Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Berner Fachhochschule für Wirtschaft und Verwaltung. Abschluss als „Bachelor of Science in Business Administration“ mit Vertiefung in „Strategy & International Management“.
- Studienbegleitende Tätigkeit als „Sachbearbeiterin/Assistentin der Abteilungsleitung/Projektassistentin“ bei der Wirtschaftsförderung der Region Bern
- Tätigkeit als „Executive Assistant“ von „ebay International AG“ in Bern
- Isabel Wachter (Jg. 1981) ist seit 2012 als Beraterin bei Daniel Fischer & Partner. Ihre Tätigkeitsschwerpunkte sind Fragen der Unternehmensstrategie und des Marketings sowie Projektberatungen im Öffentlichen Verkehr und Tourismus.

Tobias Fischer, MScBA

- Kaufmännische Lehre bei der UBS AG, Bern
Abschluss mit dem Eidg. Diplom als Kaufmännischer Angestellter
- Eidg. Berufsmatura bei der WKS, Bern
- Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Berner Fachhochschule für Wirtschaft und Verwaltung.
Abschluss mit dem Diplom „Bachelor of Science of Business Administration (BScBA) mit Vertiefung in „Strategy and Leadership“ (2011)
- Masterstudium an der Berner Fachhochschule für Wirtschaft und Verwaltung. Abschluss mit dem Diplom als „Master of Science in Business Administration“ (MScBA) mit Vertiefung in „Corporate Business Development“ (2013)

Beatrice Jossi

- Kaufmännische Lehre im Reisebüro Lehmann Reisen AG, Bern
Abschluss mit dem Eidg. Diplom als Kaufmännische Angestellte.
- Mehrjährige Berufserfahrung in diversen Funktionen in der Reisebranche als Reiseberaterin im Reisebüro, im Touroperating sowie als Reiseleiterin im Ausland (vorwiegend für ESCO-Reisen sowie Hotelplan).
- 10 Jahre Angestellte beim EDA als Reisespezialistin bei der Bundesreisezentrale.
- Beatrice Jossi (Jg. 1969) arbeitet seit 2012 bei Daniel Fischer & Partner. Sie betreut das Sekretariat und ist Assistentin von Daniel Fischer.

4 Die Arbeitsweise

- **Engagierte Beratung**

Daniel Fischer & Partner identifizieren und engagieren sich voll mit den ihnen übertragenen Aufgaben - sowohl bei der Konzept- und Strategie-Entwicklung als auch in der Umsetzungs-Begleitung der entwickelten Massnahmen. Angestrebt wird eine "Win-Win-Konstellation": Kunde und Berater können langfristig nur gemeinsam Erfolg haben. Daraus ergibt sich, dass wir als Beratungs-Unternehmen immer mehr auch in der Realisierung der Projekte mitwirken. Aus unserer Erfahrung spielen dabei die richtige Besetzung der Führungspositionen (Verwaltungsrat, CEO, Geschäftsleitung sowie Projektleitungen) und die konsequente Resultatorientierung der Projektarbeiten eine Schlüsselrolle. Wir setzen auf offene, transparente Kommunikation, sprechen die Probleme an und entwickeln dafür gemeinsam mit dem Auftraggeber die richtigen Lösungen.

- **Klare Regelung der Projektverantwortung**

Für jeden Beratungsauftrag übernimmt bei Daniel Fischer & Partner der Geschäftsleiter oder einer der Berater als Projektleiter die volle Verantwortung. Der Projektleiter verfügt über die notwendigen Kompetenzen und ist primäre Kontaktperson gegenüber dem Kunden.

- **Teamorientierte Arbeitsweise**

In jedem Beratungsauftrag sind seitens von Daniel Fischer & Partner in der Regel zwei Persönlichkeiten involviert. Diese werden je nach Fragestellung immer wieder neu zusammengestellt. Gleichzeitig mit den Ressourcen des Kunden ist sichergestellt, dass massgeschneidertes Wissen und Kompetenz eingesetzt werden können.

- **Einbindung des Kunden bei der Strategie-Entwicklung**

Unternehmensleitung und allenfalls Verwaltungsräte unserer Kunden sollen möglichst eng in die Konzepterarbeitung involviert werden. Unsere Beratungserfahrungen zeigen, dass dadurch die idealen Voraussetzungen für die Umsetzung geschaffen werden.

- **Massgeschneiderte, individuelle Lösungen**

Jeder Strategieprozess (Entwicklung und Umsetzung) ist "einzigartig". Es gibt keine "Rezepte ab Stange". Auf der Basis unserer je nach Problemstellung unterschiedlichen, bewährten Entwicklungsmethodiken erfordert jede unternehmerische Herausforderung eine neue, intensive, massgeschneiderte Auseinandersetzung mit der entsprechenden unternehmerischen Situation. Gestützt darauf können die für jeden Kunden richtigen Lösungsansätze entwickelt und definiert werden. Die Fokussierung auf die "critical issues" - die entscheidenden Erfolgsfaktoren in jedem Projekt - ist eine unserer zentralen Stärken.

- **Umsetzungsorientierung**

Die Lösungsvorschläge (Strategien, Strukturen, Prozesse) werden umsetzungs-orientiert aufbereitet. Daniel Fischer & Partner haben auf Grund ihrer Erfahrung das "richtige Augenmass" für die Machbarkeit (Anzahl, Priorisierung, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen) von Umsetzungsprojekten. Aus den erzielten Umsetzungserfolgen entsteht dadurch immer wieder zusätzliche Dynamik für die marktorientierte Weiterentwicklung der Unternehmen.

In der Praxis haben sich mehrere unserer Varianten der wirksamen, resultatorientierten Begleitung von Strategie-Umsetzungen bewährt.

- **Transparente Abrechnung und Kalkulation**

Daniel Fischer & Partner arbeiten nach fixen Stunden- und Tagesansätzen. Die zeitlichen Aufwendungen werden für jeden Auftrag zum Voraus geschätzt und fest offeriert. Das daraus resultierende Kostendach ist gegenüber dem Kunden verbindlich. Damit besteht auf Kundenseite keinerlei finanzielles Risiko.

Die Reisespesen sowie allfällige weitere Auslagen (z.B. Druckkosten für Berichte) werden separat kalkuliert und transparent ausgewiesen. Sie werden in der Regel in den Rahmen des Kostendachs integriert.

Die Honorare werden normalerweise erst nach Abschluss der Mandate in Rechnung gestellt. Basis bildet eine transparente Abrechnung aller Arbeitsleistungen und Kosten.

5 Kunden

Firmen aus verschiedensten Branchen haben Daniel Fischer & Partner, Management & Marketing Consulting bisher Beratungs- und Führungsaufgaben übertragen.

Die nachfolgende Übersicht zeigt eine Auswahl zur vertraulichen Kenntnisnahme: ¹

Adelboden Tourismus, Adelboden

- Analyse und Destinationsstrategie Adelboden (2000 – 2002)
- Projektmanagement für die Phase 1 der Umsetzung der Destinationsstrategie
 - Führung des Steuerungsausschusses, Realisierung einzelner Teilprojekte, Projekt-Controlling
- Kooperationsstrategie mit Frutigen - Modell einer "Destination Adelboden-Frutigen"
- Selektion eines neuen Tourismusedirektors für Adelboden
- Workshop Moderation mit den Destinationen "Adelboden-Frutigen", "Lötschberg" und "Lenk-Simmental"
 - Ermittlung möglicher Kooperationspotenziale der drei Destinationen
- Projektmanagement für die Phase 2 der Umsetzung
- Coaching und Moderation am jährlichen "Adelbodner-Tourismustag"
- Moderation eines Prozesses zur Weiterentwicklung der Destination
 - intern, extern
- Moderation eines Prozesses zur Weiterentwicklung der Destination
 - intern, extern
- Moderation von „Strategie-Workshops“ im Vorstand von Adelboden-Tourismus (2008)
 - Inkl. Strategie-Review
- Entwicklung von Strategie und Geschäftsmodell einer „Adelboden Management AG“ (AMAG) (2009/2010)
 - Inkl. Workshop mit den beteiligten Partnern

Agrodome Wengen, Wengen

- Analyse, Unternehmenskonzept und Business Plan für einen "Agrodome" (Folklore-Show, Theater) als "Attraction & Visitor's Center" in Wengen

Aletsch Marketing, Fiesch

- Coaching von Vorstand und Geschäftsführung in der Startphase des Unternehmens
 - Inkl. Tätigkeitsprogramm und Budget 2005, Aufbau Marketing-Controlling und Soll-Ist-Vergleich nach Abschluss des 1. Geschäftsjahres
- Operative "Geschäftsführung auf Zeit" von "Aletsch-Marketing" als neue Marketinggesellschaft für die Destination
 - Inkl. integraler "Start up" des neuen Unternehmens, Geschäftsführer-Selektion und Coaching von Vorstand und Präsidium

Aletsch Tourismus, Breiten

- Analyse, strategische Optionen und Lösungsmodell für den "Relaunch" bzw. die "Repositionierung" der Destination Aletsch
- Detailkonzept für die "Destination Aletsch" (Strategie, Struktur, Finanzierung, Umsetzungsplan)

¹ Die Auflistung innerhalb einzelner Kunden dokumentiert jeweils individuelle, neue Beratungsmandate
Portrait unseres Unternehmens

Alpenstrategie / ALP NET, Innsbruck

- Marktanalyse und Marketingstrategie für die Alpen
- Aufbau des ALP NET-Netzwerkes als Management-, Marketing- und Wissensplattform für die Alpen
- Projektmanagement für die ALP NET-Weiterentwicklung
 - Inkl. Vereinsgründung, Finanzierung und Professionalisierung der Organe

Appenzeller Bahnen AG, Herisau

- Strategie „Appenzeller Bahnen 2013 – 2018“

asm, Langenthal

- Analyse und Unternehmensstrategie für die "Aare Seeland mobil AG"
- Review der „Freizeit- und Tourismusstrategie asm: Analyse und Optionen der Entwicklung“

Bad Zurzach Tourismus, Bad Zurzach

- Moderation eines Destinationsworkshops
 - Standortbestimmung und Zukunftsorientierung aller wesentlichen Partner
- Destinationsstrategie Bad Zurzach 2007 - 2010
 - Mit Einbezug von Gemeinde und allen wesentlichen Leistungsträgern
- Unternehmensmodell und Kooperationsvertrag zur Gründung der Bad Zurzach Tourismus AG
- Selektion der Geschäftsführung der Bad Zurzach Tourismus AG
- Destinationsstrategie Bad Zurzach 2012 – 2015
 - Inkl. Strategieklausur mit Einbezug aller Betroffenen

H. Bahlsen Keksfabrik KG, Hannover

- Persönliches Beratungsmandat für einen der Gesellschafter

Basel Tourismus, Basel

- Unternehmensstrategie und strategische Agenda Basel Tourismus 2008 – 2011
- Projektmanagement und Coaching im Projekt „Servicequalität und Wirksamkeit des Gästemanagements in Basel: Fokus EURO 2008 und nachhaltige Wirkung“
 - Inkl. Moderation einer Workshop-Serie mit den lokalen Interessengruppen
- Moderation von Workshops zu Strategie-Reviews im Vorstand von Basel Tourismus
- Unternehmensstrategie Basel Tourismus 2012 – 2015
- Projektleitung und Moderation des 1. „Basler Tourismustag 2012“
- Marketingstrategie „Basel Tourismus 2013 – 2016“

Bea bern expo, Bern

- BEA VISION - Strategie einer künftigen BEA-Frühjahrsausstellung

Beausite Park Hotel, Wengen

- Analyse, Marketingstrategie 2005 - 2008 und Marketingplan sowie Impulse zur unternehmerischen Nachfolgeregelung
- Coaching in der Umsetzung der Marketingstrategie
- Entwicklung des Business Plans 2005 - 2008
- Coaching in der Umsetzung des Business Plans
 - Inkl. Impulse zur Nachfolgeregelung
- Nachfolgeregelung
 - Konzeption und Begleitung des Prozesses zur Nachfolgeregelung inkl. Selektion der Nachfolge
- Entwicklung des Business Plans 2012 - 2015

Bergbahnen Engstligenalp AG, Adelboden

- Neue Führungsorganisation und Selektion des Geschäftsführers

Bergün-Filisur (GR)

- Touristischer Masterplan 2009 – 2012 für Bergün-Filisur
 - Gemeinde Bergün und Bergün Tourismus in Zusammenarbeit mit dem Kt. GR, Rätische Bahn und den Partnern in Filisur (Gemeinde, Filisur Tourismus)

Bern Tourismus, Bern

- Coaching von Bern Tourismus mit Blick auf die Neuausrichtung (Stossrichtungen, Leistungsauftrag, Methodik) der Tourismusorganisation
- Integrale strategische Neuausrichtung von Bern Tourismus
 - Leitbild, Unternehmensstrategie 2005 – 2008
- Unternehmensstrategie Bern Tourismus 2009 - 2012

Bernhotels, Bern

- Workshop-Moderation und Impulse (Initiierung) für die strategische Weiterentwicklung und Definition des Business Plans 2005 - 2008

Berner Oberland Bahnen (BOB), Interlaken

- Strategie Schynige Platte Bahn (SPB) 2014 – 2020
- Strategie BOB Talbahn 2014 – 2014
 - Inkl. Moderation verschiedener VR Klausuren

Bielersee Schifffahrts-Gesellschaft (BSG AG), Biel

- Turnaround-Konzept für die BSG - Gesamtkonzept, Sofortmassnahmen, Refinanzierung, Projektmanagement
- Unternehmens- und Marketingkonzept zur Neuausrichtung der Bielersee Schifffahrts-Gesellschaft (BSG AG)

Bielersee Schifffahrts-Gesellschaft (BSG AG) und Société de Navigation sur les Lacs de Neuchâtel et Morat (LNM SA), Biel/Neuenburg

- "Drei Seen Transport- und Gastronomiekonzept für Expo.02": Erarbeitung der Vertragsgrundlagen sowie Vertragsverhandlungen mit Expo.02
- Kooperationsstrategie BSG/LNM - Lösungsmodell zuhanden der Verwaltungsräte der beiden Gesellschaften

BLS Bern Lötschberg Bahn, Bern

- Workshop-Moderation und Coaching mit Blick auf die "Marketingstrategie der S-Bahn Bern"
- BLS-Tourismusstrategie
 - Analyse, Optionen, Grundsatzentscheid (Phase 1)
 - Strategie, Lösungsmodell und Umsetzungsplan mit Blick auf das künftige Tourismusportfolio der BLS: Marketingkooperation Thunersee und Peaks, "Railaway" S-Bahn Bern, Neuregelung der Beteiligungen und Aktivitäten (Phase 2)
 - Coaching der BLS und Verantwortung für Teilprojekte in der Umsetzung der Tourismusstrategie (Phase 3)
- Qualitätsmanagement und Projektbegleitung in zwei Ausschreibungsverfahren
- Grobkonzept zur Neupositionierung des „RE Lötschberg“ kombiniert mit der Eingabe eines Fördergesuchs bei der Volkswirtschaftsdirektion des Kt. Bern (beco)
- Grobkonzept zur Dynamisierung des Turnaround der „BLS Schifffahrt Berner Oberland“ kombiniert mit der Eingabe eines Fördergesuchs bei der Volkswirtschaftsdirektion des Kt. Bern (beco)
- Workshop und Konzeptimpulse zur Zukunft bzw. zur Neupositionierung des „Golden Pass Luzern-Interlaken-Montreux“
 - Gemeinsam mit Zentralbahn AG und Montreux-Oberland-Bahnen (MOB)
- Business Plan zur „Neupositionierung des Golden Pass Luzern – Interlaken - Montreux“
 - Gemeinsam mit Zentralbahn AG und Montreux-Oberland-Bahnen (MOB)

BLS AlpTransit AG, Thun

- Analyse, Lösungsmodell und Entschädigungsgrundlagen für die Verhandlungen von BLS AlpTransit AG mit der SEZ Frutigen AG im Zusammenhang mit den NEAT-Bauarbeiten in Frutigen
- Finanz- und Marketing-Controlling für die Umsetzung des Management-Modells 2003 - 2007

Bodensee Toggenburg Bahn (BT AG), St. Gallen

- Analyse und Unternehmensstrategie für die BT
- Projektmanagement in der Realisierung inkl. der operativen Verantwortung für Teilprojekte
 - Markterweiterung, Produkt- und Dienstleistungsoptimierung, Offertstellung für neue Ausschreibungen
- Kooperationsstrategie BT/SOB
 - Analyse, Optionen und Lösungsmodell einer möglichen Kooperation beider Bahnunternehmungen

Bosco Gurin (TI)

- Destinationsstrategie und touristisches Entwicklungskonzept für Bosco Gurin (TI) im Auftrag der Gemeinde. Das Projekt erfolgte in Absprache, Begleitung und mit finanzieller Unterstützung des Kantons Ticino.
- Realisierung des Resort-Management-Modells in Bosco Gurin

Brig Tourismus, Brig

- Fusionsprojekt von Brig Tourismus mit Naters-Blatten-Belalp Tourismus
 - Analyse, Lösungsmodell, Umsetzung
- Projektmanagement für die Einführung der "Tourismusförderungstaxe TFT"
- Coaching der Geschäftsleitung in Strategie-Fragen

Brig Belalp Tourismus, Brig

- Coaching und Know-how-Transfer im Prozess der Neupositionierung und der internen Reform von BBT nach der Fusion. Entwicklung von "Tätigkeitsprogramm und Budget 2005"
- Analyse und Entwicklung eines Lösungsmodells für die Kooperation von Brig Belalp Tourismus mit Brigerbad Tourismus
- Leitung des Projektes zur Integration von Birgisch in Brig Belalp Tourismus
- Coaching der Geschäftsleitung in Strategie-Fragen

Burgergemeinde Bern, Bern

- Analyse und „Strategie Kulturcasino 2015“

Bus Ostschweiz AG (BOS-Gruppe), Altstätten (SG)

- Projektleitung und Teilbereichsverantwortung in der Kooperationsstrategie mit Postbus GmbH (Wien) sowie Projektaufgaben in der Ausschreibung "Sarganserland"
- Strategieentwicklung "Bus Ostschweiz AG 2005 - 2008"
- Strategische Begleitung der Umsetzung der Strategie der "Bus Ostschweiz AG"
 - Coaching von Verwaltungsrat und Geschäftsführung, Realisierung von Teilprojekten, Moderation der jährlichen VR-Klausuren der Unternehmensgruppe (seit 2004)
- „Governance-Fragen“, VR Evaluation und VR-Entwicklung
- „Strategie RTB-Gruppe 2009 – 2012“
- „Strategie RTB-Gruppe 2013 – 2016“
 - Inkl. Weiterentwicklung des Unternehmensmodells

Busbetrieb Olten Gösgen Gäu (BOGG), Wangen b. Olten

- „Strategie BOGG 2014 – 2019“ inkl. Klausur im Verwaltungsrat

BVZ Zermatt Bahn, Brig

- Turnaround-Konzept - Analyse, Repositionierung und strategische Entwicklung der BVZ Zermatt Tours
- Realisierung der Neuausrichtung - Lösungsmodell, Vertragsverhandlungen mit Dritten, Wirtschaftlichkeit (Projektmanagement) - der BVZ Zermatt Tours
- Projektmanagement für die Neupositionierung des Bahnhofs Zermatt als "Top Dienstleistungszentrum": Konzept, Coaching, Support

Casino Kursaal Locarno SA, Locarno

- Management- und Marketingkonzept für den "Parco Fluviale Magadino" - Analyse, Konzept, Managementmodell und Realisierungsplan für einen naturnahen Freizeitpark in der Magadino-Ebene

Cima Norma SA, Dangio

- Eignerstrategie und Coaching der Eigner in der Umsetzung

CISALPINO AG (SBB/FS/BLS), Bern/Roma

- Marktanalyse und Marketingstrategie
- Aktivitätsplan für die Markteinführung
- Projektmanagement für die Markteinführung der Pendolini

Città di Locarno, Locarno

- Concetto di "Marketing territoriale per la città di Locarno"
 - Con l'integrazione di tutti i partner rispettivi (Comune, Ente Turistico, Società di commercianti, Società degli albergatori, banche della piazza)

CITY NIGHT LINE AG, Zürich

- Re-Positionierung des Marketings der City Night Line: Strategiecheck sowie Sofortmassnahmen für das operative Marketing

Commune d'Anniviers, Vissoie (VS)

- Politique touristique de la Commune d'Anniviers 2009-2012
- Nouvelle organisation touristique et création d'Anniviers Tourisme

Commune de Bagnes, Le Châble (VS)

- Développement d'une politique touristique de la Commune de Bagnes 2010 – 2013

Commune de Charmey (FR)

- Analyse et propositions concernant les Remontées Mécaniques
- Développement d'une « agenda touristique 2016 »
- Gestion et accompagnement du Comité de Destination dans la mise en place de la stratégie touristique

Crans-Montana Tourisme, Crans-Montana

- Workshop-Moderationen zu "Teambuilding" und "Fokussierung" von Crans-Montana Tourisme (CMT)

CSC PLOENZKE (Schweiz) AG, Zürich

- Analyse und Strategie für die Erschliessung des "Marktes Schweiz" durch CSC Ploenzke in den Geschäftsfeldern "Verkehr, Transport und Touristik"

DACH Hotelzug AG (SBB/DB/ÖBB), Zürich/Frankfurt/Wien

- Marktanalyse und Marketingkonzept für die DACH Hotelzug AG (City Night Line)

Destination „Interlaken Jungfrau Haslital“, Interlaken

- Strategie, Lösungsmodell (inkl. Strukturen, Prozesse, Governance), Umsetzungsagenda sowie Leistungsvereinbarung mit dem Kt. Bern
 - Konzeption von einer der fünf Destinationen im Kt. Bern

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA), Bern

- Aufbau von lokalen und regionalen Tourismusstrukturen in der Slowakei. Analyse, Konzept und Projektleitung zur Realisierung von Pilotprojekten in der Hohen Tatra
- Touristisches Informationssystem für die Slowakei

Elm-Sernftal Tourismus, Elm

- Strategie, Organisationsentwicklung, Führungsprozess, Realisierungsagenda
 - Konzepte und Coaching für Phase 2 der Unternehmensentwicklung

Elsignalbahnen AG (EBAG), Frutigen

- Strategie-Check sowie „Strategie EBAG 2012 – 2015“
 - Inkl. VR-Klausur

Emmental Tours AG / Pro Emmental / Regionalverkehr Mittelland AG, Sumiswald / Langnau / Burgdorf

- Destinationsmodell Emmental, Marketingstrategie Emmental 2006 - 2010, Marketingorganisation, Realisierungsplan
- Coaching der Umsetzung der "Tourismusreform Emmental" bzw. des neuen "Unternehmensmodells der Emmental Tours AG"

Engadin Scuol Samnaun

- Leitung eines Expertenteams zum Review des DMO-Prozesses Engadin Scuol Samnaun Val Müstair (Phase 1)
 - Inkl. Grundsatzentscheid der Partner zum Neustart des Prozesses
- Projektleitung zur Realisierung der DMO Engadin Scuol Samnaun (Phase 2)
 - Inkl. Unterzeichnung des Destinationsvertrags
 - In enger Kooperation mit dem AWT, Kt. GR sowie den Partnern in Scuol, Samnaun und im Val Müstair
- Coaching der Geschäftsleitung in der Umsetzung der Destinationsstrategie 2011-2015
 - Inkl. jährliche Schulungen mit dem DMO-Kader und jährliche Strategie-Review-Tage mit dem CEO

Ente Turistico Lago Maggiore (ETLM), Locarno

- Analyse, Strategie und Projektmanagement zur Fusion der drei Tourismusverbände Locarno/Ascona/Brissago
- Strategische Begleitung der Fusionsumsetzung in der Anfangsphase
 - Coaching, thematische Verantwortung für Einzelfragen
- Re-Check der Fusion zum Ente Turistico Lago Maggiore (ETLM) - "Re-Check della strategia ETLM": Standortbestimmung - Soll/Ist - Vergleich - Handlungsbedarf

ETAG, Burgdorf

- Strategie-Review und Handlungsagenda ETAG

EXPO.01 / Expo.02, Neuchâtel

- Führungsorganisation und Betriebskonzept für den internen öffentlichen Verkehr
- Business Plan und Realisierungskonzept für die Navigation Expo.02

Fachhochschule für Wirtschaft, Luzern

- Schulungsmandat im OeV-Manager-Lehrgang zu den Themen "Strategisches Management" und „Organisations- und Kooperations-Management“ inkl. Repetitorium
- Coaching und Beratungsimpulse im Prozess zur Neupositionierung des Lehrgangs „ÖV Manager“

Ferienregion Heidiland, Sargans

- Projektmanagement und Konzeption eines Kooperationsmodells mit der Destination "Freizeit Graubünden"
 - Phase 1: Grobkonzept und Kooperationsentscheid
 - Phase 2: Lösungsmodell und Umsetzungsentscheid

Ferienregion Lötschberg, Bern/Kandersteg/Lötschental

- Analyse, Optionen und (Destinations-) Strategie für die Ferienregion Lötschberg - federführend sind die "A-Partner" BLS, Kandersteg und Lötschental unter der Mitwirkung der Kantone Bern und Wallis
- Projektmanagement für die Realisierung der neuen "Destination Lötschberg" bzw. insbesondere für den Aufbau von Lötschberg Tourismus. Gründung der neuen Organisation

Ferienregion Saastal, Saas Grund

- Analyse, Marketingstrategie und Managementmodell für die "Ferienregion Saastal"
 - Saas Balen, Saas Grund, Saas Almagell
- Reform der touristischen Strukturen im Saastal (Ferienregion Saastal mit Saas Balen, Saas Grund und Saas Almagell). Auflösung der bisherigen lokalen Organisationen sowie der "Ferienregion Saastal" und Gründung von "Saastal Tourismus"
- Reform und Weiterentwicklung der Marketingstrukturen und der Marketing-kooperation zwischen Saastal Tourismus, Saas Fee Tourismus und den Saas Fee Bergbahnen
 - Realisierung und operativer Start eines "Marketingpools Saas Fee - Saastal"

Ferrovie Autolinee Regionali Ticinesi (FART), Locarno

- Grobkonzept für ein neues ÖV-Modell (Kundennutzen, Organisation und Finanzierung einer "carta ospite") im Locarnese

Flims Laax Falera

- Analyse, Optionen und Lösungsmodell für eine „DMO Flims Laax“ (Phase 1)
 - Inkl. Unterzeichnung einer Absichtserklärung
- Umsetzung der „DMO Flims Laax“ (Phase 2)
 - Inkl. Unterzeichnung des Destinationsvertrags 2011-2014
 - In enger Kooperation mit dem Kt. GR (AWT) sowie den Partnern in Flims, Laax und Falera
 - Coaching des Destinationsprozesses ab 2011
 - Neue konzeptionelle Lösungen zu „Infrastruktur und Finanzierung“ in Kooperation mit den Gemeinden und dem Kt. GR
- VR-Präsidium der Flims Laax Falera Management AG (seit 2011)
 - Inkl. Coaching der Destinationsumsetzung sowie Leitung des Projektes „Infrastruktur und Tourismus-Finanzierung“

Fondation J.P. Schnorf, Zürich

- Marktanalyse und Marketingstrategie für die "Auberge de la Sauge" in Cudrefin (VD)
- Projektmanagement in der 1. Phase der Umsetzung

Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern, Bern

- Schulungsmandat im Lehrgang „Destinationsmanagement für Vorstandmitglieder von Tourismusorganisationen“ zu den Themen „Theorie und Praxis des Destinationsmanagements“ sowie „Corporate Governance“
 - Co-Organisatoren des Lehrgangs waren Schweiz Tourismus (ST) und die Internationale Schule für Touristik (IST), Zürich

Freizeit Graubünden AG, Malans

- Projektmanagement und Konzeption eines Kooperationsmodells mit der Destination „Heidiland“
 - Phase 1: Grobkonzept und Kooperationsentscheid
 - Phase 2: Lösungsmodell und Umsetzungsentscheid

Frutigen Tourismus, Frutigen

- Analyse, Positionierung und Destinationsstrategie für Frutigen

Gampel-Bratsch Tourismus, Gampel

- Analyse, Lösungsmodell und Umsetzung einer Strategie und Problemlösung in der "Ferienregion Sonnenberge". Projektmanagement sowie Coaching einzelner Leistungsträger.

Gemeinde Spiez, Spiez

- Reflexion und Weiterentwicklung des Standortmarketings
 - Inkl. des neuen Kooperationsmodells der beteiligten Partner und Organisationen
- Projektleitung zur Realisierung der Spiez Marketing AG
- Verwaltungsrat der Spiez Marketing AG (2009-2014)

Geneva Convention Bureau (GCB), Genève

- Projektmanagement, Moderation und Ausführung des „1. Client Advisory Board“ (CAB)

Glarnerland Tourismus, Glarus

- Analyse, Strategie und Management-Modell (inkl. Kooperationsstrategien) für den Tourismus im Glarnerland (in Kooperation mit der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Glarus)
- Projektleitung in der Vorphase der Umsetzung: Konzeptionelle Grundlagen, Hearings, Workshops sowie Lösungsmodell für die Umsetzung
- Detailkonzept von "Glarnerland Tourismus neu" inkl. Entwicklung der Resort-strukturen im Kerenzerberg, in Elm-Sernftal und Braunwald
 - Im Auftrag des Regierungsrates des Kantons Glarus

Golden Pass, Montreux

- Analyse, Optionen/Modelle sowie Strategie und Business Plan zur „Neupositionierung des Golden Pass Luzern-Interlaken-Montreux“
- Gemeinsam mit BLS, MOB und Zentralbahn AG

Goms Tourismus / Fiesch - Fieschertal Tourismus, Fiesch

- Kooperationsprojekt zwischen Goms Tourismus (GT) und Fiesch-Fieschertal Tourismus (FFT): Lösungsmodell für eine Management- und Bürogemeinschaft
- Projektmanagement für die Realisierung der Bürogemeinschaft beider Organisationen

Goms Tourismus, Fiesch

- Selektion eines neuen Tourismusdirektors für das Goms
- Projektmanagement und Leitung einer Task Force zur Bildung eines neuen Vorstandes von Goms Tourismus
- Strategische Entwicklung von Goms Tourismus
 - Strategie, Lösungsmodell und Realisierungsprogramm für die Integration der lokalen Tourismusorganisationen sowie die marktorientierte Weiterentwicklung von Goms Tourismus
- Integration des "Goms" in die "Destination Aletsch"
 - Als Teil des Projektes "Destinationsstrategie Aletsch"

GGB Gornergrat - Monte Rosa Bahnen AG, Brig/Zermatt

- Analyse und strategische Optionen für die Zukunft der Gornergratbahn
- Projektmanagement und Coaching für die 1. Phase der Umsetzung
- Unternehmens- und Marketingstrategie für die "Kerngesellschaft GGB" inkl. Business Plan ("Strategie GGB 2006")
- Projektmanagement eines Kooperationsprojektes der GGB mit der "Matterhorn Group Holding" zur Neupositionierung und Weiterentwicklung des "Peak Gornergrat"
 - Strategie, Unternehmensmodell, Gründung und Realisierungsplan für die "Gornergrat Experience AG"
- Moderation einer Workshop-Serie zur strategischen Weiterentwicklung des "Marketing der GGB"
- Projektmanagement und Business Plan für eine „Destination Cinema Gornergrat“
- Projekt „Findelenbach-Furi“: Klärung der Machbarkeit einer Bahnverbindung Findelenbach-Furi
 - Inkl. Grundsatzentscheid seitens der GGB

Gstaad Saanenland Tourismus (GST), Gstaad

- Projektleitung im Projekt „Gstaad Group“: Vorprojekt zur Bildung einer neuen Destinationsorganisation
- Review und Strategie-Check im Verein „Gstaad 2020 plus“

Haslital Tourismus, Meiringen

- Integration „Haslital Tourismus“ in Jungfrau Region Marketing AG (Projekt „Grosse Scheidegg“)
- Destination „Interlaken Jungfrau Haslital“
 - Lösungsmodell für eine neue touristische Destination

Hotel Bern, Bern

- Analyse und „Strategie Hotel Bern 2013- 2016“
 - Inkl. VR-Klausur
- Review und „Strategie-Checks 2013/2014“ inkl. VR-Klausur

Hotelfachschule Thun, Thun

- Strategie „Hotelfachschule Thun 2014 – 2017“

Hotel Freienhof, Thun

- Analyse und „Strategie Hotel Freienhof 2013- 2016“
 - Inkl. VR-Klausur
- Review und „Strategie-Checks 2013/2014“ inkl. VR-Klausur

Hotel Jungfraublick, Wengen

- Analyse, Optionen, Strategie und Business Plan für die Unternehmensentwicklung
- Projektmanagement für Phase 1 der Umsetzung: Workshop-Moderation, Coaching

Intercasino AG, Interlaken

- Konzeptionelle Überlegungen zur Bedeutung der Casinos für die Standorte "Interlaken" und "Biel" - Argumentarium zuhanden der Spielbanken-Kommission (ESBK)

Jetset Travel & Technology Holding, Melbourne (Australien)

- Global survey on changes in travel and converging industries - Strategy for a global alliance in leisure tourism (Strategieprojekt für eine globale Allianz mehrerer Reiseveranstalter)

Jungfrau Bahnen Holding (AG), Interlaken

- Review und Impulse zum Projektmanagement „V-Projekt Grindelwald“

Jungfrau Region Marketing AG (JRM AG), Grindelwald

- „Governance der JRM AG“: Coaching des Verwaltungsrats in der Führung der JRM AG
 - Inkl. Klausur im Verwaltungsrat
- „Fitness Projekt JRM AG“: Review von „Eignerstruktur“, „Strategie“ und „Prozessarchitektur“ und Gründungsdokumenten
- Integration Haslital Tourismus in JRM AG
 - Projekt „Grosse Scheidegg“
- Destination „Interlaken Jungfrau Haslital“
 - Strategie, Lösungsmodell und Umsetzungsagenda für eine neue touristische Destination (inkl. JRM AG)

Kanton Aargau, Aarau

- Konzeptionelle Grundlagen, Führungsinstrumente und Realisierungsplanung mit Blick auf die Einführung des Integralen Tarifverbundes (ITV) A-Welle
 - Gemeinsam mit dem Kt. Solothurn und den beteiligten Transport-Unternehmungen der A-Welle

Kanton Basel (BS)

- Analyse und „Kongress-Strategie für die Stadt Basel“

Kanton Graubünden, Chur

- Standortentwicklungskonzept für Pany-Luzein
 - Amt für Wirtschaft als Auftraggeber
 - In Kooperation mit Pany-Luzein Tourismus und der Gemeinde Luzein
- Touristischer Masterplan (2009-2012) für Bergün Filisur
 - Amt für Wirtschaft als Auftraggeber
 - In Kooperation mit Rhätische Bahn, Bergün Tourismus, Filisur Tourismus, Sportbahnen Bergün sowie den Gemeinden Bergün und Filisur
- Projektmanagement für den „Reset“ des Projektes „Bahnmuseum Albula“ in Bergün
 - Analyse, Lösungsmodell (Unternehmensmodell und Vertragswerk), Business Plan inkl. Grundsatzentscheid
 - In Kooperation mit Rhätische Bahn, Verein Bahnmuseum Albula, Gemeinde Bergün sowie Bergün Filisur Tourismus
- Projekt „Graubünden 2021“
 - Projektleitung, Strategie/Lösungsmodell, Moderation/Interviews
 - Begleitung des AWT im Prozess der Programmentwicklung

Kanton Luzern (rawi), Luzern

- Gutachten betreffend Investitionshilfe für die Luftseilbahn Vitznau-Hinterbergen

Kanton St. Gallen / Amt für öffentlichen Verkehr, St. Gallen

- Strategieplan für den öffentlichen Verkehr (SpöV) im Kanton St. Gallen
- Definition einer "Eignerstrategie des Kt. St. Gallen für Beteiligungen im öffentlichen Verkehr"
 - Inkl. Workshop mit der St. Galler Regierung

Kanton St. Gallen / Amt für Wirtschaft, St. Gallen

- Auswertung des Kooperationsprojektes "Ferienregion Heidiland" mit "Freizeit Graubünden". Impulse für die strategische Weiterentwicklung.

Kanton Tessin, Bellinzona

- Konzept für die strategische und strukturelle Neuausrichtung im Tourismus
- Marketingstrategie für den Tourismus im Kanton Ticino
- Destinationsstrategie und Entwicklungsmodell "Valle di Blenio 2009"
 - Analyse, Optionen, Lösungsmodell, Umsetzungsplan
- "Destinazione Blenio 2009 - Impostazione"
 - Projektleitung und Federführung in allen Teilprojekten in der "Implementazione della Destinazione Blenio 2009": Centro Nordico Campra, Terme di Acquarossa, Masterplan Blenio
- Projektleitung für die Umsetzung des "Resort Management Bosco Gurin"

Kanton Thurgau, Frauenfeld

- Entwicklung einer „Balanced Score Card“ (BSC) für den Thurgauer Tourismus
 - Gemeinsam mit Kt. TG, TGT, Turbo und weiteren Partnern

Land Vorarlberg

- Entwicklung einer „Tourismusstrategie Vorarlberg 2020“
 - Mit Vorarlberg Tourismus und Wirtschaftskammer Vorarlberg
- Coaching von Land Vorarlberg und Projektpartnern in der Umsetzung der Strategie
- Workshops des Landes Vorarlberg mit allen sechs Destinationen
 - Vorbereitung, Moderation, Dokumentation

La Tzoumaz, Riddes (VS)

- Création d'une destination "Verbier – La Tzoumaz – Pays du St-Bernard"
 - Commune de Riddes et La Tzoumaz Tourisme
 - En collaboration avec Verbier et Le Pays du St-Bernard

Lausanne Tourisme, Lausanne (VD)

- Analyse et "plan de développement de Lausanne Tourisme 2005 - 2008"

Lauterbrunnen/Mürren/Wengen/Schilthornbahnen/Jungfrau-Bahnen, Lauterbrunnen/Interlaken

- Analyse, Managementmodell und Business Plan für eine Kooperationsstrategie der Tourismusverbände im Lauterbrunnental
 - Lösungsmodell und Entscheid für die Destination "Wengen - Mürren"
- Realisierung der Wengen-Mürren-Lauterbrunnental Tourismus AG (WMLT AG)
 - Inkl. "Start up" der neuen Gesellschaft und Suche des neuen Geschäftsführers
- Projektmanagement und Verantwortung für Teilbereiche in der Umsetzung

Lech Tourismus GmbH, Lech (A)

- Marktanalyse und Marketingstrategie für Lech/Zürs
- Neukonzeption der Lech-Tourismus GmbH sowie einer Marketinggesellschaft für die Destination
- Realisierung der Marketinggesellschaft "Lech / Zürs / Skipool"
- Workshop-Moderation und Dokumentation zum Thema „Strategische Agenda Lech Zürs 2020“

Les Diablerets (VD)

- Conception "Resort du vrai village de vacances", y compris "Stratégie de Marketing", "Structure et modèle de gestion", "Évaluation du CEO", "Plan de réalisation"

Loipe Goms, Münster (VS)

- Konzept und Realisierungsprogramm für eine Management- und Vermarktungsorganisation für (nordische) Grossevents im Goms

Marbach

- Analyse und „Business Plan für die Sportbahnen Marbach“ (SBM) sowie „Touristische Agenda Marbach“
 - In Kooperation mit Marbach Tourismus, Gemeinde Marbach sowie Region Luzern West und Kt. Luzern (rawi)
- Coaching der Startphase in der „Umsetzung der Touristischen Agenda Marbach“

Matterhorn Gotthard Bahn (MGB), Brig

- Auslegeordnung und Lösungsmodell für die Entwicklung des Bahnhofs Zermatt
 - Inkl. Jury-Präsidium in einem "Studienwettbewerb mit Architekten"

Matterhorn Group Holding, Zermatt

- Projektmanagement eines Kooperationsprojektes der MGH mit der GGB Gornergrat - Monte Rosa Bahnen AG zur Neupositionierung und Weiterentwicklung des "Peak Gornergrat"
 - Strategie, Unternehmensmodell, Gründung und Realisierungsplan für die Gornergrat Experience AG
 - Projektmanagement und Business Plan für eine „Destination Cinema Gornergrat“

Montreux-Oberland-Bahnen (MOB), Montreux

- Workshop und Konzeptimpulse zur Zukunft bzw. zur Neupositionierung des „Golden Pass Luzern-Interlaken-Montreux“
 - Gemeinsam mit BLS Lötschberg Bahn und Zentralbahn AG
- Business Plan zur „Neupositionierung des Golden Pass Luzern-Interlaken-Montreux“
 - Gemeinsam mit BLS Lötschberg Bahn und Zentralbahn AG

Mörel-Breiten Tourismus, Breiten (VS)

- Kooperationsprojekt (Analyse, Lösungsmodell, Fusionsbeschluss, Umsetzung) mit Riederalp Tourismus
 - Mit Fusionsbeschluss

Naters-Blatten-Belalp Tourismus, Naters (VS)

- Fusionsprojekt von Brig Tourismus mit Naters-Blatten-Belalp Tourismus
 - Analyse, Lösungsmodell, Fusionsbeschluss, Umsetzung
- Projektmanagement für die Einführung der "Tourismusförderungstaxe TFT"

Niesenbahn AG, Mülenen

- Analyse, Strategische Optionen und Strategie für die Niesenbahn ("Niesen 2003")
- Selektion des Geschäftsführers (2000) sowie des Bereichsverantwortlichen Gastronomie
- Wirtschaftlichkeitsüberlegungen und Business Plan für das Neubauprojekt "Niesen 2001"
- Reform von Organisationsreglement und Statuten sowie der Führungsorganisation
 - Verwaltungsrat, Geschäftsleitung
- Projektmanagement für die Realisierung des Bauprojektes "Niesen 2001"
- Marketingstrategie "Niesenbahn 2001 - 2004" und Marketingplan 2002
- Projektmanagement für die Neupositionierung der Gastronomie
- Selektion des Geschäftsführers (2003)
- Finanzplan für die Niesenbahn 2006 - 2009
- Crash-Szenario für die Niesenbahn AG
 - Unternehmensmodell ohne Leistungsaufträge für das VBS
- VR Präsidium Niesenbahn AG (seit 2002)

Obergoms Tourismus, Oberwald (VS)

- Analyse und Evaluation der "Strategischen Optionen" für die Zukunft von Obergoms Tourismus - Diskussionsgrundlage zu Händen der Delegiertenversammlung von Obergoms Tourismus

Oberstufe Thal, Thal (SG)

- Leitbild und Aktionsplan für das Oberstufenzentrum Thal (SG)

Oberwallis (Brig Tourismus), Brig

- Grobkonzept für ein "Info- und Gästeservicezentrum für den Tourismus im Oberwallis" in Zusammenarbeit mit dem Bund (Regio Plus)
- Detailkonzept, Business Plan und Realisierungsplan für das "Info- und Gästeservicezentrum für den Tourismus im Oberwallis"
- Projektmanagement für die Realisierung bzw. Gründung des "Informations- und Gästeservicezentrum für den Tourismus im Oberwallis" (SCO)
 - Inkl. Gründung und Vertragsunterzeichnung des SCO mit "Start up" des neuen Unternehmens

Österreichische Bundesbahnen (ÖBB), Wien/Bregenz

- Analyse und Unternehmens-Check der ÖBB-Schiffahrt auf dem Bodensee

Österreich Werbung, Wien

- Analyse und Konzept für ein Informationssystem für den Tourismus in Österreich

Ostschweiz Tourismus, St. Gallen

- Re-Evaluation des Grundauftrages sowie Impulse zur strategischen Weiterentwicklung von Ostschweiz Tourismus ("Ostschweiz Tourismus 2006 ff")

Pany-Luzern Tourismus (PLT) und Gemeinde Luzern (GR)

- Standortentwicklungskonzept für Pany-Luzern
 - In Kooperation mit dem Kt. Graubünden (Amt für Wirtschaft)

Pays du St-Bernard, Orsières (VS)

- Création d'une destination „Verbier – La Tzoumaz – Pays du St-Bernard“
 - Communes de Liddes, Orsières et Bourg St-Pierre et l'Office du Tourisme du Pays du St-Bernard
 - En collaboration avec Verbier et La Tzoumaz

Porto Paradiso, Agios Nicolaos, Kreta

- Coaching der Projektleitung, Management- und Marketingkonzept für die Konzeption der Feriensiedlung "Porto Paradiso"

PostAuto Schweiz (AG), Bern

- Integrale Tourismusstrategie für PostAuto Schweiz AG
- Aktivitätenplan für die Umsetzung der Tourismusstrategie
- Evaluation möglicher Incoming-Beteiligungen von PostAuto Schweiz AG
- Review der Tourismusstrategie von PostAuto Schweiz AG

PostAuto St. Gallen - Appenzell, St. Gallen

- Strategieworkshop mit der Geschäftsleitung

PostAuto Zentralschweiz, Luzern

- Coaching der Geschäftsleitung von PostAuto Zentralschweiz in einem Analyse- und Strategieprozess

Postbus GmbH, Wien

- Projektleitung im Projekt "Kooperationsstrategie Postbus GmbH und BUS Ostschweiz" inkl. Projektaufgaben in der Ausschreibung "Sarganserland"

RailLink AG, Bern

- Moderation einer VR-Klausur zur unternehmerischen Standortbestimmung
- Analyse und strategische Optionen mit Blick auf eine Neupositionierung des Unternehmens
- Strategie und Business Plan für ein Unternehmen "NewCarSharing" (Fusion von RailLink und Mobility) unter Federführung der SBB AG
- Auslegeordnung und strategische Impulse für "NewRailLink" als Tochtergesellschaft der SBB AG

RAILplus AG, Bern/Langenthal/Aarberg

- Moderation einer Klausur zur strategischen und operativen Ausrichtung des Marketings von RAILplus

RegionAlps, Martigny

- „Stratégie RegionAlps 2009-2012“
 - Inkl. Coaching von Geschäftsführung und Verwaltungsrat im Prozess

Region Luzern West, Wolhusen

- Touristischer Masterplan Sörenberg 2010-2013 (Phase 1 – Konzept und Unterzeichnung) in Zusammenarbeit mit dem Kt. Luzern (rawi)
 - Analyse, Strategie/Lösungsmodell, Realisierungsplan
- Touristischer Masterplan Sörenberg 2010-2013 (Phase 2 – Detailkonzepte und Realisierung) in Zusammenarbeit mit dem Kt. Luzern (rawi)
 - Realisierung des „regionalen Marketing Pools“, Analyse und Strategie „UBE 2020“ UNESCO Biosphäre Entlebuch, Neupositionierung und Weiterentwicklung von Sörenberg Flühli Tourismus (SFT)
 - Inkl. Vertragsunterzeichnung des Poolvertrags Entlebuch
 - Inkl. Grundsatzentscheid der UBE-Organe zu Strategie und neuem Finanzierungsmodell der UNESCO Biosphäre Entlebuch (UBE)
- Coaching der Projektinitiative „Skilift Thorbach“, Flühli

Regionalverkehr Mittelland AG, Burgdorf

- Analyse und Strategie für die RM AG
- Projektbegleitung für die Realisierung der Strategie (Phase 1)
- Analyse und Geschäftsbereichsstrategie für das RM-Infrastrukturmanagement
- Projektmanagement für das Kooperationsprojekt "Regionalverkehr Mittelland-Jura (RM-J)" von RM AG und SBB AG
 - Strategie, Unternehmensmodell, Finanzplan, Umsetzungsplan
- Tourismusstrategie der RM AG
 - Workshop-Moderation, strategische Auslegeordnung
- Tourismusreform im Emmental
 - Moderation einer Workshopserie wesentlicher touristischer Organisationen und Leistungsträger im Emmental. Grundsatzentscheid zu einem Reformprojekt im Emmentaler Tourismus.
 - Coaching in der ersten Phase der Umsetzung

Reisebüro KUONI AG, Zürich/Tokyo

- Analyse und Strategie für die Produkteinführung ("FIT Europe") in Japan
- Projektmanagement bei der Realisierung der Markteinführung

Rhätische Bahn AG, Chur

- "Marketing- und Vertriebsstrategie RhB 2008 - 2012"
 - Inkl. Coaching der Marketingleitung und Aufbau des Marketingteams
 - Die "Marketing- und Vertriebsstrategie RhB" bildet den Teil "Offensivstrategie" im Rahmen der "Dualstrategie RhB"
- Support und Entwicklung „Produktkonzepte RhB“
- Leitung a.i. „Marketing Support“ und Unterstützung „Marketingleitung RhB“
- Marketing-Grobkonzept und Entwicklungsplan für das RhB UNESCO Welterbe Abula – Bernina inkl. Eingabe eines „RegioPlus-Fördergesuchs“ beim seco in Bern
- Projektleitung für die konzeptionelle Entwicklung und inhaltliche Ausgestaltung des „RhB Weltkulturerbe Albula – Bernina“ inkl. Umsetzungsplanung
- Führungs-Support und Coaching für „CEO“ (Strategie-Umsetzung RhB) und „Leitung Marketing“ (Führung V) inkl. Moderation von Workshops im VR RhB und in der GL RhB
- Touristischer Masterplan 2009-2012 Bergün-Filisur
 - In Kooperation mit dem Kt. Graubünden und den lokalen Partnern in Bergün/Filisur
- „Marketing-Workshop“ und „Review der Marketing Strategie RhB“
 - Gemeinsam mit dem RhB-Marketing-Team

Riederalp Tourismus, Riederalp (VS)

- Kooperationsprojekt (Analyse, Lösungsmodell, Fusionsbeschluss, Umsetzung) mit Mörel-Breiten Tourismus

RTB Rheintalbus AG, Altstätten (SG)²

- Strategische Analyse, Optionen und Lösungsmodell für die Unternehmensentwicklung
- Realisierung einer Gesamtstrategie für die RTB-Gruppe, bestehend aus der "Bus Ostschweiz AG" (BOS) als Management-Gesellschaft und mehreren Betriebs-gesellschaften (RTB, RTB Service, WilMobil)
- Coaching im Kooperationsprojekt von RTB mit der SBB AG zur Realisierung einer integralen "Bahn-Bus-Gruppe" in der Ostschweiz
 - Coaching der Umsetzung des Kooperationsprojektes mit THURBO AG
- Strategische Begleitung der "RTB Rheintalbus AG" bzw. der RTB-Unternehmensgruppe (seit 2004)
 - Coaching von Geschäftsführung und Verwaltungsrat, Realisierung wesentlicher Teilprojekte (z.B. Marktentwicklungsstrategie, MIS)
 - Aufbau des „Risk Managements“ und Begleitung der Arbeiten des „Audit Committee“
 - Governance-Fragen, VR-Evaluation, VR-Entwicklung
- Moderation der jährlichen VR-Klausur aller Unternehmen der RTB-Gruppe (seit 2007)
- Strategie RTB-Gruppe 2013 - 2016

Saas Fee Tourismus, Saas Fee

- Analyse, Destinations- und Marketingstrategie sowie Realisierungsplan für Saas Fee
- Reform und Weiterentwicklung der Marketingstrukturen und der Marketingkooperation zwischen Saas Fee Tourismus, Saas Fee Bergbahnen und Saastal Tourismus
 - Gründung und operativer Start der Destination "Saas Fee - Saastal"
 - Realisierung und operativer Start des "Marketingpools Saas-Fee - Saastal"

Savognin Bergbahnen, Landquart

- Workshop-Moderation zum Strategie-Check und zur Weiterentwicklung des Unternehmens

SBB historic, Bern

- Workshops und Coaching von Geschäftsführung und Stiftungsrat in der Weiterentwicklung von SBB historic

Schaffhausen Tourismus, Schaffhausen

- Gutachten betreffend „Zweckmässigkeit eines vorliegenden Marketingkonzeptes“

Schaffhauserland Tourismus (SH)

- Strategie Bodensee Hochrhein
 - Gemeinsam mit Thurgau Tourismus und St. Gallen Bodensee Tourismus

² Namensänderung auf BOS-Gruppe bzw. BOS Management AG/Bus Ostschweiz AG per 2013

Schiffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV), Luzern

- Strategie SGV 2007 - 2011 im Auftrag des SGV-Verwaltungsrates
 - Inkl. Moderation mehrerer VR-Workshops
- Coaching von VR und GL in der Strategie-Umsetzung 2007 – 2011
 - Inkl. Qualitätsmanagement, Übernahme von Teilaufgaben, Moderation von Geschäftsleitungs- und Verwaltungsrats-Klausuren
 - Umsetzungscoaching über mehrere Phasen (seit 2007) der Strategierealisierung
- Strategie SGV 2012-2016 im Auftrag des SGV-Verwaltungsrates
 - Inkl. Moderation mehrerer VR-Workshops
- Coaching von VR und GL in der Strategie-Umsetzung 2012 – 2016
 - Inkl. Mitwirkung in Schwerpunktprojekten und Moderation von Verwaltungsrats- und Geschäftsleitungs-Klausuren

Schiffsbetriebe Walensee AG, Quarten

- Analyse, Strategie und Business Plan sowie Unternehmensbewertung

Schurter Holding AG, Luzern

- Strategie „Schurter Gruppe 2018“
 - Inkl. Impulse zur Weiterentwicklung der Konzernarchitektur
- Family Governance: Projektmanagement in der Nachfolgeregelung in der Familie Schurter
 - Nachfolgeregelung von der 3. zur 4. Generation
 - Familienverfassung, Aktionärsbindungsvertrag, Umsetzungsagenda

Schwarzsee-Schwyberg-Bahnen AG, Schwarzsee

- "Machbarkeitsabklärung" bezüglich einer Bergbahnerneuerung und zusätzlicher Investitionen im Sommertourismus

Schweiz Tourismus, Zürich

- Schulungsmandat im Lehrgang "Strategisches Management von Destinationen"
 - Angebot für Vorstände von Schweizer Tourismusorganisationen und Destinationen
 - In Kooperation mit dem Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern und der Internationalen Schule für Touristik (IST, Zürich)

Schweizer Mittelland Tourismus (SMIT), Bern

- Grobkonzept zur „Zukunft der Mittelland-Regionen und des SMIT“ inkl. Absichtserklärung der beteiligten Partner (Destinationsbildung „Bern+“)
- Detailkonzept zur „Zukunft der Mittelland-Regionen und des SMIT“ inkl. Destinationsvereinbarung

Schweizer Reisekasse (Reka), Bern

- Unternehmensanalyse und Strategie "Reka 1999 - 2004"
- Marketingstrategie für die Reka
- Teilprojekte im Geschäftsbereich "Reka-Ferien" ("Markteinstieg 50 plus", Team-klausuren)
- Reorganisation des Reka-Check-Aussendienstes
- Revision des Reka-Geschäftsreglementes
- Coaching und Moderation von Klausuren der Geschäftsleitung
- Revision der Reka-Statuten
- Support in der Vernehmlassung zur neuen Tourismus-Botschaft des Bundesrates zum Thema "Parahotellerie"
- Strategie "Reka 2004 - 2008"
- Coaching und Support zur Konzeption des Projektes "Ferienwohnungs-Offensive Schweiz" in Kooperation mit dem Seco (Staatssekretariat für Wirtschaft, Bern)
- "Social Value Konzept" der Reka
 - Standortbestimmung und strategische Neuausrichtung der sozialtouristischen Tätigkeit der Reka
- Projektleitung und Realisierung des Projektes "FeWo Offensive Schweiz" in Kooperation mit dem Seco (Staatssekretariat für Wirtschaft, Bern)
 - Analyse und Konzeption (Phase 1) und Realisierung (Phase 2)
 - Controlling und Qualitätssicherung in der Umsetzung (Phase 3)
- Moderation und Gestaltung mehrerer Weiterbildungsanlässe der Kader zu Management-Themen (u.a. Wirksames Management, Projektmanagement)
- Strategie-Review für Reka-Ferien
 - Analyse, Optionen, Lösungsmodell und Realisierung
- Strategie „Reka 2009 - 2012“
- Taskforce „Reka-Poscom“: Strategische Reflexion und Wirtschaftlichkeitsbetrachtung betreffend eine mögliche Übernahme der Ferienanlagen Giverola (Costa Brava, Spanien) und Cala Liberotto (Golfo di Orosei, Sardinien)
 - Konzeptarbeiten und Coaching der Reka (GL, GLA)
- Support in der Vernehmlassung zur „InnoTour“-Botschaft des Bundesrats
- Strategie „Reka 2013 - 2016“

Schweizerische Bankgesellschaft (SBG), Lugano

- "Ticino 2000 - Piazza commerciale e finanziaria"
Projektmanagement für den Bereich "Marketing, Immagine ed Efficienza della Destinazione Ticino"

Schweizerische Bodensee-Schiffahrtsgesellschaft AG (SBS AG), Romanshorn

- Marktanalyse, Unternehmensstrategie und Marketingstrategie
- Grobkonzept für eine Kooperation der SBS AG mit den Schiffahrtsgesellschaften DB und ÖBB am Bodensee
- Coaching der Geschäftsleitung in der Umsetzung der neuen Unternehmens- und Marketingstrategie
- Geschäftsführung ad interim ("Management auf Zeit")
- Analyse und Detailkonzept einer Kooperationsstrategie der SBS AG mit der ÖBB-Schiffahrt

Schweizerische Bundesbahnen SBB AG, Bern

- "Marketingvision ÖV Schweiz" und Standortbestimmung im Projekt "EasyR!de" (in Kooperation mit dem VÖV)
- Geschäftsbereichs- und Marketingstrategie für den Regionalverkehr SBB
- Projektmanagement für das Kooperationsprojekt "Regionalverkehr Mittelland-Jura (RM-J)" von RM AG und SBB AG
 - Strategie, Unternehmensmodell, Finanzplan, Umsetzungsplan
- Auslegeordnung und mögliche strategische Stossrichtungen für eine neue "Vertriebsstrategie im Personenverkehr SBB"
 - Inkl. Moderation einer Klausur der Führungskräfte
- Coaching im Kooperationsprojekt von SBB und RTB Rheintalbus AG zur Realisierung einer integralen "Bahn-Bus-Gruppe" in der Ostschweiz
- Strategiebegleitung und Coaching des SBB Personenverkehrs (Business Development) im Strategie-Prozess der Beteiligungsgesellschaften
- Teilstrategie, Coaching und Realisierung eines Schulungsprogrammes im Service Center "Business Development"
 - Division Personenverkehr
- Teilstrategie und Coaching im Geschäftsbereich "Operating", Division Personenverkehr
 - Inkl. Moderation von Klausuren im Führungsteam
- Marketingkonzept SBB Operating 2009 – 2014
 - Mit besonderem Fokus auf der Vermarktung von Restkapazitäten
- Coaching des Bereichs „Verkauf“ von SBB Operating in der Strategie-Umsetzung
 - Inkl. Moderation von Team-Anlässen und Coaching der Führung
- Workshop mit den Führungsteams „Operating“ und „Regionalverkehr“
 - Festlegung einer strategischen Agenda
- Befragungen zur Kundenzufriedenheit bei SBB Operating
 - Inkl. Definition einer Handlungsagenda
 - Mehrmalige Durchführung
- Befragung der Lieferanten von SBB Operating
 - Inkl. Ableitung der Eckwerte einer Lieferantenstrategie für den Einkauf von SBB Operating
- Umsetzung der „Marketingstrategie SBB 2009 – 2014“
 - Coaching sowie Leitung von einzelnen Teilprojekten
- Strategiebegleitung im Projekt „Reform- und Weiterentwicklung Personenverkehr“ (2008/2009)
 - Support für den Leiter Personenverkehr
 - Leitung und Moderation einer „Task Force“
- Strategie-Workshop mit der Geschäftsleitung von „SBB Infrastruktur“
 - Vorbereitung, Konzeption, Moderation, Dokumentation
- Jährliche Befragungen zur Kundenzufriedenheit bei SBB Infrastruktur (2009/2010/2011/2012/2013/2014)
 - Inkl. Definition einer Handlungsagenda für SBB-I
- Strategie-Workshop „Regionalverkehr SBB“ (2009)
 - Mit dem Leitungsteam SBB Regionalverkehr
- „Analyse, Gesamtstrategie, Grobkonzept und Realisierungsplanung für die Weiterentwicklung des Incoming im ÖV CH“ (WINCO)
 - Kooperationsprojekt von SBB IPV, RailAway, STC und den KTU
- Coaching, Support und Beitrag von Einzelleistungen in Analyse und Erarbeitung einer „Marketingstrategie Drittmarkt“ für SBB-Infrastruktur
- Projektmanagement und Projektsupport in der „Weiterentwicklung der elvetino AG“ (Railcatering)

Schweizerische Südostbahn (SOB), St. Gallen

- Strategische Auslegeordnung und Klausur mit Geschäftsleitung und Präsidium der "Neuen SOB"
- Unternehmensstrategie "SOB 2003 - 2006"
- Coaching und Moderation von Klausuren der Geschäftsleitung
- Coaching und Übernahme von Teilaufgaben in der Strategie-Umsetzung
 - Inkl. konzeptioneller Impulse zum Tarifverbund Ostwind
- Unternehmensstrategie SOB 2007 - 2010

Schweizerischer Wissenschaftsrat (EDI), Bern

- Leitfaden zum "Technology Assessment Programm Schweiz"
- Projektberatung und Coaching der Dienststelle "Technology Assessment"

Seilbahnen Schweiz (SBS), Bern

- Workshop zur „Künftigen Rolle inkl. Positionierung der Marketing-Kommission SBS“
- „Strategie SBS 2009 – 2012“

Sensetalbahn (STB), Laupen

- Projektsupport und Qualitätssicherung in der „Ausschreibung Laupenamts“

Sierre Anniviers Tourisme (SAT), Sierre

- Audit de Sierre Anniviers Tourisme
- Analyse et Stratégie de Sierre Anniviers Tourisme

Sihltal-Zürich-Uetliberg-Bahn (SZU), Zürich-Binz

- Analyse und „Strategie SZU 2013-2018“

Sportbahnen Marbach, Marbach

- Analyse und Business Plan für die Sportbahnen Marbach AG
 - In Kooperation mit Marbach Tourismus, Gemeinde Marbach und Region Luzern West

SSA, Locarno

- Strategische Auslegeordnung, Entwicklungsrichtungen und Aktivitätenplan für die Sektion Locarno des Schweizerischen Hoteliervereins

Stadt Burgdorf, Burgdorf

- Analyse und Standortstrategie, Marketingkonzept und Strukturen für die künftige Positionierung und Vermarktung der Stadt Burgdorf ("Standortmarketing für die Stadt Burgdorf")
- Führung einzelner Teilprojekte (Strukturen) und Coaching in der Umsetzung

Stadt Solothurn, Solothurn

- Analyse, Standortstrategie, Gesamtmodell und Führungsorganisation sowie Umsetzungsplanung für ein "Standortmarketing der Stadt Solothurn"
 - Inkl. Unternehmensmodell von "Solothurn Services"

Stadt Zürich, Zürich

- Prozessmanagement und Workshop-Serie zur Rollenklärung zwischen „Amt für Hochbauten“ (AHB) und „Immobilien“ (IMMO)

Standortagentur Tirol (SAT), Innsbruck

- Strategie SAT 2014 - 2017
 - Inkl. Workshop im Kuratorium

St. Gallen Bodensee Tourismus (SG)

- Strategie Bodensee Hochrein
 - Gemeinsam mit Thurgau Tourismus und Schaffhauserland Tourismus

Swiss Travel System (STS), Bern

- Analyse und Strategie zur Weiterentwicklung von STS

Swissair, Zürich

- Lösungskonzept zur Professionalisierung des Incomings

Swissair/SBB/Schweiz Tourismus/Schweizer Hotelier Verein/PostAuto Schweiz, Bern/Zürich

- Analyse und Strategie für eine "Destination Management Company Schweiz"
- Neue Strategien für das Incoming im Schweizer Tourismus
- Basisarbeiten zur Gründung von SDM (Switzerland Destination Management)

Tarifverbund A-Welle, Aarau

- Konzeptionelle Grundlagen, Führungsinstrumente und Realisierungsplanung mit Blick auf die Einführung des Integralen Tarifverbundes (ITV) A-Welle
 - Gemeinsam mit den Kantonen Aargau und Solothurn sowie den beteiligten Transportunternehmungen
- Marketingstrategie A-Welle 2009 – 2012
- Verbundstrategie A-Welle 2014 - 2017

Tarifverbund Libero, Bern

- Workshop zur „Marketingstrategie Libero“

Tarifverbund Nordwestschweiz (TNW), Oberwil (BL)

- Marketingstrategie für den TNW 2003 - 2006
 - Kooperationsprojekt der involvierten Transportunternehmungen und der Kantone
- Organisatorische Weiterentwicklung TNW (neu ab 1. Januar 2014)
 - Organisationsreform: Struktur, Organe, Kompetenzen
 - Ausgliederung der Geschäftsstelle
 - Selektion „Präsidium“ und „Geschäftsführung“

Tarifverbund Ostwind, St. Gallen

- Workshop (Klausuren) mit den Führungsgremien zum "strategischen Marketing" und zur "Zukunft des Tarifverbundes"

Thermalbad Bad Zurzach AG, Bad Zurzach

- Strategie „Thermalbad Bad Zurzach 2012 – 2015“ inkl. Handlungsagenda
 - Inkl. Klausurtag im Verwaltungsrat

Thunersee

- Entwicklung eines neuen Struktur- und Governance-Modells in der Region Thunersee
 - In Kooperation mit der Planungsregion Thun Innerport (TIP), Thunersee Tourismus und von Thun und Spiez

THURBO AG, Kreuzlingen

- Mehrere Strategie-Workshops (Jahres-Klausuren) mit der Geschäftsleitung
 - Inkl. Vertiefung ausgewählter Führungsfragen wie Balanced Scorecard (BSC), Prozesse, Führung, Auswertung der Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage
- Strategie und Business Plan THURBO AG 2009 - 2012

Thurgau Tourismus, Amriswil

- Analyse und Umsetzungsplan für eine „DMO Thurgau“
 - In enger Kooperation auch mit dem Kt. Thurgau
 - Review und Evaluation der „Destinationsstrategie Thurgau“
- Strategie Bodensee-Hochrhein
 - Gemeinsam mit Schaffhauserland Tourismus und St. Gallen Bodensee Tourismus
- Strategie Review 2013 zur „DMO Thurgau“

Tiroler Landesregierung, Innsbruck (A)

- "Standortstrategie für das Land Tirol 2006 - 2010"
 - Inkl. einer Workshop-Serie mit allen relevanten Anspruchsgruppen im Land Tirol
 - Auftraggeber: HLH Dr. Dr. Herwig van Staa

Tirol Werbung, Innsbruck (A)

- Strategie für den Tiroler Tourismus ("Der Neue Tiroler Weg" - 1998)
- Strategie und Unternehmensreform der Tirol Werbung (Analyse, Lösungsmodell, Umsetzung)
 - Projektmanagement für die Umsetzung beider Strategieprozesse
- Coaching des Geschäftsleiters und der Geschäftsführung in der Strategieumsetzung und der Unternehmensentwicklung (seit 1998)
 - Inkl. Moderation von Klausuren der Geschäftsleitung und im TW-Führungsteam
- Projektmanagement und Coaching für ein neues Gesamtmodell im Tiroler Tourismus (TWG-Gruppe)
- Strategie für den Tiroler Tourismus ("Tiroler Weg 2008 – 2012")
 - In Kooperation mit dem Management Center Innsbruck (MCI) und wesentlichen Leistungsträgern und Partnern im Land Tirol
 - Coaching und Projektsupport in der Umsetzung des Tiroler Weges
- Strategie der Tirol Werbung 2013-2016
 - Inkl. Vertiefung der Thematik „Kooperation von Tirol Werbung und Destinationen“
 - Inkl. Review der TW-Rolle im „Standortmarketing Tirol“
- Kooperation Tirol Werbung mit TVB/Destinationen in Tirol („Tourismus System Tirol“)
 - Projektleitung
 - Lead im Teilprojekt „Rollenmodell/Prozesslandschaft“ von TW und TVB/Destinationen
- Kooperationsmodell von Tirol Werbung (TW) und Standortagentur Tirol (SAT)
 - Moderation einer Workshop-Serie
 - Entwicklung eines Lösungsmodells (in Varianten)

TIScover, Innsbruck (A)

- Analyse und Definition einer "Markteintrittsstrategie Schweiz" für TIScover
- Strategische Begleitung und Coaching von TIScover bei der "Realisierung der Markteintrittsstrategie Schweiz"

TIWAG Tiroler Wasserkraft, Innsbruck (A)

- Analyse, Optionen und „Strategie 2012–2015“ für die „Tiroler Schifffahrt“ am „Achen-see“ und auf dem „Inn“

Tourismusverband Mayrhofen, Tirol (Zillertal)

- Entwicklung eines Ortsleitbildes

Tourismus-Verband St. Gallerland/TVO, St. Gallen

- Konzept und Evaluation für ein Direktreservationssystem

Tropenhaus Frutigen, Frutigen

- Reflexion zur betriebswirtschaftlichen Machbarkeit
- Grundsatzüberlegungen zur Marketingstrategie

UNESCO Biosphäre Entlebuch, Schüpfheim (LU)

- Strategie „UBE 2020“ inkl. Rollenmodell, Institutionen und operativer Führungsorganisation

UNIA, Bern

- Analyse und Impulse zur „Tourismusstrategie UNIA“
- Immobilienstrategie UNIA

Universität Salzburg, Salzburg (Österreich)

- Lehrauftrag am "Executive MBA Tourism & Leisure Management" zum Thema "Netzwerk- und Kooperationsmanagement" sowie zur "Professional Service Firm"
 - In Zusammenarbeit mit dem Institut für Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen (IDT/HSG)

Val Müstair, Müstair

- Analyse und neues Modell der Tourismus- und Standortorganisation im Val Müstair
 - Gemeinsam mit Cumün Val Müstair, Biosfera, Turissem Val Müstair, Leistungsträgern und Kt. GR (AWT)

Verband öffentlicher Verkehr (VöV), Bern

- Analyse und Neukonzeption der Ausbildung zum "eidg. dipl. öV-Manager"
- Evaluation einer Fachhochschule für den Lehrgang zum "eidg. dipl. öV-Manager" (inkl. Teilnehmerakquisition)
- Projekt "EasyR!de" - Moderation einer "Workshop-Serie" mit den Spitzen im "ÖV Schweiz" zu "Vision und Strategie des ÖV Schweiz"
- Strategieentwicklung einer "ÖV-Allianz Schweiz" (in Kooperation mit Dr. Pius Küng & Partner, St.Gallen)
- Neues „Pricing-System ÖV CH“
 - Projektleitung und Fachberatung in der Sparte der „Touristischen KTU“: Grobkonzept und Anforderungsprofil aus Sicht der touristischen Unternehmungen
 - Coaching der operativen Verbandsleitung

Verband Schweizerischer Tourismusmanager (VSTM), Interlaken/Bern

- Konzept, Organisation und Seminarleitung im jährlichen Top-Management-Seminar der Schweizer Tourismusmanager ("VSTM Management Seminar")
 - Integrale Kursverantwortung (Programm, Organisation, Moderation)
 - Von 1985-1990 sowie seit 2002
- Konzept, Organisation und Seminarleitung im jährlichen Seminar für DMO-Vorstandsmitglieder von Tourismusorganisationen (seit 2012)

Verbier Bagnes Tourisme et Commune de Bagnes, Verbier/Le Châble

- Audit de Verbier Bagnes Tourisme et plan stratégique pour la destination de Verbier 2008 - 2011
 - En coopération avec tous les partenaires respectifs de la station
- Création d'une destination „Verbier – La Tzoumaz – Pays du St-Bernard“
 - Phase 1 – Conception, signature du contrat de destination
 - En collaboration avec La Tzoumaz et le Pays du St-Bernard (communes et Offices du Tourisme)
- Gestion de projet dans la „mise en place“ de la destination „Verbier – La Tzoumaz – Pays du St-Bernard“
 - Phase 2 – Mise en place de la structure opérationnelle (22 projets de réalisation)
 - En collaboration avec la Tzoumaz et le Pays du St Bernard (communes et Offices du Tourisme)

Verkehrsbetriebe der Stadt Luzern (vbl AG)

- Coaching der Geschäftsführung im Strategieprozess der vbl AG

Verkehrsbetriebe der Stadt Zürich (VBZ)

- Strategie „VBZ 2010-2014“ sowie „Eignerstrategie VBZ“ der Stadt Zürich
- Coaching der Geschäftsleitung in der Umsetzung der Strategie
 - Inkl. Moderation von Klausuren der VBZ-Geschäftsleistung
- Entwicklung einer „Immobilienstrategie VBZ“ und dem Organisationsmodell zur Umsetzung
- Moderation einer Workshop-Serie von VBZ und Amt für Hochbauten (AHB) (Stadt Zürich) zur Klärung des Rollenmodells in Bauprojekten

Verkehrsverein Wengen, Wengen

- Analyse, Strategie und Umsetzungsprogramm für die Neuorientierung von Wengen Tourismus

Ville de Lausanne (Municipalité), Lausanne

- Analyse, conception et plan de réalisation pour un "marketing urbain de la Ville de Lausanne"
- Réalisation du projet: Gestion, conception détaillée et projets stratégiques
 - Y compris conception CD/CI, financement, structure et stratégies sectorielles du marketing urbain

Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Appenzell-Ausserrhoden (AR), Herisau

- Analyse, Strategie, Lösungsmodell und Umsetzungsvorschläge zu einer Kooperation von "Appenzeller Bahnen" (AB), "Trogenener Bahn" (TB), "Rorschach-Heiden-Bahn" (RHB) und "Rheineck-Walzenhausen Bahn" (RhW)
- Projektleitung für die Realisierung einer Fusion von "Appenzeller Bahnen" (AB), "Trogenener Bahn" (TB), "Rorschach-Heiden-Bahn" (RHB) und "Rheineck-Walzenhausen Bahn" (RhW)

Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Glarus (GL), Glarus

- Konzeption und Realisierung eines neuen Resort-Modells in der "Tourismusregion Braunwald-Klausenpass"
 - Inkl. Selektion des neuen Geschäftsführers
- Konzeption und Realisierung eines neuen Management- und Kooperationsmodells am Walensee
 - In Zusammenarbeit mit der "Walensee Event AG"
- Lösungsmodell und Realisierung einer "Reform der touristischen Strukturen im Sernftal". Gründung von Elm Sernftal Tourismus.
- Realisierung einer Phase 2 der „Weiterentwicklung von Elm Sernftal Tourismus“ (EST)
 - In Kooperation mit EST
- Tourismusstrategie für den Kt. Glarus 2002-2005 und Bereitstellung der Grundlagen für ein neues Tourismusgesetz (TEG) im Kt. Glarus
 - Inkl. Workshops mit der Glarner Regierung
 - Inkl. Aufbereitung einer Vorlage für die Glarner Landsgemeinde
 - Begleitung des Realisierungsprozesses (inkl. Hearings)
- Umsetzung der Tourismusstrategie des Kt. Glarus
 - Führung von mehreren Teilprojekten und Coaching des Gesamtprozesses in Zusammenarbeit mit der Direktion der Volkswirtschaft und des Inneren (DVI)
 - Inkl. Begleitung der Projektarbeiten zum „Resort Stachelbergbad“
 - Inkl. Moderation des „Runden Tisch zum Glarner Tourismus“
- Evaluation des Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG) von 2008-2010
 - Inkl. Handlungsempfehlungen für 2012-2015
 - Inkl. Entwicklung einer Botschaft für „Regierung“ und „Landrat“
- Tourismusstrategie Glarnerland 2012-2015
 - Inkl. subregionaler Strategien für die drei Gemeinden
- Coaching und Begleitung des „Produktmanagement Glarnerland“
 - Moderation des Lenkungs-Ausschusses, Coaching der Produktmanagerin

Voralpen-Express, Wädenswil

- Strategie-Check und Strategieentwicklung mit den Projekt- und Unternehmenspartnern (SBB, BT, SOB)

Vorarlberg Tourismus, Dornbirn (A)

- Erarbeitung einer „Tourismusstrategie Vorarlberg 2020“ inkl. Handlungsagenda
 - Gemeinsam mit Land Vorarlberg, Wirtschaftskammer Vorarlberg und „Wirtschaftsbund Vorarlberg“
- Marketing-Netzwerk Vorarlberg
 - Workshop mit Vorarlberg Tourismus und Destinationen
- Strategie „Vorarlberg Tourismus 2020“
 - Entwicklung eines neuen Unternehmenszielbildes

Walensee Event AG, Murg

- Moderation eines VR-Workshops zu Strategie, Unternehmensmodell und Entwicklungsschwerpunkten der Walensee Event AG

Wallis Tourismus, Sion

- Strategie und Weiterentwicklung von Wallis Tourismus
- Rolle und neues Rollenmodell von Wallis Tourismus
 - Inkl. Workshop mit dem „Direktions-Ausschuss von Wallis Tourismus“

Wengen Tourismus, Wengen

- Projektleitung und Impulse im Projekt "Entwicklungsgeschichte der Tourismus-organisation Wengen - Analyse, Lessons learnt und Handlungsbedarf"
- Coaching des Vorstandes von Wengen Tourismus im Prozess der Neuorientierung ab 2005
- Projektleitung und Moderation im Projekt "Positionierung" von Wengen
- Coaching des Vorstandes und Führung von Teilprojekten in der Umsetzung der Neupositionierung
- Coaching von Präsidium und Vorstand in der „Strategischen Weiterentwicklung von Wengen Tourismus“

Wirtschaftsförderung der Stadt Olten, Olten

- Weiterentwicklung des Geschäftsmodells der Wirtschaftsförderung Olten

Wirtschaftskammer Vorarlberg (WKV), Feldkirch (A)

- Entwicklung und Umsetzung der „Tourismusstrategie Vorarlberg 2020“
 - Gemeinsam mit Land Vorarlberg und Vorarlberg Tourismus

Wirtschafts- und Kaderschule (WKS), Bern

- Lehrauftrag für Management (Wirksames Management, strategisches Management) an den NDS "Strategisches Controlling" und „Leadership“
- Lehrauftrag zum Thema "Fälle zur Unternehmensführung" an der Höheren kaufmännischen Gesamtschule/Höheren Fachschule für Wirtschaft (HKG/HFW)
- Lehrauftrag zum Thema "Projektmanagement" an der Höheren kaufmännischen Gesamtschule/Höheren Fachschule für Wirtschaft (HKG/HFW)

Zentralbahn AG, Stansstad

- Strategie Zentralbahn AG 2007 - 2010
 - Inkl. Workshops in Verwaltungsrat und Geschäftsleitung
- Moderation einer Workshop-Reihe von Zentralbahn AG mit den Besteller-Kantonen LU, NW, OW und BE sowie dem Bundesamt für Verkehr (BAV)
 - Absichtserklärung betreffend Angebotskonzept, Infrastruktur- und Rollmaterialbedarf
- Workshop und Konzeptimpulse zur Zukunft bzw. zur Neupositionierung des „Golden Pass Luzern–Interlaken–Montreux“
 - Gemeinsam mit BLS Lötschberg Bahn und Montreux-Oberland-Bahnen (MOB)
- Business Plan zur „Neupositionierung des Golden Pass Luzern–Interlaken–Montreux“
 - Gemeinsam mit BLS Lötschberg Bahn und Montreux-Oberland-Bahnen (MOB)
- Strategie-Review im VR Zentralbahn AG
 - VR-Workshop (2008)
- Coaching der Geschäftsleitung in der Vorbereitung des Strategiereviews 2010 im VR Zentralbahn AG

Zermatt Tourismus, Zermatt

- Impulse zur Destinations- und Marketingstrategie 2005 - 2008
 - In Abstimmung mit den "Key Partnern" in Zermatt

Zivag Verwaltungen AG, Bern

- Strategie 2008 – 2012 der Zivag Verwaltungen AG
- Strategie 2014 – 2017 der Zivag Verwaltungen AG

Zugerland Verkehrsbetriebe (ZVB), Zug

- Analyse und „Strategie ZVB 2012-2018“
 - Coaching von Geschäftsleitung und Verwaltungsrat in diesem Prozess
- „Strategie Review 2013“
 - Inkl. Klausur im Verwaltungsrat ZVB
- Strategie Review 2014“
 - Inkl. Klausur im Verwaltungsrat ZVB
- Prozessbegleitung in den Themen „Unternehmensmodell“ und „Kooperationsstrategie“

Zürichsee Tourismus (ZST), Rapperswil

- Strategie „Zürichsee Tourismus 2013 – 2016“
 - Coaching des Vorstands in der unternehmerischen Weiterentwicklung
- Moderation verschiedener Vorstandsklausuren („Strategietage“)
 - u.a. auch mit dem Kt. St. Gallen und mit dem Vorstand von Zürich Tourismus

Weitere

Niederwangen b. Bern, Mai 2014