



CIMA · Glashüttenweg 34 · 23568 Lübeck

Stadt Rheine
Stadtpressesprecher
Bernd Weber
Klosterstraße 14
48431 Rheine

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
D-23568 Lübeck
Tel.: 0451-38968-0
Fax: 0451-38968-28
E-Mail: cima.luebeck@cima.de
Internet: www.cima.de

KÖLN
LEIPZIG
LÜBECK
MÜNCHEN
RIED (A)
STUTT GART

Angebot – Imageanalyse und Strategieprozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine

Sehr geehrter Herr Weber,

vielen Dank für das angenehme Telefonat vor einigen Tagen und Ihr Interesse an der CIMA. Mit diesem Schreiben übersende ich Ihnen unser Angebot für die Erstellung einer Imageanalyse und die anschließende Begleitung eines Strategieprozesses zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine. Des Weiteren erhalten Sie als Beispiel den Bericht zum Projekt „Imageanalyse/Marketing-Konferenzen Magdeburg“ als Lesestoff mit der Bitte um vertrauliche Behandlung. Als Grundlage für den angestrebten Prozess in Rheine kann eine repräsentative Bürgerbefragung in der Stadt und im Umland durchgeführt werden. Dadurch wird eine fundierte Grundlage erstellt, die Aussagen zum derzeitigen Stadtimage („Wie sehen wir uns selbst?“, „Wie werden wir von den Nachbarn wahrgenommen?“) sowie zur Stadtattraktivität und zur Lebenszufriedenheit der Menschen trifft.

Die nachfolgenden Ausführungen sind noch keine inhaltliche Festlegung, was gefragt wird. Wir skizzieren nur den organisatorischen und methodischen Rahmen und den Umfang. Für die genauen Fragestellungen würden wir nach Auftragserteilung Vorschläge machen und diese gemeinsam mit Ihnen weiterentwickeln.

Den angedachten Strategieprozess könnte man alternativ auch als internen Coaching- und Optimierungsprozess anlegen. Für die Abwägung müßten wir uns wahrscheinlich einmal gründlich unterhalten.

Ich hoffe, mit dem vorliegenden Angebot Ihre Vorstellungen zur treffen. Für Rückfragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

CIMA Beratung + Management GmbH

Mario S. Mensing

Lübeck, 30. Juli 2009

Ihr Ansprechpartner:

Mario Mensing
Mensing@cima.de

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Das nachfolgende Angebot ist in vier Bausteine gegliedert:

- Bausteine I bis III: Imageanalysen Stadt und Umland sowie Schlussfolgerungen
- Baustein IV: Strategieprozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine

Baustein I: Imageanalyse „Stadt“

Methode:	Telefoninterviews mit repräsentativer Haushaltsstichprobe. Befragung im Stadtgebiet von Rheine.
Anzahl Interviews:	400 Interviews. Die Auswertung erfolgt auf Ebene der Gesamtstadt ohne Einzelauswertung für einzelne Stadtteile. Der max. Fehler liegt mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% bei +/- 4,9%.
Fragebogenumfang:	12-14 Fragen, davon bis zu zwei offene Fragen. Der Fragebogen wird mit dem Auftraggeber abgestimmt.
Auswertung:	Der Bericht wird in prägnanter Chartform (ca. 20-30 Seiten) ohne Volltext erstellt. Berichte werden stets als pdf-Dateien und offene Powerpoint-Dokumente übergeben (CD-ROM oder E-Mail).
Honorar:	400 Interviews: 5.200,- € zzgl. gesetzl. MwSt.

Baustein II: Imageanalyse „Umland“

Methode:	Telefoninterviews mit repräsentativer Haushaltsstichprobe. Befragung im Umland von Rheine, bspw. 30-Minuten-Fahrzeitenzone.
Anzahl Interviews:	800 Interviews. Die Auswertung erfolgt für das Gesamtgebiet sowie für bis zu vier geografische Splits (bspw. Nord, Ost, Süd, West). Der max. Fehler liegt mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% bei +/- 3,5% (Gesamtgebiet) bzw. bei +/- 6,9% (Splits).
Fragebogenumfang:	12-14 Fragen, davon bis zu zwei offene Fragen. Der Fragebogen wird mit dem Auftraggeber abgestimmt.

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Auswertung:	Der Bericht wird in prägnanter Chartform (ca. 30-40 Seiten) ohne Volltext erstellt. Berichte werden stets als pdf-Dateien und offene Powerpoint-Dokumente übergeben (CD-ROM oder E-Mail).
Honorar:	800 Interviews: 9.900,- € zzgl. gesetzl. MwSt.

Baustein III: Schlussfolgerungen/Empfehlungen zum weiteren Vorgehen

Methode:	Expertise der CIMA. Zusammenführung und Gesamtanalyse aller Einzelergebnisse der Imageanalysen mit Schlussfolgerungen und Empfehlungen für den anschließenden Prozess.
Auswertung:	Der Bericht wird in prägnanter Chartform (ca. 10-20 Seiten) ohne Volltext erstellt. Berichte werden stets als pdf-Dateien und offene powerpoint Dokumente übergeben (CD-ROM oder E-Mail).
Honorar:	4.200,- € zzgl. gesetzl. MwSt.

Projektmanagement Bausteine I bis III

Die Angebotspreise umfassen alle anfallenden Reise-, Sach- und Befragungskosten und insgesamt drei Termine vor Ort, die bedarfsweise für Abstimmungen oder Präsentationen eingesetzt werden können.

Zusätzliche Leistungen (z.B. zusätzliche Abstimmungs- oder Präsentationstermine) werden auf der Grundlage unserer Stunden- und Tagessätze abgerechnet, die derzeit für Projektleiter 1.280,- € und für Berater 640,- € betragen.

Für die Durchführung der Imageanalysen (Bausteine I bis III) gehen wir von einer Bearbeitungszeit von ca. 3-4 Monaten aus.

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Baustein IV: Strategieprozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine

Die Ergebnisse der Imageanalysen bilden die Grundlage für die weitergehenden Beratungen zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine. Das Ziel des hierfür erforderlichen Prozesses muss es aus Sicht der CIMA sein, u.a. auf folgende Kernfragen Antworten zu finden:

- Wie kann sich Rheine im Stadtmarketing positionieren? Welche Ansatzpunkte (Alleinstellungsmerkmale) bieten sich hierfür bereits an bzw. können weiterentwickelt werden?
- Wie kann das Stadtmarketing von Rheine strategisch ausgerichtet werden? Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?
- Welche Kernaufgaben soll das Stadtmarketing Rheine haben? Auf welche Themen soll sich konzentriert werden?
- Welche Maßnahmen sollen kurz- und mittelfristig umgesetzt werden? Welche Maßnahmen haben höchste Priorität?

In ähnlichen, von der CIMA in den vergangenen Jahren begleiteten Projekten hat sich gezeigt, dass der Einbezug wichtiger lokaler Akteure bedeutende Impulse und Ideen für den Gesamtprozess gebracht hat. Außerdem wurde dadurch gewährleistet, dass Ergebnisse und Strategien von Beginn an von wichtigen Repräsentanten der Stadtgesellschaft mitgetragen werden. Deshalb schlägt die CIMA vor, den Prozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine von „Marketing-Konferenzen“ begleiten zu lassen, die sich aus noch zu benennenden wichtigen lokalen Akteuren zusammensetzen (max. 10 Personen, bspw. Unternehmen, Institutionen, Vereine etc.).

Die Marketing-Konferenzen sollten bei wichtigen Etappen im Rahmen des Prozesses stattfinden, um die Arbeit kontinuierlich zu begleiten (bspw. zur Diskussion des Markenprofils und der Strategie). Dafür schlägt die CIMA vier Sitzungen zu folgenden Themen vor:

- **1. Marketing-Konferenz „Imageanalysen“:** Eröffnungssitzung, Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse der Imageanalysen, Verständigung auf das weitere Vorgehen. Die 1. Marketing-Konferenz dient wesentlich dazu, die Teilnehmer für den bevorstehenden Prozess zu sensibilisieren und eine gemeinsame Informationsbasis zu schaffen.
- **2. Marketing-Konferenz „Positionierung, Markenprofil“:** Der Kern des Prozesses liegt in der Suche nach den Alleinstellungsmerkmalen (USP) der Stadt Rheine, die die Stadt von anderen abheben und eine klare Profilbildung ermöglichen. Dabei geht es nicht darum, alle Merkmale aufzugreifen und ein möglichst umfassendes Leitbild zu erarbeiten. Die Kunst besteht vielmehr im „Weglassen“, in der bewussten Konzentration auf einzelne Aspekte. Nur dann entsteht ein klares Profil, das einfach zu transportieren ist und das tatsächlich der Vermarktung dient. Von der CIMA erarbeitete Vorschläge für das Markenprofil werden in der 2. Marketing-Konferenz vorgestellt und diskutiert.
- **3. Marketing-Konferenz „Strategie, Zielgruppen“:** Auf Grundlage des Markenprofils wird von der CIMA eine Marketingstrategie erarbeitet. Anhand der Marketingstrategie werden anschließend die künftigen Handlungsfelder und die Zielgruppen des Stadtmarketings abgeleitet. Die CIMA erarbeitet einen Entwurf für eine Marketingstrategie, der im Rahmen der 3. Marketing-

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Konferenz abgestimmt wird. Er umfasst eine Definition der Zielgruppen und die Festlegung der Kernstrategien, den späteren Handlungsfeldern des Stadtmarketings.

- **4. Marketing-Konferenz „Maßnahmen, Empfehlungen“:** Für die einzelnen Kernstrategien (Handlungsfelder) werden von der CIMA insgesamt bis zu 20 Maßnahmen und Empfehlungen erarbeitet. Dabei werden jeweils die Zielsetzung, eine Beschreibung der Maßnahme und Hinweise für deren Umsetzung gegeben. Dabei werden auch Hinweise auf „best practices“ und Erfahrungen in anderen Städten gegeben. Die Begrenzung auf bis zu 20 Maßnahmen dient in erster Linie der Schwerpunktsetzung: Um in kurzer Zeit und mit begrenzten Mitteln etwas zu erreichen, kann zunächst nur ein begrenztes Maßnahmenpaket umgesetzt werden. Darin besteht die eigentliche Herausforderung, sich auf die wesentlichen Dinge zu konzentrieren und diese Maßnahmen dann auch tatsächlich umzusetzen.

Die CIMA entwickelt für die genannten Themen auf Grundlage von Projekterfahrungen, Recherchen, Best-Practice-Analysen und Expertengesprächen Vorschläge und Skizzen. Diese werden in den Marketing-Konferenzen vorgestellt und gemeinsam diskutiert, verfeinert und abgestimmt. Auf Basis der Konferenzergebnisse werden die einzelnen Inhalte von der CIMA weiterbearbeitet.

Die CIMA übernimmt

- die inhaltliche Vorbereitung der Arbeitsgruppensitzungen (bspw. Diskussionsgrundlagen, Skizzen, Vorschläge) und der Expertengespräche (Gesprächsleitfaden),
- die Festlegung des Teilnehmerkreises in Abstimmung mit dem Auftraggeber,
- die Durchführung und Moderation der Sitzungen/Gespräche sowie
- die Auswertung und das Protokoll.

Dem Auftraggeber obliegt die Organisation der Arbeitsgruppensitzungen. Dies beinhaltet bspw.

- die Organisation von Räumen,
- das Einladungsmanagement,
- das Catering,
- die Bereitstellung von Technik
- etc.

Die Ergebnisse des Strategieprozesses werden abschließend in Form eines chartbasierten Berichtes dargestellt und dem Auftraggeber als pdf-Dokument übergeben.

Ausschlüsse:

- Es ist nicht Bestandteil dieses Angebotes, einen neuen Claim („Slogan“) und/oder eine neue aktuelle Wort-Bild-Marke zu entwickeln. Sollte sich dies im Zuge des Prozesses als notwendig herausstellen, erstellt die CIMA in Zusammenarbeit mit einer erfahrenen regionalen Agentur gerne ein gesondertes Angebot.
- Es ist nicht Bestandteil dieses Angebots, Empfehlungen zu Organisation und Strukturen des städtischen Marketings zu geben, auch wenn sich dies

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

im Laufe des Prozesses als notwendig herausstellen sollte. Bei Bedarf erstellt die CIMA gerne ein gesondertes Angebot für diesen Themenbereich.

Honorar und Projektmanagement Baustein IV

Die Begleitung des Strategieprozesses (Baustein IV) bietet die CIMA für 20.480,- € zzgl. MwSt. an.

Die Kalkulation basiert auf unserem üblichen Tagessatz von 1.280,- € zzgl. MwSt. und der nachfolgenden Aufstellung benötigter Tagewerke:

Aufgabe	Tagewerke	Erfüllungsort
Moderation Marketing-Konferenzen (5 Sitzungen)	4	Rheine
Inhaltliche Vor- und Nachbereitung der Marketing-Konferenzen (Konzeptentwürfe, Konferenzvorlagen, Protokolle etc.)	10	Lübeck/Köln
Abstimmungstermin/Präsentation (inkl. Vorbereitung)	2	Rheine
SUMME der Tagewerke	16	

Die Kostenkalkulation umfasst alle anfallenden Reise- und Sachkosten und insgesamt fünf Termine vor Ort, von denen vier für die Marketing-Konferenzen bestimmt sind und der fünfte Termin bedarfsweise für Abstimmungen, eine weitere Marketing-Konferenz oder eine Ergebnispräsentation eingesetzt werden kann.

Zusätzliche Leistungen (z.B. zusätzliche Abstimmungs- oder Präsentationstermine) werden auf der Grundlage unserer Tagessätze abgerechnet, die derzeit für Projektleiter 1.280,- € und für Berater 640,- € (jeweils zzgl. MwSt.) betragen.

Für die Durchführung des Strategieprozesses (Baustein IV) veranschlagen wir eine Dauer von ca. 5-6 Monaten. Der Projektzeitplan wird nach Auftragserteilung gemeinsam mit dem Auftraggeber abgestimmt.

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Übersicht Honorarkalkulation (Bausteine I bis IV)

Baustein	Honorar
Baustein I: Imageanalyse „Stadt“	5.200,00 €
Baustein II: Imageanalyse „Umland“	9.900,00 €
Baustein III: Schlussfolgerungen Imageanalysen	4.200,00 €
Baustein IV: Strategieprozess	20.480,00 €
Auftragssumme (netto)	39.780,00 €
Zzgl. 19% MwSt.	7.558,20 €
Auftragssumme (brutto)	47.338,20 €

Zahlungsmodalitäten

40% des Gesamthonorars wird bei Auftragserteilung fällig
 30% nach Abschluss von Baustein III
 30% nach Abschluss der Arbeiten

Bindungsfrist

An dieses Angebot binden wir uns bis zum 30. September 2009.

Stadt- und Regionalmarketing
 City-Management
 Stadtentwicklung
 Einzelhandel
 Wirtschaftsförderung
 Immobilienentwicklung
 Tourismus
 Personalberatung

Vertragsbedingungen

Die Vertragspartner werden alle notwendigen Vorkehrungen treffen, damit die gutachterliche Unabhängigkeit der Mitarbeiter der CIMA gewährleistet ist (z.B. Abwerbe- und Einstellungsverbot, keine Vorwegnahme von Analyseergebnissen und Empfehlungen). Die CIMA ist frei in der Bearbeitung des Auftrages. Unterschiedliche Auffassungen über Analyseergebnisse und Empfehlungen zwischen CIMA und Auftraggeber stellen keinen Sachmangel dar.

Soweit nichts anderes vereinbart ist, werden Gutachten und Berichte schriftlich dargestellt. Hat die CIMA die Ergebnisse der Tätigkeiten schriftlich darzustellen, so ist nur diese schriftliche Erklärung maßgebend. Mündliche Erklärungen und Auskünfte von Mitarbeitern der CIMA innerhalb und außerhalb des erteilten Auftrages sind stets unverbindlich.

Das geistige Eigentum und daher das Urheberrecht an den im Zusammenhang mit dem Beratungsauftrag erbrachten Leistungen verbleiben bei der CIMA. Der Auftraggeber erhält ein im Einzelnen geregeltes Nutzungsrecht.

Die Ergebnisse der CIMA sind ausschließlich für die Auftragsparteien bestimmt und dürfen ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung nicht weitergegeben werden, soweit sich nicht bereits aus dem Auftragsinhalt die Einwilligung zur Weitergabe an einen bestimmten Dritten ergibt.

Der Auftraggeber stellt die CIMA GmbH von Ansprüchen und Forderungen Dritter frei, die sich aus der Verwendung des Gutachtens ergeben, die der Auftraggeber der CIMA zur Verfügung gestellt hat. Soweit sich Schutzrechte Dritter erst aus einer Veröffentlichung eines Gutachtens/Berichtes der CIMA ergeben, unterlässt der Auftraggeber solche Veröffentlichungen bzw. stellt anderenfalls die CIMA von allen Ansprüchen Dritter frei.

Soweit die CIMA im Rahmen des Auftrages Informationen vom Auftraggeber erhält, stellt dieser die CIMA von Ansprüchen Dritter frei, die sich aus der Verwendung der Informationen im Gutachten der CIMA ergeben. „Informationen“ sind insbesondere Angebote, Berichte, Analysen, Gutachten Dritter, die der CIMA ausgehändigt werden.

Exklusivität für Regionen oder bestimmte Arten von Analysen, Untersuchungsgegenständen oder -methoden wird nur zugesichert, wenn dies ausdrücklich schriftlich vereinbart wird. Soweit überhaupt Exklusivität gewährt wird, ist diese zeitlich befristet und durch zusätzlich zu bestimmendes Honorar vergütet.

Die CIMA führt jeden Auftrag nach bestem Wissen und nach modernem Erkenntnis- und Methodenstand durch. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Anwendung der Methoden, Kennziffern und Standards der CIMA einverstanden. Falls notwendig, klärt die CIMA vor der Auftragsvergabe darüber umfassend auf. Nach Auftragsvergabe verzichtet der Auftraggeber auf Einwendungen hinsichtlich der Anwendung der Methoden, Kennziffern und Standards der CIMA.

Die über das Angebot hinausgehende Mitwirkung des Kunden bei einer Untersuchung, die Überprüfung der Durchführung und der Ergebnisse der Untersuchung durch den Auftraggeber bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Falls dadurch Mehrkosten entstehen, sind diese vom Auftraggeber zu tragen.

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Projektteam

Mario S. Mensing, Dipl.-Betriebswirt, Geschäftsführer

- geboren 1966, ein Kind
- Studium der Betriebswirtschaft, Soziologie und Recht an der Hochschule für Wirtschaft und Politik (HWP) in Hamburg

Studienschwerpunkte

- Marketing im Öffentlichen Sektor (Stadtmarketing, Öffentliche Unternehmen), „urban identity“
- Unternehmensplanung, Finanzierung, Operations Research

Bisherige Tätigkeiten

- Geschäftsführer im Kulturmanagement in Bonn (1988 – 1989)
- Geschäftsführer der City- und Stadtmarketing-Organisation „Lübeck-Management“ in der Hansestadt Lübeck (1992 – 1997)
- seit 1998 Geschäftsführer der CIMA Beratung + Management GmbH

Schwerpunktbereiche bei der CIMA

- Spezialist für strategisches Marketing im öffentlichen Sektor
- kommunales und gewerbliches Marketing-Management
- Stadtentwicklungspolitik, Wirtschaftsförderung
- Finanzierung, Organisationsentwicklung von City- und Stadtmarketing
- Machbarkeitsstudien
- City-Management, Quartiersmanagement, Business Improvement District (BID)

Projekte bei der CIMA (Auswahl)

- Besetzung von Führungspositionen in City- und Stadtmarketing-Projekten
- City- und Stadtmarketing: Landeshauptstadt Kiel, Braunschweig, Wolfsburg, Bremen, Landeshauptstadt Dresden, Oldenburg, Alte Hansestadt Lemgo, Minden, Neustadt i. H., Bad Segeberg, Magdeburg, Cottbus etc.
- Gutachten zur Machbarkeit und Verträglichkeit von Einkaufszentren, Urban Entertainment Center, Freizeiteinrichtungen, Factory Outlet Center etc.
- Dozent an der European Business School (Oestrich-Winkel), Verwaltungsakademie Altenholz
- Mitglied des Vorstandes von URBANICOM – Deutsche Vereinigung für Stadtentwicklung und Handel
- Mitglied der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (BCSD)



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Rasmus Furkert, Dipl.-Ingenieur Raumplanung, Berater

- geboren 1976 in Wuppertal
- Studium der Raumplanung an der Universität Dortmund

Studienschwerpunkte

- Stadt-/Standortmarketing und Wirtschaftsförderung
- Regionalplanung und Regionalentwicklung
- Verkehrsplanung
- GIS (Geoinformationssysteme)



Bisherige Tätigkeiten

- 2000-2004: Mitarbeit in der Redaktion der Fachzeitschrift RaumPlanung, Hrsg.: Informationskreis für Raumplanung (IfR) e.V., Dortmund
- seit Oktober 2004 bei der CIMA (Büros Lübeck und Köln)

Schwerpunktbereiche bei der CIMA

- Stadtimage und Stadtmarketing
- Immobilien- und Projektentwicklung
- Wirtschaftsförderung und Standortmarketing

Projekte bei der CIMA (Auswahl)

- Füssen/Allgäuer Land: Vermarktungskonzept interkommunales Gewerbegebiet Allgäuer Land
- Koblenz: Fremdimageanalyse
- Lingen: Masterplan Innenstadtentwicklung
- Lübeck: Kommissarische Leitung der Abteilung Stadtmarketing
- Magdeburg: Stadtimageanalyse + Marketing-Konferenzen
- Metropolregion Hamburg: Durchführung Fachgespräch Gewerbeflächenentwicklung
- Niebüll: Stadtmarketing-Workshop „Niebüll 2017“
- Schwerin: Stadtmarketing-Workshop „Vorweihnachtliches Schwerin“
- Wolfsburg: Fortschreibung Imageanalyse

Mitgliedschaften

- Mitglied des Informationskreis für Raumplanung (IfR) e.V., Dortmund

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Informationen über die CIMA



Die CIMA ist ein interdisziplinäres Team von Experten mit langjähriger Beratungserfahrung im gewerblichen, kommunalen und regionalen Marketing mit Sitz in Köln, Leipzig, Lübeck, München, Ried im Innkreis (Österreich) und Stuttgart.

Die CIMA ist:

- Stadtmarketing-, Wirtschaftsförderungs-, Immobilien-, Einzelhandels- und Marketingspezialist,
- methodensicherer kooperativer Partner, der mit Ihnen gemeinsam Problemlösungen erarbeitet und Ihnen Wissen und Instrumente vermittelt,
- Koordinator von öffentlichen und privaten Interessen.

Das Leistungsangebot der CIMA umfasst die Leistungsfelder:

- Stadt- und Regionalmarketing
- Wirtschaftsförderung
- Einzelhandel
- Tourismusentwicklung
- Standortmarketing
- Projektentwicklung

CIMA sieht sich als Kompetenzzentrum für Stadt- und Regionalentwicklung und für Marketing im öffentlichen Sektor und hat sich mit jährlich 100-150 Beratungsprojekten seit der Gründung 1988 als Beratungsgesellschaft einen Namen geschaffen, dem viel Vertrauen entgegengebracht wird:

- Die CIMA hat die Stadtmarketing-Entwicklung in Deutschland von Beginn an mitgestaltet.
- Die CIMA leistet ihren Beitrag zur Einführung von Innovationen im Bereich Stadt- und Citymarketing (zuletzt bei der Einführung und gesetzlichen Verankerung von Business Improvement Districts).
- Die CIMA hat in Deutschland und in Österreich erfolgreich Stadt- und Citymarketingnetzwerke aufgebaut.

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung



Jedes CIMA-Projekt wird durch erfahrene Projektleiter betreut und von einem qualifizierten Team begleitet, das über eine langjährige Erfahrung in der Kommunalberatung verfügt. Im CIMA-Team engagieren sich Geografen, Tourismusspezialisten, Raumplaner, Betriebswirte, Soziologen und Volkswirte für unsere Kunden. Für Spezialaufgaben wird das Fachwissen von Experten (Verkehrs-, Stadtplaner, Architekten, Kommunikationswissenschaftler, Kulturfachleute, Werbefachleute etc.) in enger Kooperation genutzt.

Die Befragung der unterschiedlichen Zielgruppen einer Stadt gehört seit der Gründung der CIMA zum Beratungsangebot unseres Unternehmens (Bürger, Kunden, Touristen, Unternehmer). Die angewendete Methodik richtet sich nach der jeweiligen Aufgabenstellung:

- Telefoninterviews
- schriftliche Befragungen
- Passanteninterviews
- Leitfadengespräche

Auf unserer Homepage (www.cima.de) sind u.a. aufgeführt:

- Fast 250 Projekte mit repräsentativen telefonischen Haushalts- oder Bürgerbefragungen
- Über 160 Projekte mit Unternehmer- und Gewerbebefragungen
- Über 80 Projekte mit repräsentativen schriftlichen Haushalts- oder Bürgerbefragungen
- Über 50 Projekte mit Passanteninterviews
- Fast 30 Projekte mit touristischen Gästebefragungen

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Referenzen Bereiche Stadt- und Standortmarketing (Auswahl)

- Ahrensburg: Entwicklung eines Markenprofils
- Augsburg: Finanzierungs- und Maßnahmenkonzept für das geplante City-Management
- Braunschweig: Organisation Stadtmarketing-GmbH
- Bremen: Aufgaben und Organisation des City-Managements
- Cottbus: Entwicklung des Markenprofils
- Dresden: Organisationsstruktur und Aufgabenspektrum City-Management
- Füssen: Marketing-Handbuch
- Kaarst: Moderation der Gründung einer ISG in Kaarst-Mitte
- Kiel: Imageanalyse und Stadtmarketing
- Koblenz: Fremdimageanalyse
- Krefeld: Fortschreibung Krefeld Marketing 2015
- Lemgo: Stadtmarketingkonzept und Aufbau eines Flächenmanagements
- Linz: Organisationskonzept „Citymarketing“
- Magdeburg: Imageanalyse und Marketing-Konferenzen
- Marburg: Begleitung des Projektes MarBID
- München: Wirtschaftsexpertise inkl. Unternehmensbefragung
- Offenbach: Fachliche Unterstützung des City-Managements
- Oldenburg: Stadtleitbild
- Passau: City-Management
- Pforzheim: City-Management (mit einem von der CIMA gestellten City-Marketing Büro vor Ort)
- Ratingen: Stadtmarketingkonzept und Organisationsberatung
- Rheinland-Pfalz: Betreuung des Stadtmarketing-Städtenetzwerke
- Soest: Tourismuskonzept inkl. Kundenbefragung
- Trier: Wirtschaftspotenzialanalyse inkl. Unternehmensbefragung
- Viersen: Imageanalyse Stadt Viersen
- Wolfsburg: Imageanalysen (2002 und 2009) und Marketing-Konferenzen

Stadt- und Regionalmarketing
 City-Management
 Stadtentwicklung
 Einzelhandel
 Wirtschaftsförderung
 Immobilienentwicklung
 Tourismus
 Personalberatung